Tehnika uvoza robe kupljene putem elektroničke trgovine

Kurjak, Boris

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Transport and Traffic Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet prometnih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:119:645755

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

Faculty of Transport and Traffic Sciences - Institutional Repository







SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET PROMETNIH ZNANOSTI

Boris Kurjak

TEHNIKA UVOZA ROBE KUPLJENE PUTEM ELEKTRONIČKE TRGOVINE

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2016.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET PROMETNIH ZNANOSTI
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 20. travnja 2016.

Zavod: **Zavod za transportnu logistiku**
Predmet: **Špedicija**

ZAVRŠNI ZADATAK br. 3340

Pristupnik: **Boris Kurjak (0135233264)**
Studij: Inteligentni transportni sustavi i logistika
Smjer: Logistika

Zadatak: **Tehnika uvoza robe kupljene putem elektroničke trgovine**

Opis zadatka:

Elektronička trgovina, odnosno trgovina putem interneta, smatra se najprofitabilnijim oblikom trgovine radi jednostavnosti i niskih troškova i kao takva će postajati sve značajnijom i unosnijom komponentom cjelokupne trgovine. Uvoz robe označava dopremu robe izvan granica zemlje, odnosno jedinstvenog carinskog područja, te obično zahtijeva obavljanje nekog od carinskih postupaka. Prilikom uvoza špediter ima zadatak organizacije i provedbe prijevoza robe, zastupanje u carinskom postupku, te obavljanje svih ostalih radnji koje s tim u svezi treba obaviti.
Zadatak završnog rada je objasniti pojam, karakteristike i ekspanziju e-trgovine, te spoznati koje su razlike u tehnici uvoza robe te organizaciji prijevoza u odnosu na klasičan oblik trgovine. Potrebno je navesti subjekte koji sudjeluju prilikom poslova uvoza i koja je njihova uloga te razmotriti zakonski okvir uvoza robe kupljene online.

Zadatak uručen pristupniku: 4. ožujka 2016.

Mentor:

doc. dr. sc. Darko Babić

Predsjednik povjerenstva za završni ispit:

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET PROMETNIH ZNANOSTI

ZAVRŠNI RAD

TEHNIKA UVOZA ROBE KUPLJENE PUTEM ELEKTRONIČKE TRGOVINE

IMPORT OF GOODS PURCHASED VIA ELECTRONIC COMMERCE

Mentor: doc. dr. sc. Darko Babić

Student: Boris Kurjak, 0135233264

Zagreb, rujan 2016.

TEHNIKA UVOZA ROBE KUPLJENE PUTEM ELEKTRONIČKE TRGOVINE

SAŽETAK

U radu su opisani neki od osnovnih pojmova u špediterskom poslovanju, primjer osnovnih špediterskih poslova i dokumenata koji se koriste tijekom prometnih procesa. Nadalje su objašnjeni svi modeli elektronskog poslovanja te principi elektronske trgovine. Analiziran je proces kupnje kroz elektronsku trgovinu, proces dostave kupljenog artikla i carinjenje. Za kraj provedena je analiza tržišta elektronske trgovine u Republici Hrvatskoj.

KLJUČNE RIJEČI: špedicija, uvoz robe, elektronska trgovina, carinjenje, kupnja u elektronskoj trgovini.

IMPORT OF GOODS PURCHASED VIA ELEKTRONIC COMMERCE

SUMMARY

In this work are described some of basic terms in freight-fowarding managment, examples of primary freight-fowarding jobs and documents following shipping processes. Furthermore are explained e-business models and principles of electronic commerce. Purchasing procces, proces of delivery and process of customs clearance are analyzed and explained. In the end there is an analysis of the market of electronic commerce in Republic of Croatia.

KEYWORDS: freight-fowarding, import of goods, electronic commerce, customs, purchasing in electronic store

Sadržaj

1. UVOD 1
2. OSNOVNI POJMOVI U ŠPEDITERSKOM POSLOVANJU 2
3. OPERATIVNI POSLOVI ŠPEDITERA 8
3.1. Tarifno konjukturni poslovi 8
3.2. Operativni poslovi 10
3.3. Specijalni poslovi špeditera 11
4. SPECIFIČNOSTI ELEKTRONSKOG POSLOVANJA 12
4.1. Modeli elektroničkog poslovanja 13
4.2. Prednosti i nedostatci elektronskog poslovanja 13
4.3. Elektronska trgovina 14
5. POSTUPAK KUPNJE I UVOZA ROBE KUPLJENJE PUTEM ELEKTRONIČKE TRGOVINE 16
5.1. Kupovina u elektronskoj trgovini 18
5.2. Proces dostave kupljenog proizvoda 20
5.3. Carinski postupak 22
5.4. Carinski postupak i dokumenti u poštanskom prometu 24
5.5. Carinski postupak i dokumenti u kupovini veće količine proizvoda 27
6. ANALIZA TRŽIŠTA ELEKTRONIČKE TRGOVINE U RH 32
7. ZAKLJUČAK 37
LITERATURA 38
POPIS SLIKA 39
POPIS TABLICA 39
POPIS GRAFIKONA 39

1. UVOD

Elektronička trgovina sve više postaje alternativna tradicionalnoj, fizičkoj trgovini. U svijetu gdje vrijeme postaje luksuz potrebno je što bolje optimizirati dostavu i ostale logističke procese kako bi roba došla na vrijeme i na mjesto kupca. Zahvaljujući naprednoj tehnologiji to nam postaje sve lakše i dostupnije.

Iako putem Interneta elektronička trgovina kao tradicionalna zahtijeva planiranje i dostavu te korištenje logističkih usluga. Proces dostave proizvoda korisnicima na kućnu adresu zahtjevan je i složen posao no neophodan kako bi ovaj oblik trgovine uspio. Tu na scenu stupaju organizacije špediteri i logističke tvrtke koje su se specijalizirale za takve poslove. Oni moraju optimalno koordinirati poslove i prijevoz između prodavatelja, prijevoznika, carinika, robnih terminala, inspekcija, primatelja te se pobrinuti za neoštećena pošiljka dođe na mjesto u vremenu koje im je određeno.

Cilj rada je objasniti i analizirati proces kupnje dostave robe u elektronskoj trgovini. Pojašnjeni se neki od osnovnih pojmova u špedicijskom poslovanju i elektrosnkoj trgovini te je provedena analiza tržišta elektronske trgovine u Republici Hrvatskoj.

Rad je obrađen u sedam pogavlja:

1. Uvod
2. Osnovni pojmovi u špediterskom poslovanju
3. Operativni poslovi špeditera
4. Spefičnosti elektronskog poslovanja
5. Postupak kupnje i uvoza robe kupljene putem elektroničke trgovine
6. Analiza tržišta elektronička trgovine u RH
7. Zaključak

U drugom poglavlju objašnjeni su osnovi pojmovi, kratice i dokumenti koji se koriste u špediciji. Nadalje se opisuju glavni poslovi te obaveze špeditera. U četvrtom poglavlju se nalaze modeli elektronskog poslovanja te prednosti i nedostaci elektronske trgovine. U sljedećem poglavlju prikazan je postupak kupnje i uvoza robe na primjeru te carinski postupak, dok je u šestom poglavnju provedena analiza tržišta.

2. OSNOVNI POJMOVI U ŠPEDITERSKOM POSLOVANJU

Pojam špedicije se u povijesti prvi puta susreće još u 13. stoljeću za vrijeme Mletačke Republike kada je Venecija apsolutno gospodarila glavnim prometnim putevima na moru te je, shodno tome, imala važnu ulogu u trgovanju sa susjednim državama. Trgovci su u to vrijeme redovito povjeravali otpremu i dopremu robe posebnim posrednicima koji su se brinuli za siguran prijevoz. Ti su posrednici robu predavali kupcima uz potpis napisane potvrde, koja se smatra prvom prijevoznom ispravom. U suvremenom smislu, špedicija je poprimila široke razmjere pred kraj 18. stoljeća. Trgovci su se sve više oslanjali na posebne, specijalne posrednike, špeditere. Oni organizacijom otpreme i dopreme robe povezuju proizvođače, trgovce i prijevoznike.[1]

U znanstvenim i stručnim djelima stranih i domaćih autora pojam "špedicija" i "špediter" različito su definirani. Naziv špediter, špedicija, ustaljen je i uobičajen u praksi. U praksi kao i u stručnoj literaturi pored izraza špediter koristi se i izraz otpremnik. Izraz špediter odnosno špedicija (u engleskoj literaturi – *forwarding agent*, u talijanskoj – *spedizioniere*; u njemačkoj – *spediteur*), dolazi od latinske riječi "*expedire*" što u doslovnom prijevodu znači odriješiti ili urediti, dok se u praktičnoj primjeni prevodi s otposlati, otpremiti. Pod špedicijom treba podrazumjevati specijaliziranu privrednu djelatnost koja se bavi organizacijom otpreme robe i drugim poslovima koji su s tim u vezi. Špediciju obavlja špediter, a to je privrednik, pravna ili fizička osoba koja se isključivo i u obliku stalnog zanimanja bavi organizacijom otpreme robe svojih komitenata pomoću vozara i drugim poslovima koji su s tim u vezi.[2]

Špediter je gospodarski subjekt, fizička ili pravna osoba koja u poslovanju s trećima nastupa kao posrednik, komisionar u svoje ime ili na tuđi račun. Kao nositelj prijevoznog pohvata, špediter mora koordinirati interakcije svih sudionica (pošiljatelj, primatelj, prijevoznici, osiguratelj, luka, robni terminali, carina, inspekcijske službe) i kontrolirati pošiljku na čitavom prijevoznom putu. Kako niti najveće špediterske organizacije nemogu biti svuda prisutne, odnosno samostalno izvršiti svaku dispoziciju komitenta, u slučajevima kada špediter nije u mogućnosti sam obaviti sve poslove, u tu svrhu angažira svoje korespodente.

Međušpediter je pravna ili fizička osoba na koju je glavni špediter prenio realizaciju, odnosno provedbu jednog dijela špediterskog posla, zbog špediterove nemogućnosti da obavi sve

[1] http://www.prometna-zona.com/spedicija-3/
[2] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski Fakultet u Rijeci, Rijeka 1996.

povjerene radne zadatke. Prema tome špediter koristi usluge drugog špeditera, u ovom slučaju međušpeditera, koji se najčešće nalazi u inozemstvu.

Podšpediter je pravna ili fizička osoba na koju je glavni špediter prenio realizaciju jednog špediterskog posla u cijelosti. Špediter ponekad zbog opterećenja drugim poslovima ili nedostatka radne jedinice za otpremu/dopremu robe ili kada iz drugih opravdanih razloga nije u mogućnosti obaviti određeni posao, angažira podšpeditera za izvršavanje komitentovog naloga.[3]

FIATA (fr. *Federation Internationale des Associations de Transitaires et Assimiles* , engl. *International Federation of Freight Forwarders Associations*) je Međunarodni savez otpremničkih udruženja sa sjedištem u Švicarskoj. Ovo je najveće i najznačajnije međunarodno otpremničko udruženje u svijetu. Osnovano je 1926. godine u Beču, a među osnivačima bilo je i udruženje otpremnika koje je u to vrijeme djelovalo u Zagrebu. FIATA je kroz svoje razne kategorije članstva zastupljena u oko 150 zemalja, pa tako i u Hrvatskoj putem našeg Udruženja međunarodnih otpremnika. Kroz nacionalna udruženja i individualno članstvo u FIATA-i je zastupljeno oko 40000 otpremničkih tvrtki koje zapošljavaju između osam do deset miliona ljudi.[4] FIATA-ino djelovanje najuočljivije je kroz dokumente i obrasce koje je donijela sa svrhom pojednostavljivanja rukovanja robom za vrijeme prijevoznog procesa i izvršenja dopreme robe do krajnjeg odredišta.

Dokumenti Međunarodnog saveza špediterskih udruženja su[5]:

1. **FCR** (eng. „*Forwarders Certificate of Receipt*“) – špediterska potvrda, neopoziva špediterska potvrda kojom špediter potvrđuje da je određenog dana u određenom mjestu primio robu u naizgled ispravnom stanju radi daljnje otpreme,
2. **FCT** (eng. *„Forwarders Certificate of Transport“*) – špediterska transportna potvrda, isprava kojom špediter potvrđuje da je određenog dana u određenom mjestu, u točno određenom prijevoznom sredstvu u dobrom vanjskom stanju primio robu radi daljnje otpreme,
3. **FBL** (eng. *“Intermodal Transport Bill of Lading”*) – teretnica za intermodalni prijevoz, služi u intermodalnom prijevozu sa ciljem izbjegavanja uspostavljanja više

[3] Ivanković Č, Stanković R, Šafran M. Špedicija i logistički procesi, Zagreb, 2010.
[4] www.hgk.hr/sektorska-udruzenja-2/o-udruzenju-25/fiata
[5] www.prometna-zona.com/fiata/

prijevoznih isprava, bez obzira na broj korištenih prijevoznih sredstava različitih prometnih grana,

4. **FWB** (eng. „*Non-negotiable FIATA Multimodal Transport Waybill*“) – teretni list za multimodalni prijevoz, neutrživi teretni list za intermodalni transport, koji je po sadržaju i namjeni veoma sličan FBL teretnici,
5. **FWR** (eng. *„FIATA Warehouse Receipt“*) – špediterska skladišna potvrda, prenosiva isprava (osim ako je na njoj naznačeno da je neprenosiva) kojom se potvrđuje da je određenog dana, u određenom mjestu, u određenom skladištu roba uskladištena u prividno ispravnom stanju,
6. **SDT** (eng. *„Shippers Declaration for the Transport of Dangerous Goods“*) – potvrda pošiljatelja o prijevozu opasne robe, obrazac kojim pošiljatelj, kao nalogodavatelj špediteru, izjavljuje da je roba, koju špediter treba otpremiti, dopremiti ili tranzitirati, odgovara zahtjevima prijevoza opasnih stvari prema važećim međunarodnim pravnim aktima,
7. **SIC** (eng. „*Shippers Intermodal Weight Certification*“) – potvrda pošiljatelja o težini tereta u intermodalnom prijevozu, izdaje se kao dokaz o bruto težini tereta u kontejnerima ili poluprikolicama, ako je njihova bruto težina veća 29.000 funti ili 13.154 kg,
8. **FFI** (eng. „*FIATA Forwarding Instructions*“) – špediterske upute, obrazac s 21 rubrikom u koji špediterov nalogodavac upisuje sve bitne upute i instrukcije koje su špediteru potrebne za kvalitetno obavljanje konkretnog posla.

Međunarodna trgovačka komora (eng. *The International Chamber of Commerce*) osnovana je 1919. godine u Parizu i predstavlja najveću svjetsku poslovnu organizaciju koja zastupa interese svjetske poslovne zajednice prema Svjetskoj trgovinskoj organizaciji i Ujedinjenim narodima. Danas djeluje putem 93 nacionalna odbora koji zajedno s izravnim članovima diljem svijeta obuhvaćaju globalnu mrežu od 6,5 milijuna tvrtki u više od 130 zemalja. U Hrvatskoj je Nacionalni odbor osnovan 2003. godine. [6] Međunarodna trgovačka

[6] www2.hgk.hr/icc/

komora odgovorna je za donošenje niz odluka i normizacija[7]. Godine 1936. prvi put su donešeni Međunarodni trgovinski izrazi *Incoterms*.

INCOTERMS eng. *International Commercial Terms* su međunarodna pravila za tumačenje trgovinskih termina eng. *International rules for the interpretation of trade terms* koja uređuju pravno-ekonomske odnose između kupaca i prodavatelja u međunarodnoj trgovini glede prijenosa rizika i troškova pri isporuci robe s jedne na drugu ugovornu stranu. Odnose se na: mjesto predaje robe na raspolaganje kupcu, carinske formalnosti, osiguranje robe, pribavljanje prijevoznog sredstva i organizaciju prijevoza, pribavljanje isprava i pakiranje robe. Uključivanje *Incoterms* klauzula (pariteta) u ugovore o kupoprodaji znatno smanjuje mogućnosti nesporazuma koji bi mogli dovesti do pravnih komplikacija pa je slijedom toga vrlo bitno i njihovo poznavanje.

Incotermsi[8]:

- ne određuju trenutak prelaska vlasništa na robi ni raspolaganja robom,
- primjenjuju se samo na ugovor o kupoprodaji,
- nisu zakon,
- mogu biti dio ugovor ali nisu cijeli ugovor.

Tijekom godina 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010 bile su razne revizije kako bi pravila bila u sklopu s tehnologijom. 11 paritetnih klauzula svrstane su u 4 skupine.

Skupina E:

- EXW *(ex-works*) - franko tvornica, kupac preuzima robu i odgovornost u tvornici prodavatelja, prodavatelj ne snosi nikakve ostale troškove.

Skupina F:

- FCA (*franco carrier)* - prodavatelj se oslobađa svoje obaveze kada robu isporuči na mjestu koje je imenovao kupac,

[7] Norma je dokument donesen konsenzusom i odobren od priznatog tijela, koji za opću i višekratnu uporabu daje pravila, upute ili značajke za djelatnosti ili njihove rezultate s ciljem postizanja najboljeg stupnja uređenosti u danome kontekstu.
[8] e-student.fpz.hr/Predmeti/S/Spedicija_(3)/Materijali/Incoterms_2010.pdf

- FAS *(free alongside ship)* – samo pomorski prijevoz, franko uz bok broda, uz naznaku luke, prodavatelj mora dovesti robu pored broda, spremnu za utovar u dogovorenoj luci te ima obvezu izvozno ocariniti robu,
- FOB*(free on board)* – franko utovareno na brod uz naznaku luke, prodavatelj ispunjava svoju obvezu isporuke kada izvozno ocarinjenu robu isporuči preko ograde broda u imenovanoj luci, od tog trenutka sve troškove i rizike snosi kupac.

Skupina C:

- CFR *(cost and freight)* - cijena s vozarinom uz naznaku luke, prodavatelj plaća troškove transporta do naznačene odredišne luke, troškove osiguranja snosi kupac. Rizik prelazi na kupca u trenutku prelaska ograde broda u luci otpreme,
- CIF *(cost, insurance, freight)* - cijena sa osiguranjem i vozarinom uz naznaku luke, ovaj paritet je isti kao i CFR uz dodatni uvjet da prodavatelj snosi i troškove osiguranja do odredišne luke,
- CPT *(carriage paid to)* - vozarina plaćena do naznačenog mjesta, prodavatelj plaća sve troškove prijevoza do naznačenog mjesta, a rizik prenosi predavanjem robe prvom prijevozniku.

Skupina D:

- DAT *(Delivered at terminal)* - isporučeno u terminalu, prodavatelj snosi trošak transporta do naznačenog terminala u luci ili mjestu odredišta, mora iskrcati robu te snosi trošak i rizik dok roba nije isporučena uključujući izvozne carinske formalnosti i tranzit kroz treću zemlju. Kupac mora preuzeti robu, te snosi rizik i trošak nakon što je roba isporučena uključujući uvozne formalnosti, carinu, porez i ostale troškove nakon uvoza,
- DAP *(delivered at place)* - isporučeno na mjestu uz navedeno mjesto, prodavatelj stavlja robu na raspolaganje kupcu na dolaznom prijevoznom sredstvu pripremljeno za iskrcaj, snosi trošak i rizik dok roba nije isporučena uključujući izvozne carinske formalnosti i tranzit kroz treću zemlju. Kupac mora preuzeti robu te snosi rizik i trošak nakon što je roba isporučena uključujući iskrcaj, uvozne formalnosti, carinu, porez i ostale troškove nakon uvoza,
- DDP *(delivered duty paid)* – isporučeno, ocarinjeno uz naznaku mjesta odredišta. Prodavatelj snosi sve troškove transporta i sav rizik do dostave i carinjenja robe.



Slika 1 Grafički prikaz *Incoterms* 2010 pariteta
Izvor: www.ndffreight.co.uk/wp content/uploads/2013/09/incoterms.jpg 7.8.2016.

3. OPERATIVNI POSLOVI ŠPEDITERA

Špediter se definira kao gospodarstvenik, pravna ili fizička osoba koja se isključivo bavi organizacijom otpreme robe svojih komitenata pomoću prijevoznika i drugim poslovima koji su s tim u vezi. Njegov osnovni zadatak je da oslobodi svog klijenta cjelokupnog naporna i brige oko otpreme, dopreme i provoza robe[9]. U izvršavanju tog zadatka špediter se susreće sa raznovrsnim i brojnim poslovima bez kojih ne bi mogli optimalno funkcionirati suvremeni prometni sustavi.

Glavni poslovi koje špediter obavlja mogu se podijeliti u dvije glavne cjeline:

1. Tarifno- konjukturni poslovi, osnovna funkcija prodaje špediterske usluge
2. Operativni poslovi, osnovna funkcija proizvodnje špediterske usluge

3.1. Tarifno konjukturni poslovi

Tarifno konjukturni poslovi obuhvaćaju sve aktivnosti koje špediter, odnosno za to specijalizirani odjel špediterskog poduzeća, poduzima radi:[10]

- unaprijeđenja tržišne pozicije;
- pružanja stručne pomoći komitentima;
- pružanja stručne podrške operativnom sektoru tvrtke.

Tarifno-konjukturni odjel pokrive sve elemente špediterskih poslova, a najvažniji poslovi su vezani uz sljedeće pojmove:

- akvizicija,
- istraživanje tržišta,
- ugovori i ponude za obavljanje špediterske usluge,
- stručni savjeti i informacije,
- reklamacije,
- refakcije,
- instradacija.

[9] bib.irb.hr/datoteka/656994.ULOGA_I_VANOST_PEDITERA_U_LANCU_OPSKRBE.pdf
[10] Ivanković Č, Stanković R, Šafran M. Špedicija i logistički procesi, Zagreb, 2010. str 129

Akvizicija predstavlja skup aktivnosti koje špediter poduzima radi privlačenja odnosno pridobivanja novih komitenata i novih poslova. Izbor i način provedbe tih aktivnosti odražava njegovu poslovnu filozofiju i strategiju nastupa na tržištu. Za uspješnu akviziciju potrebno je: istraživanje i praćenje tržišta, odgovarajući pristup komitentima, kvalitetna i cjelovita usluga špeditera, poslovni ugled i konkuretne cijene.

Istraživanje tržišta zapravo znači prikupljanje informacija o poslovnim aktivnostima subjekata ponude i potražnje prijevoznih kapaciteta. Najvažniji izvori informacija su: neposredni kontakti sa subjetkima ponude i potražnje, korespodenti u inozemstvu, osobni kontakti i poznanstva, državne institucije i agencije, međunarodni sajmovi, skupovi i poslovni susreti.

Ponude i ugovori za obavljanje špediterske usluge, može se odnositi na određeni posao, primjerice za uvoz ili izvoz određene pošiljke, a može biti i općenita, s uvjetima koji su primjenjivi na sve pošiljke određenoga komitenta. Prihvaćanje ponude od strane komitenta formalno – pravnom i praktičnom smislu ima isti značaj kao i zaključenje ugovora, to jest, obvezuje obje strane na primjenu uvjeta navedenih u ponudi.

Stručni savjeti i informacije špediter može davati jer je vrstan poznavalac svih prometnih grana i tehnologija koje ih prate, stručnjak za carinska pitanja i vanjskotrgovinske poslove. Stoga je špediter nezaobilazan konzultant pri određivanju optimalnog prijevoznog rješenja, postavljanja vanjskotrgovinskog posla te sličnih poslova koje spadaju u njegovu domenu poslova.

Instradacija je određivanje prijevoznog puta i prijevoznog sredstva. Budući da pravo i odgovornost određivanja načina prijevoza ima ona stranka koja plaća prijevozne troškove, instradacija je kod izvršenja kupoprodajnog ugovora između kupca i prodavatelja podijeljenja paritetom isporuke robe. Špediter obavlja instradaciju na temelju pariteta isporuke, svojstva robe, roka isporuke robe, kalkulacije prijevoznih troškova, aktualnog stanja prijevoznih kapaciteta i mogućih posebnih zahtjeva klijenata. Na temelju svih elemenata špediter će odrediti optimalno prijevozno rješenje za komitenta. Ukoliko je komitent već odredio prijevozno rješenje, špediterova obaveza je provjeriti da li je to rješenje optimalno te o tome izvjestiti komitenta te predložiti svoje rješenje ukoliko je potrebno.

3.2. Operativni poslovi

Operativni poslovi su poslovi koje špediter obavlja pri otpremi i dopremi robe u međunarodnom prometu. Špediter prema trećim osobama nastupa u ime i za račun komitenta ili u svoje ime, a za račun komitenta. U carinskim postupcima, špediter zastupa svog komitenta u svojstvu izravnog zastupanja tj. opunomćenika i podnosi carinsku deklaraciju i druge podneske u carinskom postupku u ime i za račun komitenta.[11]

Struktura operativnih poslova može se svrstati u dva osnovna načela:

1. **Prema špediterovoj usluzi u prijevoznom pothvatu:**

- prijam dispozicije i pozicioniranje,
- disponiranje,
- zaključivanje prijevoznih kapaciteta,
- ugovaranje prijevoza i ispostavljanje prijevoznih isprava,
- ugovaranja prekrcaja i skladištenja,
- osiguranje robe u prijevozu,
- predaja robe na prijevoz i ukrcaj,
- prihvat robe i iskrcaj,
- angažiranje inspekcijskih službi,
- zastupanje u carinskom postupku,
- aviziranje.

2. **Prema osnovnom obilježju špediterova zadatka:**

- poslovi uvoza,
- poslovi izvoza,
- poslovi provoza, tranzita,
- sajamski poslovi.

[11] Ivanković Č, Stanković R, Šafram M. Špedicija i logistički procesi, Zagreb, 2010. str 134

3.3. Specijalni poslovi špeditera

Specijalni poslovi ne spadaju u glavne poslove špeditera, no ipak se obavljaju u manjem obliku da bi se upotpunila skupina poslova koje pruža. Tu spadaju[12]:

- kontrola kakvoće i količine robe,
- uzimanje uzoraka,
- praćenje transporta,
- doleđivanje,
- izdavanje garantnih pisama,
- zastupanje u slučaju havarije,
- naplata robe,
- leasing poslovi.

[12] Šafran M, Stanković R, Tehnika Špedicije, Zagreb 2002. str 93

4. SPECIFIČNOSTI ELEKTRONSKOG POSLOVANJA

Pod terminom elektronsko poslovanje svrstava se ne samo prodaju i kupovinu dobara već i organizaciju poslovanje tvrtke u mrežnoj okruženju i organizaciju poslovne komunikacije prema klijentima. Neki od primjera elektronskog poslovanja[13]:

- elektroničko komuniciranje s poslovnim partnerima, kupcima, klijentima ili nabavljačima,
- prodavanje proizvodnje i usluga preko Internet sjedišta,
- korištenje Interneta za nalaženje informacija, kao cijena i opisa proizvoda,
- elektroničko komuniciranje s drugim poduzećima radi naručivanja proizvoda i usluga,
- korištenje Internet sjedišta za pružanje informacija o vlastitim proizvodima i uslugama,
- korištenje Interneta za online bankarstvo i plaćanje osobnih računa.

Najjednostavnije rečeno: elektronsko poslovanje je suvremeni oblik organizacije poslovanja, koji podrazumijeva intezivnu primjenu informatičke i internetske tehnologije. Čak se, štoviše može ustvrditi kako je elektroničko poslovanje danas najsuvremeniji oblik organizacije poslovanja, kojem teže svi poduzetnici orijentirani agresivnom osvajanju što boljih tržišnih pozicija i intezivnom ulaganju u razvojne poslovne aktivnosti.[14] Dva vrlo važna pojma koja se spominju u elektronskom poslovanju su sigurnost i privatnost to jest anonimnost. Stoga se korisnicima nastoji pružiti najbolja moguća zaštita.

[13] https://www.fer.unizg.hr/_download/repository/1__ePoslovanje_uvod.pdf 6.5.2016.
[14] Panian Ž, Elektroničko poslovanje – šansa Hrvatskoga gospodarstva u 21. stoljeću, https://hrcak.srce.hr/file/98013 6.5.2016.

4.1. Modeli elektroničkog poslovanja

Postoji nekoliko osnovnih modela elektronskog poslovanja, koji su definirani na osnovu strana koje sudjeluju u poslovnom procesu. Strane u poslovanju mogu biti državni organi, kranji potrošači ili tvrtke. Osnovni modeli poslovanja su:

1. **B2B** (*Business to business*) – Elektronsko poslovanje između poduzeća koja razmjenjuju resurse u obliku proizvoda, usluga ili informacija.
2. **B2C** (*Buisness to consumer*) – Elektronsko poslovanje između poduzeća i klijenta. Direktna poslovna suradnja između tvrtke i korisnika, gdje tvrtka korisniku prodaje proizvode, usluge ili informacije.
3. **C2C** (*Consumer to consumer)* – Poslovna suradnja između dva korisnika koji međusobno razmjenjuju resurse. Ovakav model se odvija preko *on-line* posrednika.
4. **G2B, G2C** *(Goverment to business, goverment to consumer)* – poslovanje između državnih ograna i klijenta. Klijenti mogu biti građani, poduzeća i drugi državni organi.
5. **B2B2C** *(Business to Business to Consumer)* – Kombinacija modela B2B i B2C, zapravo poslovanje poduzeća i korisnika sa posrednikom. Primjer ovog modela bi bila aplikacija koja povezuje više kataloga ili spajanje više poduzeća za kompletnu uslugu.
6. **C2B2C** *(Consumer to Business to Consumer)* – Model u kojem dva korisnika provode poslovanje koristeći internet poduzeće kao posrednika. Primjer su stranice za zapošljavanje, ili stranice za osobne oglase.

4.2. Prednosti i nedostatci elektronskog poslovanja

Elektroničko poslovanje ima svojih prednosti i nedostataka. Osim svoje dostupnosti 0 -24 h, zatim dostupnost sa bilo kojeg elektroničkog uređanja sa operacijskim sustavom, prednosti su[15]:

- Novi poslovni modeli i bolja zarada,
- globalni doseg i ažurni podaci – bolji marketing,
- smanjenje troškova,
- poboljšani odnosi s partnerima i suradnja,
- poboljšani odnosi s klijentima i usluge,

[15] https://www.fer.unizg.hr/_download/repository/1__ePoslovanje_uvod.pdf

- olakšava pružanje javnih usluga, kao što su usluge policije, zdravstva i obrazovanja,
- omogućuje da se proizvodi i usluge prodaju po nižim cijenama što u konačnici rezultira povećanjem životnog standarda stanovništva.

Među nedostacima elektronske trgovine najviše se ističe gubitak integriteta podataka. Dakako u današnje vrijeme postoje različite tvrtke koje se bave sigurnosti te na velikim stranicama gotovo je nemoguće za krađu ukoliko kupac sam ne pogriješi.

Ostali nedostaci su:

- izloženost riziku zlouporae,
- sigurnost rada i odvijanje poslovanja putem Intermeta,
- osiguranje podataka od degradacije i uništenja,
- tehnički zahtjevan prijelaz s klasičnom načina poslovanja na elektronički,
- troškovi razvoja elektroničkog načina poslovanja,
- rizik nastanka materijalne štete,
- nedostatak povjerenja uslijed virtualnog načina poslovanja,
- nedostaka stručnog osoblja i znanja,
- neuređeni pravi i zakonodavni propisi u zemljama i ostali nedostaci i problemi.[16]

4.3. Elektronska trgovina

Prvu *on-line* trgovinu izmislio je Michael Aldrich 1979 godine spojivši televizijski prijamnik sa telefonskom vezom pomoću računala koristeći transakcije u stvarnom vremenu. Ovaj izum nazvao je *teleshopping*.[17]U današnje vrijeme je to već dugogodišnja uobičajena praksa. Ne samo zbog proizvoda koji su jeftiniji ako se naručuju preko interneta ili kojih nema u lokalnoj distribuciji već i zbog uštede vremena i ostalih resursa.

Kako su elektronička trgovina i poslovanje su široki pojmovi, različiti autori imaju različite definicije, prema Panianu elektronička trgovina (*E-commerce*) je proces kupnje, prodaje ili razmjene proizvoda, usluga ili informacija putem javno dostupne računalne mreže, interneta, a nudi veliko smanjenje troškova i vremena transakcija[18].

[16] Spremić M., Menadžment i elektroničko poslovanje, Zagreb, Narodne novine, str.119
[17] www.aldricharchive.com/inventors_story.html
[18] Panian Ž, Elektroničko trgovanje, 2000

Elektronska trgovina predstavlja kupovinu i prodaju dobara ili usluga putem Interneta, kao i elektronsku razmjenu dokumenata koji prate robu, novac i usluge. Može se i definirati kao proces upravljanja financijskim sredstvima od strane pojedinaca ili tvrtki putem Interneta. Ti procesi uključuju maloprodajne i veleprodajne transakcije. Elektronički trgovac uglavnom ništa ne proizvodi, već nudi potrošačima ono što su proizveli ili što kao uslugu nude drugi. Njegovo je web-mjesto, stoga, u pravilu daleko više usmjereno na tržište potrošača i, posebice, na konkurenciju, podržavajući i ostvarujući ozbiljnije marketinške aktivnosti. U elektroničkoj trgovini, trgovati se može svime što je netko prethodno proizveo ili kani proizvesti.[19]

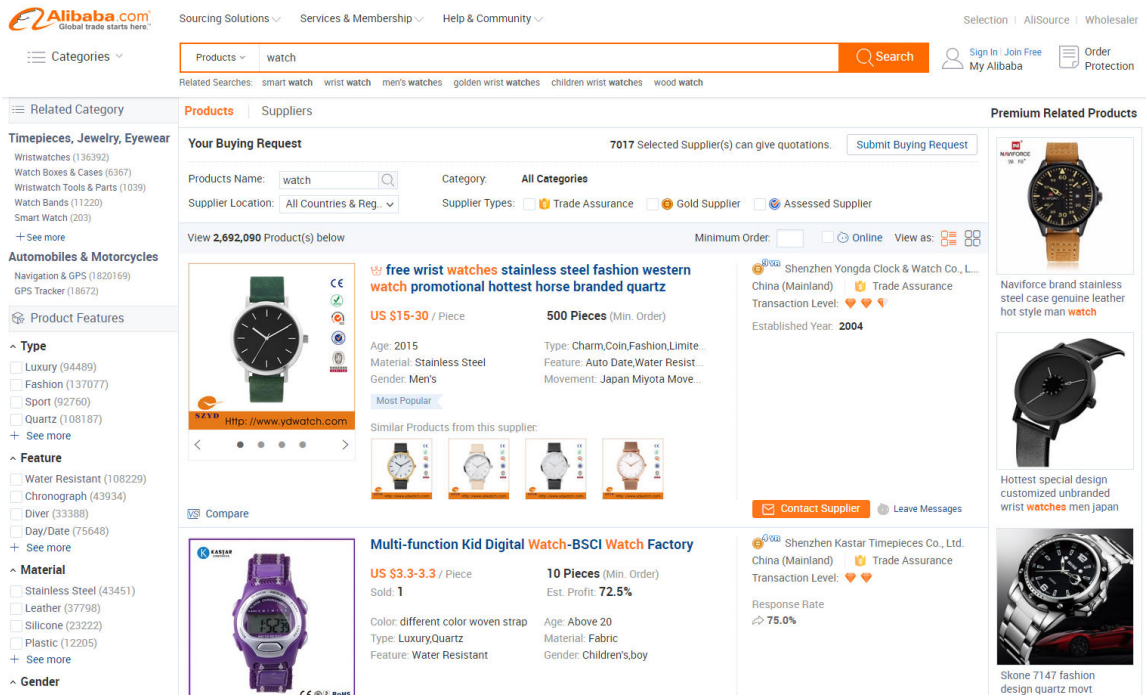
[19] Babić R, Krajnović A, Radman Peša A, Dosezi elektroničke trgovine u Hrvatskoj i svijetu, Oeconomica Jadertina 2/2011, Sveučilište u Zadru, 6.5.2016.
hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111604

5. POSTUPAK KUPNJE I UVOZA ROBE KUPLJENJE PUTEM ELEKTRONIČKE TRGOVINE

Poslovanje putem Interneta sve više postaje nezaobilaznom marketinškom strategijom i za velike i za male tvrtke. Trgovina putem Interneta za pojedinca znači dostupnost u bilo koje doba dana, pristup svim mogućim informacija, mogućnost usporedbi cijene robe ili usluge koju želi kupiti. Praktičnost ovakvog trgovanja izražava se i u privatnosti kupca te jednostavnosti, neograničenom izboru te mogućnosti personalizacije proizvoda. Proizvodi koji se mogu kupiti elektronskom trgovinom u pravilu su jeftiniji zbog smanjenja svih troškova koji se se nalazi pri dostavi robe u fizičke trgovine. Skeptičnost kupaca izražava se pri činjenici da nemogu fizički opipati proizvod te se uvjeriti u „stvarni“ izgled. Nadalje mogućnost primitka neispravnog proizvoda te proces reklamacije koji je kompliciraniji naspram tradicionalne kupnje.

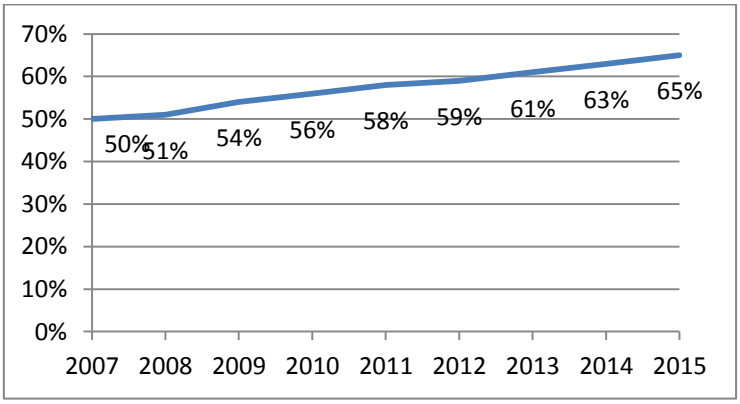
Za Internet prodavatelja najvažnije je da su kupci zadovoljni sa uslugom. Zadovoljstvo kupca tvrtke postižu velikim asortimanom ponude, niskim cijenama, pouzdanosti dostave, sigurnosti pri samoj kupnji. Također vrlo je važno imati jednostavno korisničko sučelje kako bi kupci mogli lako i sigurno pristupiti informacijama koje ih zanimaju. Internet trgovine također mogu voditi statistike i analize svojih kupaca, pratiti njihova ponašanja prilikom pregledavanja proizvoda te shodno tome unaprijediti svoje moguće nedostatke.

Neke od najpoznatijih i po profitu najvećih elektronskih trgovina su Amazon, Alibaba, E-bay. **Amazon** - američka tvrtka osnovana 1994. i trenutno je najveća internetska trgovina. Ima B2C, i C2C model poslovanja, što znači da posreduje između korisnika ali također proizvodi i prodaje svoje proizvode na svojim Internet stranicama. **eBay** – Internet tvrtka osnovana 1995. godine u Sjedinjenim Američkim Državama. Koristi C2C, odnosno *consumer to consumer* model poslovanja. Osim klasične kupnje naziva *„buy it now“* to jest instant kupnje proizvoda, eBay svijim korisnicima nudi i kupnju putem aukcije gdje se korisnici natječu za određeni proizvod. eBay razvija efikasnu *on-line* podršku te je sigurnost kupaca garantirana sto postono. **Alibaba** – kineska e-trgovina osnovana 1999. godine koja pruža B2C, C2C i B2B model poslovanja. U 2015. godini vrijednost je bila 212 milijardi dolara. U primjeru na slici dva vidimo primjer pretraživanja za ručne satove. Sa lijeve strane možemo i više personalizirati naše zahtjeve. U prvoj ponudi vidi se kako je minimalna narudžba 500 komada, što je očito primjer poslovanja između poduzeća. Daljnjim klikom na sliku možemo vidjeti detaljnije informacije o proizvodu, prodavatelju i ostalo.



Slika 2 Primjer Alibaba Internet trgovine
Izvor: autor

Prema podacima Eurostata u Europskoj uniji bilježi se porast Internet kupovine posljednih nekoliko godina. U 2015. godini čak 65% korisnika Interneta kupilo je proizvod ili uslugu putem elektronske trgovine.

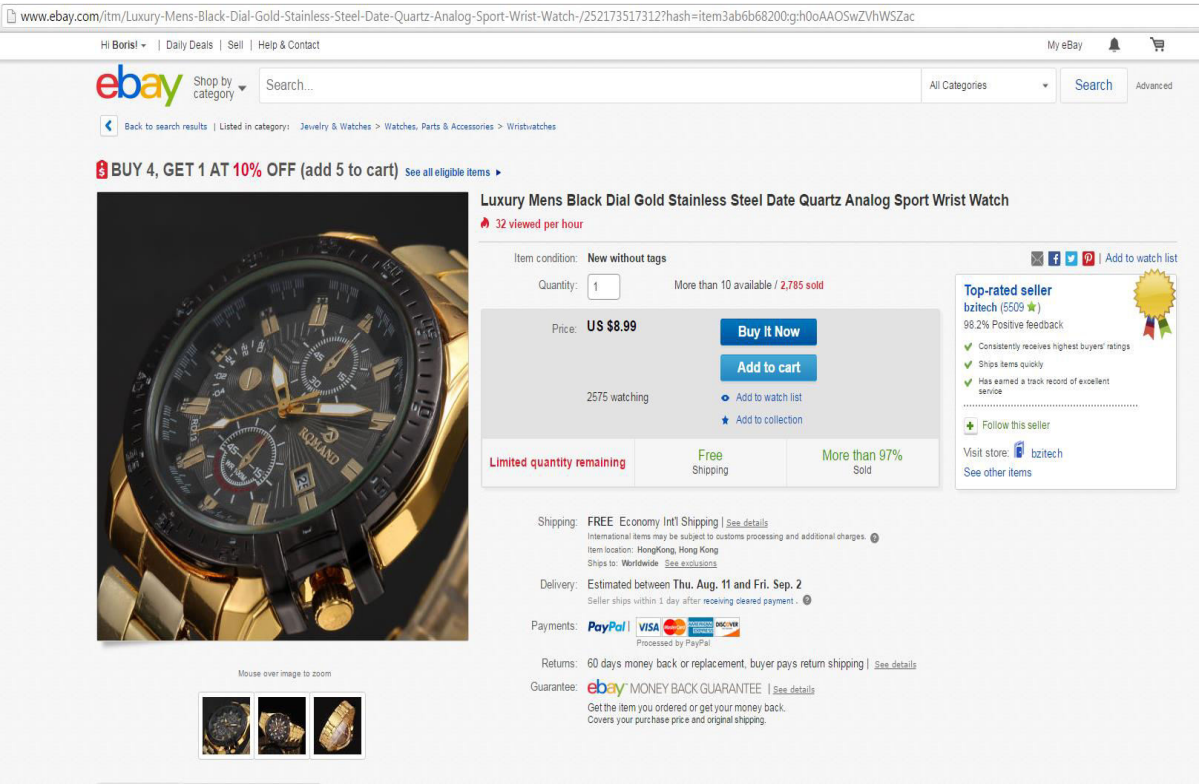


Grafikon 1 Prikazuje postotak Internet korisnika u Europskoj uniji koji su kupili robu preko Interneta
Izvor: ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals#Further_Eurostat_information

5.1. Kupovina u elektronskoj trgovini

Kako bi se e-kupovina mogla ostvariti i kako bi proizvod došao do vrata potrošača, korisnik to jest potrošač je potreban uputiti se na jednu od Internet trgovina. Poželjno je da korisnik ima osnovno poznavanje rada na računalo, računalo, pristup Internetu te kreditnu karticu s kojom se moguće ostvariti kupovinu putem Interneta. Kada se korisnik odluči na kojoj će trgovini potražiti proizvod, primjerice eBay potrebno je registrirati to jest napraviti korisnički račun. Kada se registrira na stranicu također je potrebno registirati se na PayPal[20] stranicu, posrednika za sigurniju kupovinu koju koristi veliki broj Internet trgovina. Nadalje korisnik preko stranice potražuje svoj proizvod upisujući ključnu riječ u tražilicu. Neki proizvodi dostupni su opcijom „kupi odmah“ (*buy it Now*) a neki se mogu kupiti putem licitiranja te pritom dobiti za manju (ili veću) cijenu od one stvarne. Prilikom toga savjetuje se provjeriti prodavača. Na slici 3. se vidi primjer Internetske kupovine na eBay-u, vidi se cijenu artikla u dolarima, zatim njegove slike te opis artikla. Sa desne strane nam se nalazi ocjena prodavača te daljnjom provjerom možemo vidjeti recenzije koje ostavljaju drugi korisnici nakon njihove kupovine. Korisnik se može odlučiti između pet vrsta plaćanja, jedna je već spomenuta PayPal, i ostale su vrste kreditnih kartica.

[20] *PayPal* je internetski orijentirana kompanija koja omogućava da se uplate i novčani prijenosi obavljaju u potpunosti preko interneta. PayPal je vrsta P2P, klijent- klijentu usluge, omogućuje transakcije između dva korisnika. www.paypal.com/



Slika 3 Primjer Internet kupovine na Ebay stranici
Izvor : autor

Nakon unosa svih potrebnih informacija za kupnju, odabira željene destinacije (Croatia), kupac provjerava zadnju cijenu, to jest dali ima besplatnu dostavu ili cijenu dostave pokriva kupac. Na primjeru se vidi da je dostava *(Shipping),* besplatna. Nakon kupnje, na korisnikovu e-poštu pristiže račun te rok dostave. Ovisno o veličini proizvoda i destinaciji odkud se proizvod šalje, prijevoz se može obavljati zračnim ili morskim putem, što nadalje utječe na sam rok dostave.

Nakon što je kupovina zaključena, prodavač zaprima narudžbu te šalje naručeni proizvod prema svom klijentu koristeći poštansku uslugu. Ukoliko određeni proizvod ne stigne u određenom roku do kupca, kupac se može žaliti prodavatelju putem eBay stranice. Ukoliko se ne postigne dogovor između kupca i prodavatelja, to jest ako prodavatelj ne vrati uplaćeni iznos ili ne pošalje ponovo proizvod, kupac se dalje može žaliti eBay-u te se otvara parnica za određeni događaj gdje eBay donosi odluku tko snosi odgovornost.

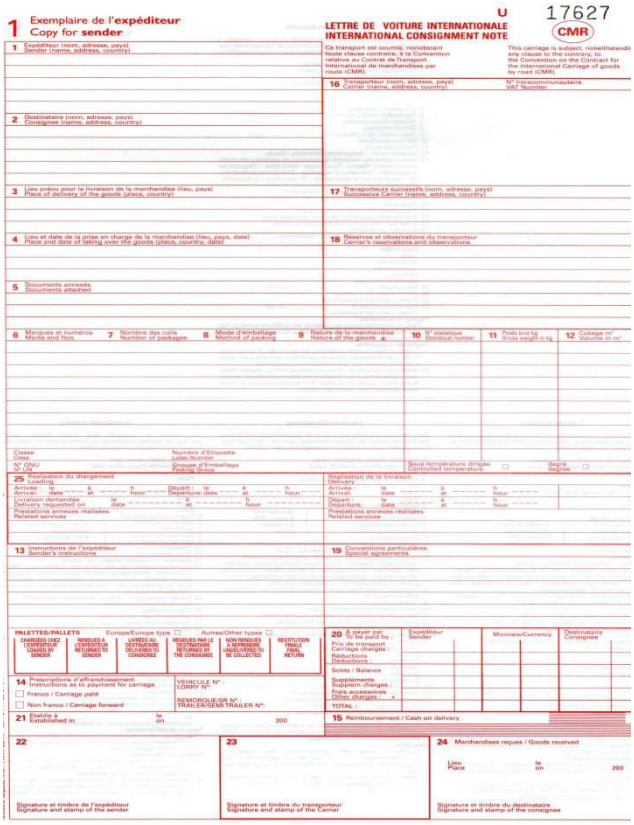
5.2. Proces dostave kupljenog proizvoda

Nakon što je prodaja zaključena, primjerice za ručni sat u slici 3. prodavač zaprima zahtjev za slanje na adresu klijenta. Ukoliko je prodaja zaključena između dva klijenta (C2C), prodavač će poslati proizvod koristeći jednu od poštanskih usluga. Ukoliko je prodavač tvrtka primjerice Amazon (B2C), slanje proizvoda će vjerojatno biti obavljeno specijaliziranim tvrtkama za dostavu. Nakon zaključenja prodaje proizvod je stavljen u dostavnu ambalažu te je vagan. Ako je paket malih dimenzija, biti će poslan zračnim, a ukoliko je paket teži biti će poslan morskim ili željezničkim putem. Ukoliko je paket malih dimenzija biti će poslan na okrupnjivanje tereta, to jest bit će stavljen u zbirnu pošiljku. Zbirna pošiljka je u smislu eksploatacije prijevoznog sredstva ima sva obilježja vagonska, kamionske, odnosno kontejnerske pošiljke budući da se kao takva predaje na prijevoz, no sama se sastoji od više različitih pojedinačnih (komandnih) pošiljaka koje u prethodno prikupljene i konsolidirane u jedinstvenu zbirnu pošiljku.[21] Osnovna svrha zbirnog prometa je optimalno korištenje kapaciteta, to jest smanjenje prijevoznih troškova. Usluga zbirnog prijevoza u kontejnerskog prijevozu naziva se LCL Service eng. *Less then Container Load.* Nakon okrupnjivanja tereta paket se nalazi u jednom od kontejnera ili ostalih teretno-manipulativnih jedinica. Zbirne pošiljke otpremaju se jednom od prijevoznih isprava, ovisno o vidu prometa to može biti CMR, CIM, AWB ili B/L. Uz prijevoznu ispravu obavezno se prilaže popis svih pojedinačnih pošiljki od kojih se zbirna pošiljka sastoji. Za svaku pojedinačnu pošiljku špediter primatelju ispostavlja prijevoznu ispravu internog karaktera zvanu *bordero,* kao dokaz da je primio pošiljku na prijevoz.

CMR – teretni list za cestovni prijevoz, predstavlja ugovor između cestovnog prijevoznika i korisnika prijevoza. Teretni list popunjava pošiljatelj ili najčešće međunarodni špediter. Prilikom preuzimanja robe prijevoznik je dužan utvrditi točnost podataka navedenih u teretnom listu i to naročito broj koleta. Oznake na ambalaži , vrstu ambalaže i vanjski izgled robe. Teretni list se sastoji od 3 dijela:

1. Prvi dio teretnog lista ostaje kod pošiljatelja,
2. drugi dio prati pošiljku,
3. treći dio sadržava prijevoznik.

[21] Ivanković Č, Stanković R, Šafran M. Špedicija i logistički procesi, Zagreb, 2010.



Slika 4 Primjer teretnog lista za cestovni prijevoz
Izvor: www.gmjphoenix.com/transport-de-marchandises/vente-en-ligne/lettres-de-voiture-vente-en-ligne/lettre-de-voiture-internationale-cmr/

CIM – teretni list u željezničkom prometu propisan Međunarodnom konvencijom o prijevozu robe željeznicom. Osnovne funkcije lista su: potvrda prijevoznika da je primio robu na prijevoz, potvrda o zaključenom ugovoru o prijevozu i dokaz o isporuci.

AWB – *airway bill,* teretni list to jest prijevozna isprava u međunarodnom zrakoplovnom prijevozu robe, koja je propisana od strane IATA-e[22]. Služi kao dokaz da je prijevoznik primio robu za prijevoz i nije prenosiva.

B/L – bill of lading, teretni list (slika 5.) za pomorski promet je isprava kojom brodar potvrđuje da je preuzeo na prijevoz određenu pošiljku u prividno dobrom stanju, obilježenu znakovima raspoznavanja. Treba sadržavati: tvrtku, naziv i sjedište odnosno ime i prebivalište. Može biti čista (bez primjedbi na teret) ili nečista (teretnica sadrži primjedbe na teret). Teretnica ima i značenje vrijednosnog papira koji se može prenositi s jedne osobe na drugu, što znači da se sa ovom teretnicom može i trgovati.

[22] Međunarodna udruga za zračni (eng. International Air Transport Association, fr. Association internationale du transport aérien) je globalna trgovinska organizacije (udruženje) koja predstavlja, vodi i služi oko 270 zrakoplovnih tvrtki koje se bave zračnim prijevozom, odnosno pokriva 94% ukupno ostvarenih redovnih letova u međunarodnom zračnom prometu.



BILL OF LADING

Bill/Lading Number
S00158002

EXPRESS

EXPRESS BILL OF LADING

FREIGHT FORWARDER QUOTEONLINE.COM

Shipper
FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE USA
601 South Figueroa Street Suite 4050
Los Angeles, CA 90017

Consignee (if "To Order" so indicate)
FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE AUSTRALIA
LVL 2, 44 Market Street Sydney
NSW 2000

Notify party (No claim shall attach for failure to notify)
FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE AUSTRALIA
LVL 2, 44 Market Street Sydney
NSW 2000

Received by the Carrier, the Goods as specified below in apparent good order and condition unless otherwise stated, to be transported to such place as agreed, authorised or permitted herein and subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this Bill of Lading to which the Merchant agrees by accepting this Bill of Lading, any local privileges and customs notwithstanding.
The particulars given below as stated by the shipper and the weight, measure, quantity, condition, contents and value of the Goods are unknown to the Carrier.
In WITNESS whereof one (1) original Bill of Lading has been signed if not otherwise stated below, the same being accomplished the other(s), if any, to be void. If required by the Carrier One (1) original Bill of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the Goods or delivery order.

Vessel	Port of Loading	Excess Value Declaration: Refer to Clause 11(4) + (5) on reverse side
ANL BINDAREE / 435s	CHICAGO, UNITED STATES	

Port of Discharge	Destination (If on-carriage)	Freight Payable at	No. of Originals
SYDNEY, AUSTRALIA	SYDNEY, AUSTRALIA	SYDNEY, AUSTRALIA	0 (ZERO)

Marks and Numbers	Number and Kind of packages; Description of Goods	Gross Weight Kgs.	Measurement M³
FFQO P/NO 1 - 3	3 Pallet(s) TOYS	2073.846 KG	5.171 M3

Container	Seals	Type	Weight	Volume	Packages	Mode
FSCU8100309	4411711	20GP	2073.846 KG	5.171 M3	3 PLT	CFS/CFS

SAMPLE ONLY

Consol Ref: C00001528

INCOTERM: FOB SHIPPED ON BOARD

Bill of Lading must be surrendered to:
FREIGHT FORWARDER QUOTE ONLINE
LEVEL 2 RIVERSIDE QUAY, 1 SOUTHBANK BOULEVARD
SOUTHBANK VIC 3006
AUSTRALIA

Phone: 1300651233

Freight Details, Charges, etc.

Place and Date of Issue
CHICAGO, UNITED STATES 23-Jun-15

AS CARRIER

Place of Receipt	Place of Delivery
CHICAGO, UNITED STATES	SYDNEY, AUSTRALIA

Total No. of Packages (in words)
THREE PALLET(S)

LAW AND JURISDICTION CLAUSE
The Contract evidenced by or contained in this Bill of Lading shall be governed by Australian law and any claim or dispute arising hereunder or in connection herewith shall (without prejudice to the Carrier's rights to commence proceedings in any other jurisdiction) be subject to the jurisdiction of the Courts of Australia.

Note: The Merchant's attention is called to the fact that according to Clauses 10, 11 and 12 of this Bill of Lading, the liability of the Carrier is, in most cases, limited in the respect of loss of or damage to the goods and delay.

Slika 5 *Bill od lading*, brodska teretnica
Izvor: www.freightforwarderquoteonline.com/wp-content/uploads/2015/09/FFQO-Bill-of-Lading.jpg

5.3. Carinski postupak

Roba koja ima status robe Europske Zajednice je roba u cijelosti dobivena na carinskom području Zajednice, roba uvezena iz država ili teritorija koji nisu dio carinskog područja Zajednice i puštena u slobodni promet na carinskom području Zajednice, te roba dobivena ili proizvedena u carinskom području Zajednice od prethodno navedenih roba. Takva roba kreće se unutar carinskog područja Europske unije slobodno bez mjera carinskog nadzora, te se prilikom kupnje takve robe putem interneta na istu ne primjenjuju carinski postupci niti se naplaćuju uvozna davanja (carine i porezi).

Primjer: roba podrijetlom iz Kine ocarinjena u drugoj državi članici Europske unije, tj. za koju su plaćena uvozna davanja u toj državi članici smatra se robom Zajednice. Takva roba

kupljena od druge tvrtke iz zemlje članice Europske unije koja dolazi u poštanskom prometu, nije predmet carinjenja.[23]

Carinjenje poštanskih pošiljaka za Republiku Hrvatsku vrši se u Područnom carinskom uredu Zagreb, Službi za RGP Pošta, Branimirova 4, Zagreb.

Roba koja se ne unosi osobno već je predana na prijevoz, smješta se u carinska skladišta neocarinjena i roba tamo ostaje sve do završetka carinjena ili predaje vlasniku. U skladišta se smješta i roba predana na izvoz, te tranzita roba u međunarodnom prijevozu.

Tabela1 Prikaz vrijednosti robe koja podliježe carinjenju i PDV-u
Izvor: https://carina.gov.hr/carinski-postupak-u-postanskom-prometu-2718/2718

Poštanska pošiljka	Davanja	Napomena
Pošiljke zanemarive vrijednosti do 160 kn	Oslobođeno od carine i PDV-a	Ne odnosi se na alkoholna pića, duhanske proizvode, parfeme i toaletne vode
Besplatne pošiljke koje fizička osoba šalje fizičkoj osobi, namijenjene osobnoj uporabi, vrijednosti do 45 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti	Oslobođeno carine i PDV-za pošiljke vrijednosti do 45,00 EUR u kunskoj protuvrijednosti	Oslobođenje je količinski ograničeno za duhanske proizvode, alkoholna pića, parfeme i toaletne vode
Pošiljke zanemarive vrijednosti do 150 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti,odnosi se na komercijalne i nekomercijalne pošiljke, bez obzira na primatelja	Oslobođeno od carine; PDV se obračunava na pošiljke čija je vrijednost veća od 160kn	Oslobođenje se ne primjenjuje na alkoholna pića, parfeme i toaletne vode, duhan i duhanske proizvode
Pošiljke iznad 150 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti	Plaća se carina i PDV	

Pošiljke kupljene preko Interneta zanemarive vrijednosti do 160,00 kuna, kao i nekomercijalne pošiljke do 45 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti koje fizička osoba šalje fizičkoj osobi oslobođene su plaćanja carina i poreza na dodanu vrijednost. Izuzetak su alkoholna pića, duhanski proizvodi, parfemi i toaletne vode.

[23] carina.gov.hr/carinski-postupak-u-postanskom-prometu-2718/2718

Primjer: roba kupljena putem interneta, kunske vrijednosti npr. 250,00 kn biti će oslobođena carina (jer je vrijednost pošiljke manja od 150 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti), ali će se na cjelokupan iznos od 250,00 kn platiti porez na dodanu vrijednost (jer je vrijednost pošiljke veća od 160kn).[24]

5.4. Carinski postupak i dokumenti u poštanskom prometu

Od dana kad je Republika Hrvatska pristupila Europskoj zajednici prihvatila je i njihov sustav carinjenja. Počinje se koristiti s primjenom sustava HRAIS, to jest nacionalnog sustava za obradu uvoznih carinskih deklaracija. AIS je engleski naziv za *Automated Import System*, koji predstavlja sustav obrade uvoznih carinskih deklaracija utemeljen na elektroničkoj razmjeni podataka s gospodarskim subjektima, dok HRAIS predstavlja, nacionalni sustav za obradu uvoznih carinskih deklaracija.

Poštanske pošiljke se podnose na carinjenje uz valjani dokaz o vrijednosti robe, npr. račun, potvrdu o plaćanju, internet narudžbu ili ispis zaključenja nadmetanja.

[24] carina.gov.hr/carinski-postupak-u-postanskom-prometu-2718/2718



Slika 6 Primjer paketa naručena preko eBay-a poslane poštanskom uslugom ChinaMail
Izvor: autor

Kao što sve vidi na slici, na paketu je ispisan dokument na kojemu piše adresa na koju se paket šalje, dali paket ima „*tracking*“ number pomoću kojega možemo saznati gdje se trenutno paket nalazi dok je u isporuci, zatim težinu paketa i vrijednost paketa. Također iz ovog dokumenta se vidi da je paket poslan zračnim prijevozom zbog njegove iznimno male težine.

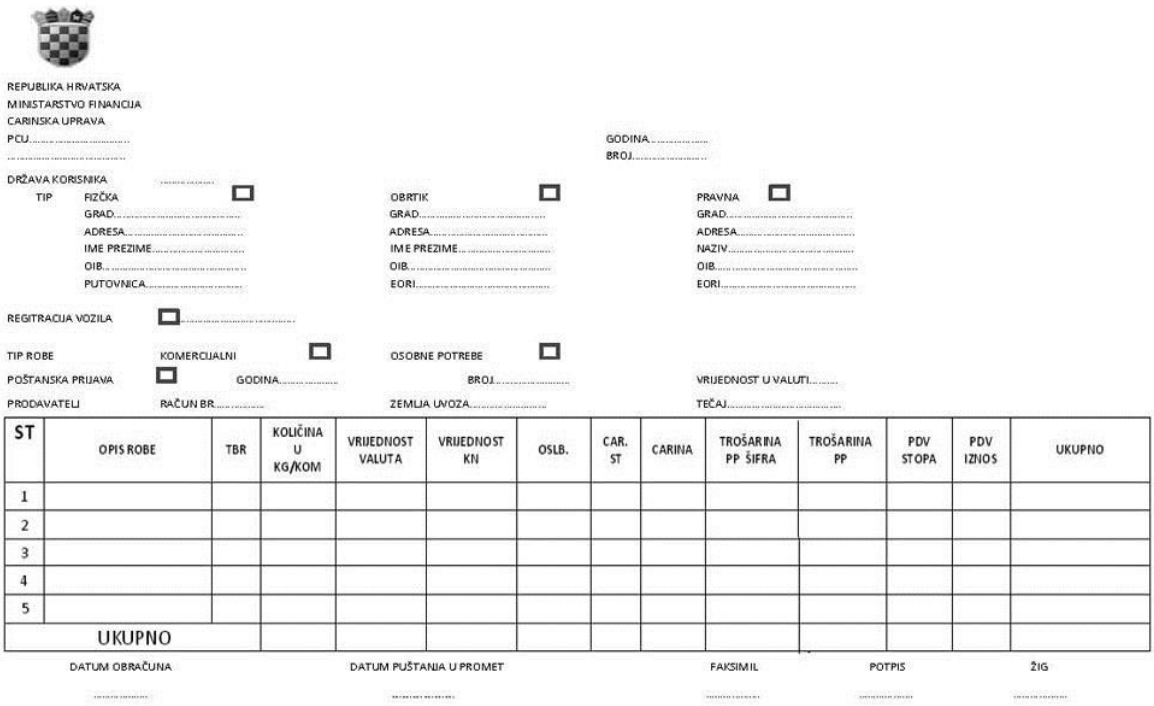
Za sve pošiljke robe koja nema status robe Zajednice i čija vrijednost ne prelazi 1.000 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti podnosi se usmena deklaracija uz obračun uvoznih davanja. Obračun davanja za robu koja je usmeno deklarirana nadležni carinski ured vrši na Obrascu za obračun uvoznih davanja u putničkom i poštanskom prometu.[25]

Kompanije brze dostave podnose elektronsku deklaraciju neovisno o vrijednosti robe uvažavajući pri tome carinska i porezna oslobođenja. Elektronska deklaracija podnosi se u ime stranaka, te zbog toga u svim carinskim aktivnostima s robom koja se dostavlja preko ovih kompanija, osim uvoza nekomercijalnih pošiljaka zanemarive vrijednosti do 160kn,

[25] http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_77_1553.html

domaće pravne i fizičke osobe i pravne osobe iz drugih članica EU moraju imati dodijeljen EORI broj.

Kod poštanskih pošiljaka dostavljenih putem Hrvatske pošte d.d. ne treba se podnositi elektronska deklaracija za sve pošiljke do 1.000 EUR-a u kunskoj protuvrijednosti. Navedene pošiljke pravne osobe mogu ocariniti usmenom deklaracijom, putem obrasca Obračun davanja.[26]



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO FINANCIJA
CARINSKA UPRAVA
PCU.....
.....

GODINA.....
BROJ.....

DRŽAVA KORISNIKA .....

TIP FIZIČKA ☐ OBRTIK ☐ PRAVNA ☐

FIZIČKA	OBRTIK	PRAVNA
GRAD.....	GRAD.....	GRAD.....
ADRESA.....	ADRESA.....	ADRESA.....
IME PREZIME.....	IME PREZIME.....	NAZIV.....
OIB.....	OIB.....	OIB.....
PUTOVNICA.....	EORI.....	EORI.....

REGITRACIJA VOZILA ☐.....

TIP ROBE KOMERCIJALNI ☐ OSOBNE POTREBE ☐

POŠTANSKA PRIJAVA ☐ GODINA..... BROJ..... VRIJEDNOST U VALUTI.....

PRODAVATELJ RAČUN BR..... ZEMLJA UVOZA..... TEČAJ.....

ST	OPIS ROBE	TBR	KOLIČINA U KG/KOM	VRIJEDNOST VALUTA	VRIJEDNOST KN	OSLB.	CAR. ST	CARINA	TROŠARINA PP ŠIFRA	TROŠARINA PP	PDV STOPA	PDV IZNOS	UKUPNO
1													
2													
3													
4													
5													
UKUPNO													

DATUM OBRAČUNA ..... DATUM PUŠTANJA U PROMET ..... FAKSIMIL ..... POTPIS ..... ŽIG .....

Slika 7 Obrazac za obračun uvoznih davanja u putničkom i poštanskom prometu
Izvor: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_77_1553.html

Također osim carinskih troškova za pošiljke koje podliježu naplati carinskog duga („ocarinjene“) kod uvoza naplaćuju se i poštanski troškovi[27]:

1. Podnošenje pošiljke na carinski pregled:

- masa pošiljke do 2 kg - 37,50 kn,

- masa pošiljke od 2 kg do 5 kg - 50,00 kn;

- masa pošiljke od 5 do 30 kg - 62,50 kn.

[26] https://carina.gov.hr/pristup-informacijama/propisi-i-sporazumi/carinsko-zakonodavstvo/carinski-postupak-u-postanskom-prometu-2718/2718
[27] http://www.posta.hr/pomoc-i-informacije/cesta-pitanja/cesta-pitanja-postanske-usluge-medunarodni-promet

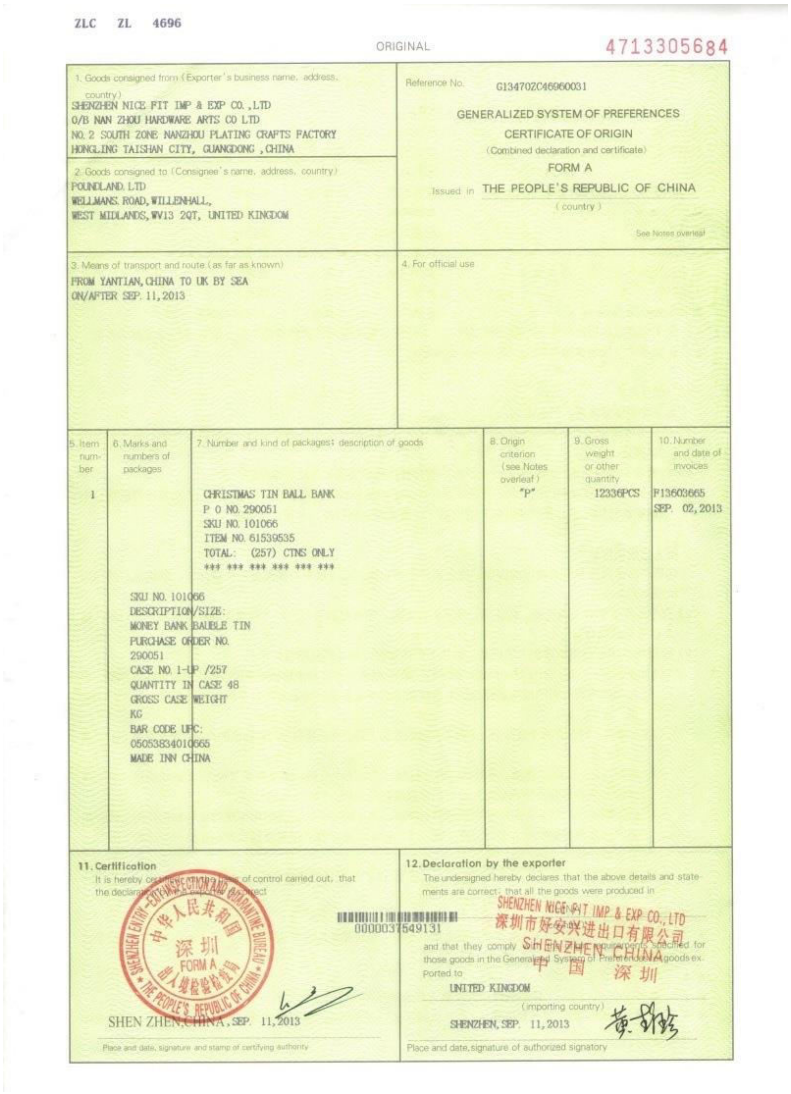
2. Ubrzano Podnošenje pošiljaka na carinski pregled po zahtjevu korisnika:

- masa pošiljke od 0 do 30 kg - 75,00 kn.

3. Uz uslugu podnošenja pošiljke na carinski pregled naplaćuje se i eventualna ležarina i poštarinu za poziv radi dostave dokaza o vrijednosti robe ako je poziv bio upućen primatelju.

5.5. Carinski postupak i dokumenti u kupovini veće količine proizvoda

Za primjer ovog carinskog postupka uzet će se uvoz adaptera za prijenosna računala iz Narodne Republike Kine. Nakon što kupac dogovori cijenu i ostale pojedinosti sa prodavačem, prodavač slaže prvu pošiljku adaptera koju će poslati u Hrvatsku. Pretpostavimo da je klijent kupio čitav kontejner adaptera te očekuje dostavu u luku Rijeka, te je unaprijed plaćeno i put je isplaniran od strane prodavača. Prodavač izdaje potvrdu o mjestu porijekla u Kini. Potvrda može biti potrebna u slučaju uvoznog carinjenja, su slučaju ako je klijent zahtijev. Za neke zemlje ovaj dokument je neophodan.



ZLC ZL 4696

ORIGINAL 4713305684

1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country)
SHENZHEN NICE FIT IMP & EXP CO.,LTD
G/B NAN ZHOU HARDWARE ARTS CO LTD
NO.2 SOUTH ZONE NANZHOU PLATING CRAFTS FACTORY
HONGLING TAISHAN CITY, GUANGDONG ,CHINA

Reference No. G134702C46960031

GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES
CERTIFICATE OF ORIGIN
(Combined declaration and certificate)
FORM A
Issued in THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
(country)

2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country)
POUNDLAND LTD
WELLMANS ROAD, WILLENHALL,
WEST MIDLANDS, WV13 2QT, UNITED KINGDOM

3. Means of transport and route (as far as known)
FROM YANTIAN, CHINA TO UK BY SEA
ON/AFTER SEP. 11, 2013

4. For official use

5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see Notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
1		CHRISTMAS TIN BALL BANK P O NO.290051 SKU NO.101066 ITEM NO.61539535 TOTAL: (257) CTNS ONLY *** *** *** *** *** *** SKU NO.101066 DESCRIPTION/SIZE: MONEY BANK BAUBLE TIN PURCHASE ORDER NO. 290051 CASE NO.1-UP /257 QUANTITY IN CASE 48 GROSS CASE WEIGHT KG BAR CODE UPC: 050538340100666 MADE INN CHINA	"P"	12336PCS	F13603665 SEP. 02, 2013

11. Certification
It is hereby certified on the basis of control carried out, that the declaration is correct

中华人民共和国 深圳 FORM A 出入境检验检疫局 THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

0000037549131

SHEN ZHEN CHINA, SEP. 11, 2013
Place and date, signature and stamp of certifying authority

12. Declaration by the exporter
The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in

SHENZHEN NICE FIT IMP & EXP CO.,LTD
深圳市好安兴进出口有限公司
SHENZHEN CHINA
中国 深圳

and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalized System of Preferences for goods exported to
UNITED KINGDOM
(importing country)

SHENZHEN, SEP. 11, 2013
Place and date, signature of authorized signatory

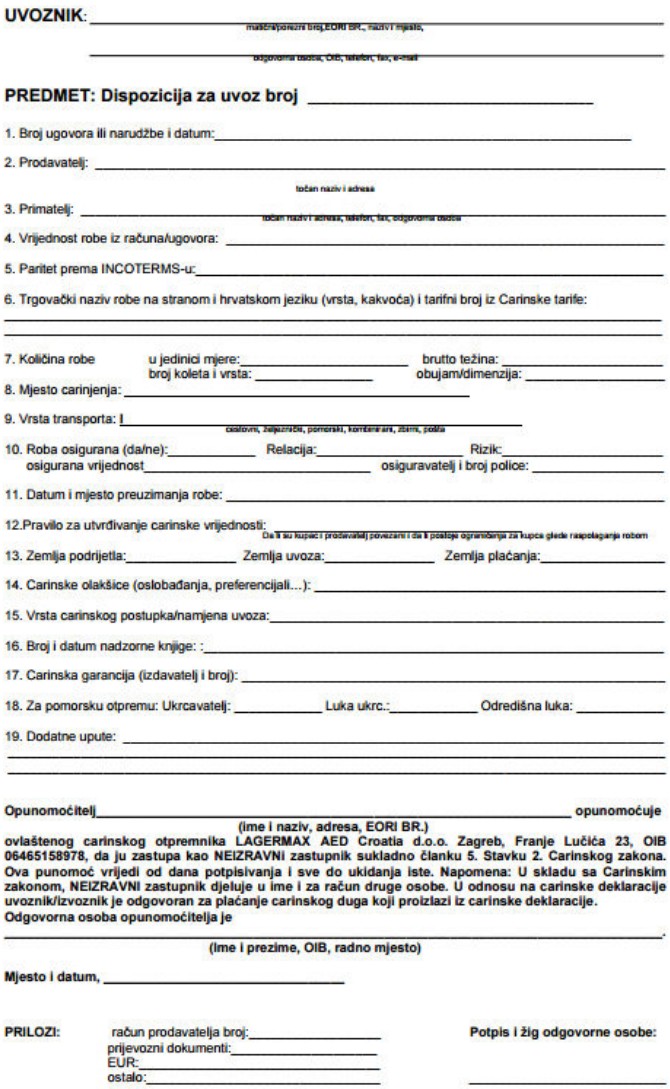
Slika 8 Potvrda o porijeklu robe
Izvor: https://cargofromchina.com/certificate-of-origin/

Špediter, odabran od strane prodavača, preuzima pošiljku, za nju izdaje i popunjava teretni list. Nakon što pošiljka dođe u luku Rijeka podliježe carinjenju. Carinsku deklaraciju podnosi deklarant ili njegov zastupnik. Osoba koja podnosi uvoznu carinsku deklaraciju mora osigurati elektroničku komunikaciju sa sustavom Carinske uprave odnosno potrebne tehničke uvjete za razmjenu elektroničkih poruka s Carinskom upravom preko sustava HRAIS. Roba može zastupati u dva načina, Ako deklarant ima zastupnika, zastupnik može podnijeti deklaraciju kao:

- izravni zastupnik, kada djeluje u ime i za račun uvoznika,
- neizravni zastupnik, kada djeluje u svoje ime, ali za račun uvoznika. U ovom slučaju, uvoznik/deklarant i neizravni zastupnik solidarno odgovaraju za plaćanje duga koji

proizlazi iz UCD, pod uvjetom da neizravni zastupnik posjeduje vjerodostojnu ispravu o zastupanju.[28]

Ukoliko korisnik želi da ga špediter zastupa u carinjenju treba priložiti dispoziciju za uvoz i komercijalnu fakturu. Dispozicija je dokument kojim nalogodavac (pošiljatelj ili primatelj) daje nalog ovlaštenom otpremniku da ga zastupa u carinskom postupku. Nalogodavac svojom ovjerenom dispozicijom odgovara za točnost podataka prema carinskom zakonu i snosi odgovornost prema carinskom zakonu za sve nepravilnosti koje su upisane, a ne odgovaraju činjeničnom stanju robe.[29]



UVOZNIK: _____
matični/porezni broj,EORI BR., naziv i mjesto,
_____
ugovorna osoba, OIB, telefon, fax, e-mail

PREDMET: Dispozicija za uvoz broj _____

1. Broj ugovora ili narudžbe i datum: _____
2. Prodavatelj: _____
točan naziv i adresa
3. Primatelj: _____
točan naziv i adresa, telefon, fax, odgovorna osoba
4. Vrijednost robe iz računa/ugovora: _____
5. Paritet prema INCOTERMS-u: _____
6. Trgovački naziv robe na stranom i hrvatskom jeziku (vrsta, kakvoća) i tarifni broj iz Carinske tarife:
_____
_____
7. Količina robe u jedinici mjere: _____ brutto težina: _____
broj koleta i vrsta: _____ obujam/dimenzija: _____
8. Mjesto carinjenja: _____
9. Vrsta transporta: _____
cestovni, željeznički, pomorski, kontejneri, zbirni, pošta
10. Roba osigurana (da/ne): _____ Relacija: _____ Rizik: _____
osigurana vrijednost _____ osiguravatelj i broj police: _____
11. Datum i mjesto preuzimanja robe: _____
12.Pravilo za utvrđivanje carinske vrijednosti:
Da li su kupac i prodavatelj povezani i da li postoje ograničenja za kupca glede raspolaganja robom
13. Zemlja podrijetla: _____ Zemlja uvoza: _____ Zemlja plaćanja: _____
14. Carinske olakšice (oslobađanja, preferencijali...): _____
15. Vrsta carinskog postupka/namjena uvoza: _____
16. Broj i datum nadzorne knjige: : _____
17. Carinska garancija (izdavatelj i broj): _____
18. Za pomorsku otpremu: Ukrcavatelj: _____ Luka ukrc.: _____ Odredišna luka: _____
19. Dodatne upute: _____
_____
_____

Opunomoćitelj _____ **opunomoćuje**
(ime i naziv, adresa, EORI BR.)
ovlaštenog carinskog otpremnika LAGERMAX AED Croatia d.o.o. Zagreb, Franje Lučića 23, OIB 06465158978, da ju zastupa kao NEIZRAVNI zastupnik sukladno članku 5. Stavku 2. Carinskog zakona. Ova punomoć vrijedi od dana potpisivanja i sve do ukidanja iste. Napomena: U skladu sa Carinskim zakonom, NEIZRAVNI zastupnik djeluje u ime i za račun druge osobe. U odnosu na carinske deklaracije uvoznik/izvoznik je odgovoran za plaćanje carinskog duga koji proizlazi iz carinske deklaracije.
Odgovorna osoba opunomoćitelja je
_____.
(ime i prezime, OIB, radno mjesto)

Mjesto i datum, _____

PRILOZI: račun prodavatelja broj: _____ **Potpis i žig odgovorne osobe:**
prijevozni dokumenti: _____
EUR: _____
ostalo: _____ _____

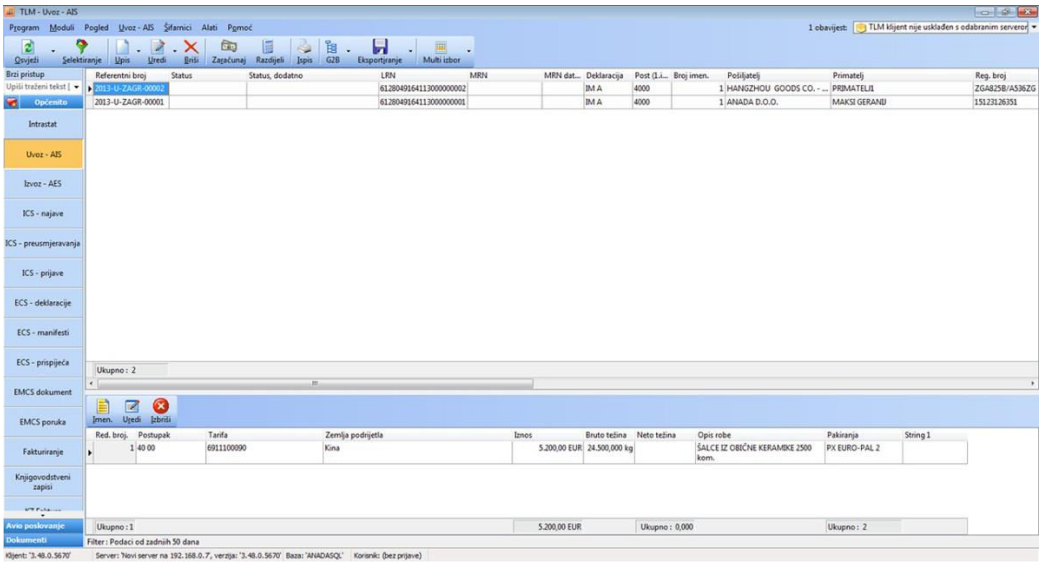
Slika 9 Dispozicija za uvoz
Izvor: https://www.dpd.com/hr/home/otprema/medunarodna_otprema/dispozicija_izvoz_uvoz

[28] https://carina.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/Procedure/Naputci//NDoc_1706.pdf
[29] https://www.dpd.com/hr/home/otprema/medunarodna_otprema/dispozicija_izvoz_uvoz

Prije podnošenja uvozna carinske deklaracije, deklarant ili njegov zastupnik može podnijeti zahtjev za prethodni pregled robe. Prethodni pregled robe odobrava se sukladno članku 42. CZZ i članku 187.a UPCZZ. Pri tome, sukladno članku 42. CZZ, prethodni pregled robe može se zahtijevati radi određivanja carinski dopuštenog postupanja ili uporabe robe. Prethodni pregled robe, koji može uključivati i uzimanje uzoraka robe, obavlja se na osnovi pisanog zahtjeva deklaranta odnosno njegovog zastupnika, koji mora sadržavati sljedeće podatke: - ime ili naziv, te adresu podnositelja zahtjeva, - podatak gdje se roba nalazi, - podatke o: - ulaznoj skraćenoj deklaraciji, ili - prethodnom carinskom postupku, ili - prijevoznom sredstvu, te - sve druge podatke potrebne za prepoznavanje robe.[30]

Postupak uvoznog carinjenja uz elektronsku primjenu, odnosno putem HRAIS-a izgleda ovako:

- Špediter ili korisnik predaje elektroničku deklaraciju preko portala Carinske uprave,
- ako je deklaracija neispravna, Carina šalje poruku o greškama kodom IE416,
- ako je deklaracija prihvaćena, Carina dodjeljuje MRN(Movement Reference Number) čime obavještava špeditera ili korisnika da je deklaracija ispravna i prihvaćena. Od tog trenutka taj broj postaje podatak kojim se identificira pojedini uvozni postupak u Republici Hrvatskoj.
- u slučaju da se roba ne pregledava, sustav Carine šalje poruku koda IE429, te je roba puštena u promet, te šalje istu poruku nakon pregleda kad je roba puštena u promet.



Slika 10 HRAIS sustav za elektronsko carinjenje
Izvor: http://www.anada.hr/images/ais_80.jpg

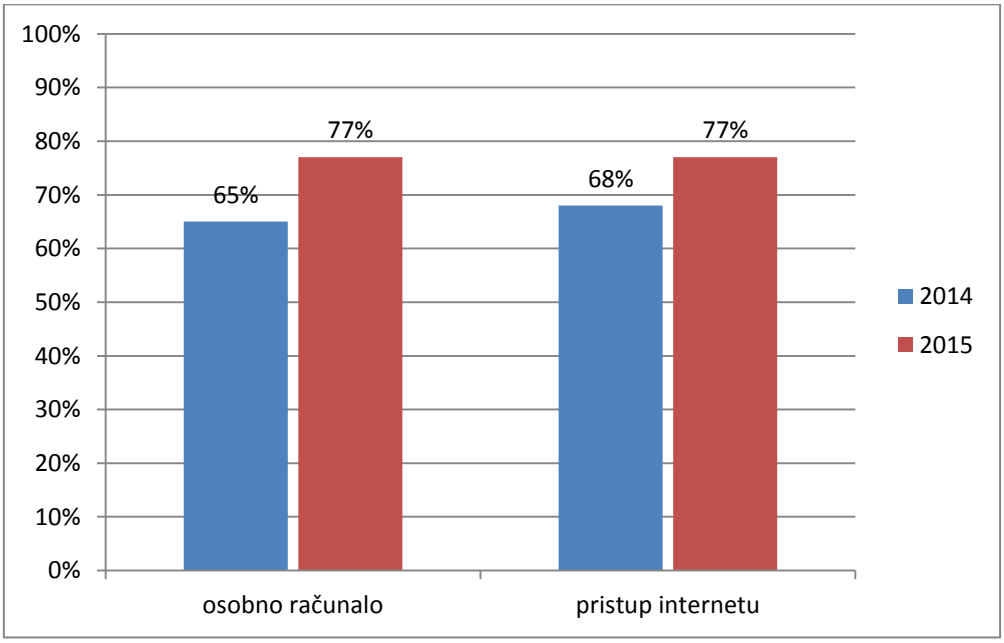
[30] https://carina.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/Procedure/Naputci//NDoc_1706.pdf

Za robu koja podliježe postupku carinjenja carinski dug čini carina, poseban porez ili trošarina ako se radi o robi koja podliježe tom porezu, te porez na dodanu vrijednost. Na utvrđenu carinsku vrijednost robe obračunava se carina po stopi propisanoj carinskom tarifom Europske unije, i ovisi o tarifnom broju u koji se roba razvrstava. Ukoliko roba podliježe obračunu posebnog poreza ili trošarina, isti se obračunava sukladno zakonima o posebnom porezu za određenu vrstu robe, ili sukladno Zakonu o trošarinama. Također, na carinsku vrijednost robe uvećanu za iznos carine, posebnog poreza ili trošarina (ako roba podliježe istome) obračunava se porez na dodanu vrijednost, ovisno o stopi koja je propisana za određenu vrstu robe.[31]

[31] https://carina.gov.hr/carinski-postupak-u-postanskom-prometu-2718/2718

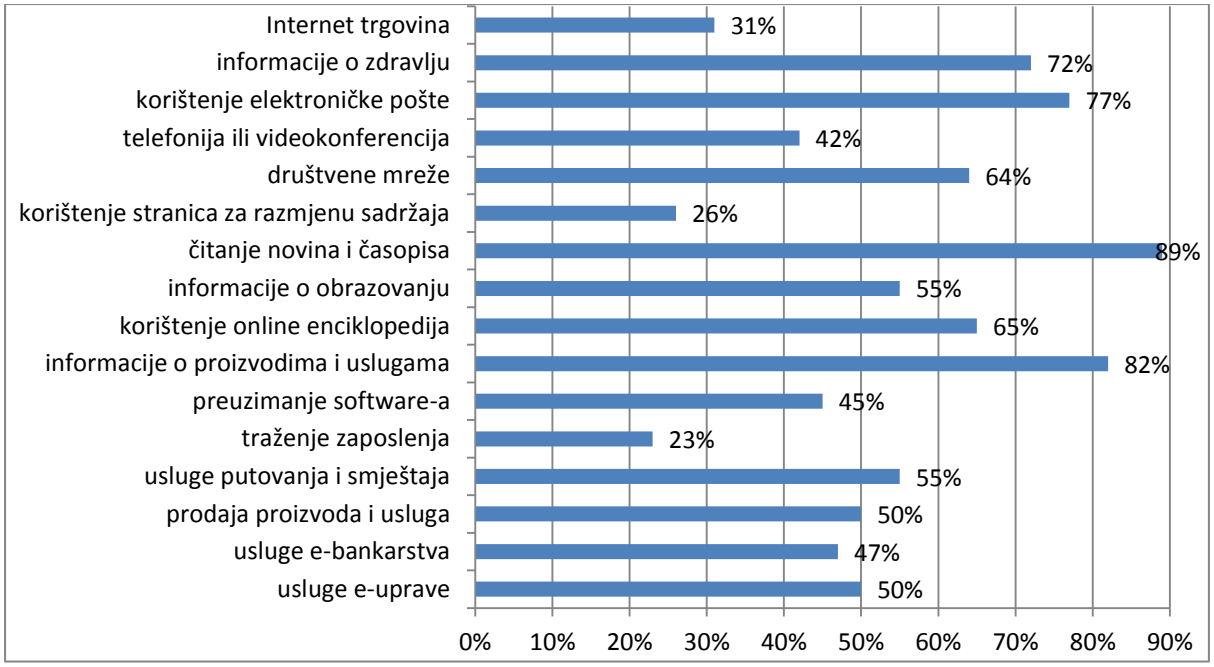
6. ANALIZA TRŽIŠTA ELEKTRONIČKE TRGOVINE U RH

Kako u svijetu tako je i u Hrvatskoj moguće koristiti usluge Internet trgovina i ostalih elektroničkih servisa. Da bi se elektronička trgovina mogla razvijati i normalno funkcionirati potrebna je strukturna podrška, to jest pristup Internetu ali i stanovništvo koje ima poznavanje rada na računalu ili na pametnim telefonima. U Republici Hrvatskoj opremljenost kućanstava informacijskom komunikacijskom tehnologijom i dostupnost Interneta je u porastu što se vidi iz grafikona 2.



Grafikon 2 Opremljenost kućanstava IKT-om
Izvor: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/02-03-02_01_2015.htm

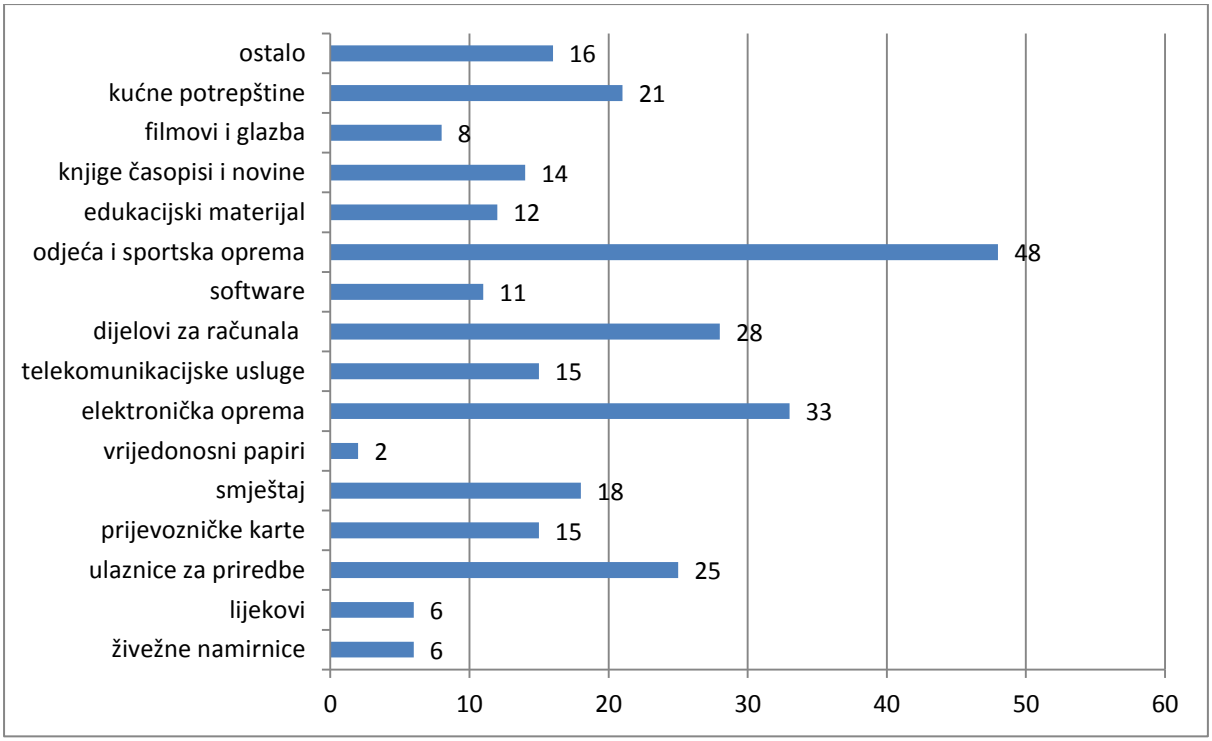
Kako je povećana uporaba Interneta tako je i trgovina njime povećana na 31% u 2015. godini, u odnosu na 28% u 2014. godini, vidljivo iz grafikona 3.



Grafikon 3 Uporaba Interneta kod pojedinaca u 2015. godini
Izvor: www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/02-03-02_01_2015.htm

Iz grafikona 3. vidimo za što sve pojedinci u Hrvatskoj koriste Internet. Kako bi Internet trgovina bila uspješna potrebno je i informiranje o proizvodima. Konstantan rast elektroničke trgovine u Hrvatskoj rezultat je i rasta svijesti gospodarstvenika o svim prednostima trgovanja preko Interneta i poslovanja na takozvanim virtualnim tržištima. Premda velika većina trgovaca u Hrvatskoj još uvijek Internet vidi kao virtualni izlog svoje prodavaonice, polako ali sigurno se sve više poduzetnika odlučuje za otvaranje web trgovina, prije svega zbog njihovih prednosti u odnosu na klasično trgovanje. Hrvatski poduzetnici su uvidjeli da održavanje trgovine preko Interneta je mnogo jeftinije i praktičnije od klasične trgovine jer nema troškova prostora, radno vrijeme je od 0 do 24 a prodavače zamjenjuje računalo. Još je veća prednost i činjenica da elektroničke trgovine nisu geografski ograničene, tako da kupce mogu imati iz cijelog svijeta. Osim toga, elektroničku trgovinu je danas relativno lako i pokrenuti, s obzirom na broj gotovih web-shop aplikacija na tržištu. Možemo zaključit da unatoč rastu tržišta i svijesti o prednostima elektroničke trgovine, još uvijek ima veliki prostorza napredak.[32]

[32] Babić R, Krajnović A, Radman Peša A, Dosezi elektroničke trgovine u Hrvatskoj i svijetu, Oeconomica Jadertina 2/2011, Sveučilište u Zadru



Grafikon 4 Internetska kupnja kod pojedinaca u RH, drugo polugodište 2014. godine i prvo polugodište 2015. godine
Izvor: www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/02-03-02_01_2015.htm

Iz grafikona 4 vidljivo je što sve Hrvati kupuju preko Internetskih dućana. Tu prednjači odjeća i sportska oprema, odmah iza toga slijedi elektronička oprema koja je svakako jeftinija u zemljama Dalekog istoka.

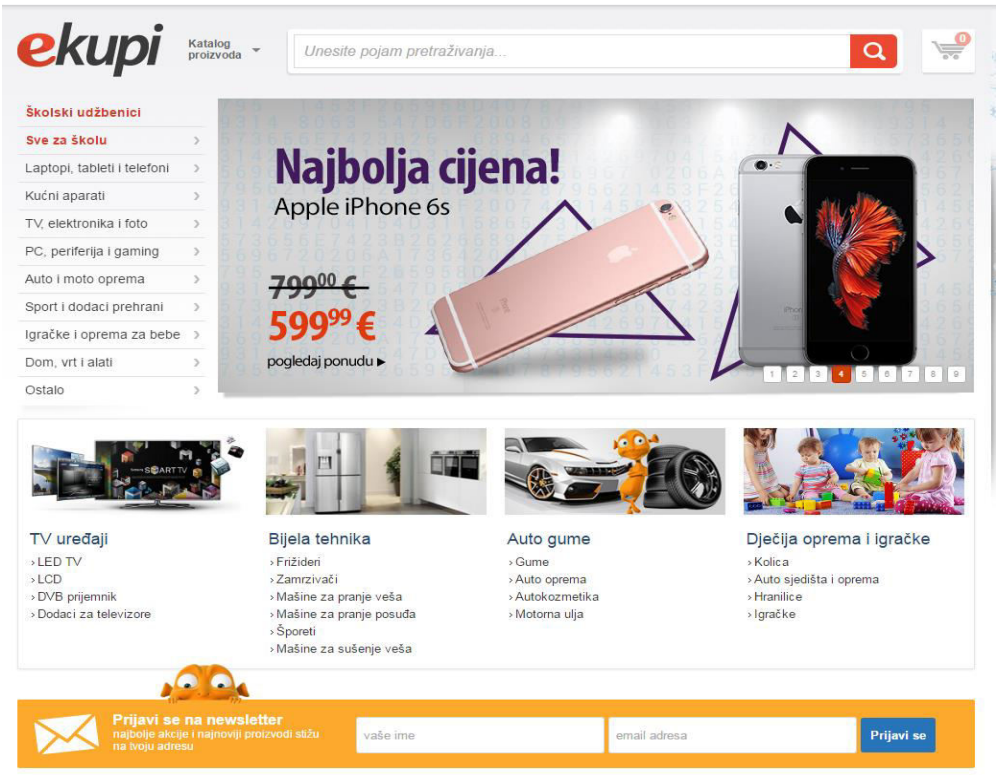
Hrvatsko tržište u odnosu na europsko je malo, tek oko dva milijuna korisnika ima mogućnost kupovanja Internet dućanima. Primjerice u Europi je prošle godine bilo čak 516 milijuna online korisnika, a online kupaca oko 296 milijuna od kojih je svaki u prosjeku potrošio 1540 €. Jednostavnom matematikom utvrđujemo da hrvatsko tržište ne pokriva ni jedan postotak europskoga. Izvješće European B2C E-commerce iz 2016. otkriva da se prihod od web trgovine u 2015 povećao za više od 13% i iznosi više od 455 milijardi €. U 2016 se također očekuje trend rasta prihoda koji će prema prvim procjenama iznositi 510 milijardi €, odnosno očekuje se rast od oko 12%. [33]Iako je hrvatsko tržište u odnosu na europsko malo, postoji niz e-trgovina koje se međusobno bore za pažnju potrošača. Neke od poznatijih e-trgovina u Hrvatskoj su:

- **eKupi** - najveća internet trgovina gdje možete pronaći široku ponudu proizvoda podijeljenih u nekoliko kategorija. eKupi je proglašena Web trgovcem godine 2016[34],

[33] www.smind.hr/ecommerce-analize/ove-godine-ocekujemo-12-postotni-rast-prihoda-od-web-trgovine
[34] www.smind.hr/web-trgovac-godine/web-trgovac-godine-2016-je-trgovina-ekupi-hr/

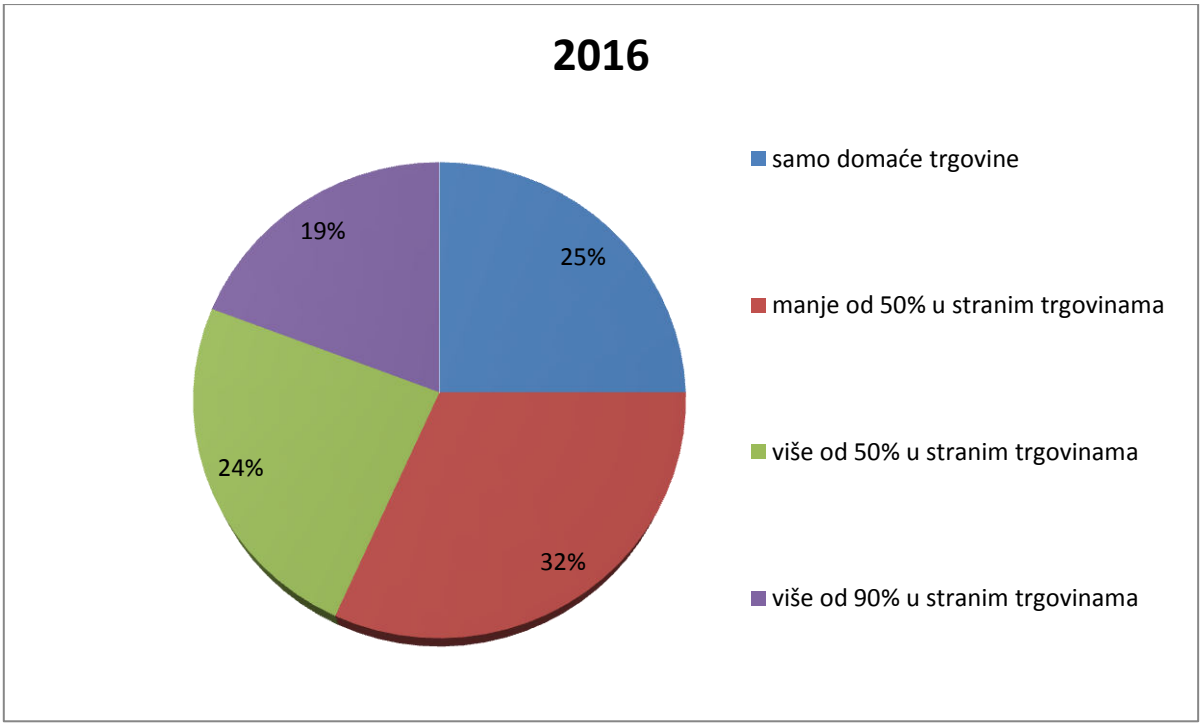
prema istraživanju Shopper's Mind – Web trgovac godine 2016. Nalazi se na adresi www.ekupi.hr, vizualni prikaz stranice vidi se na slici 12.

- **Abrakadabra** – domaća e-trgovina otvorena 4.travnja 2016.godine. Najveće prednosti Abrakadabre u odnosu na konkurenciju trebale bi biti mogućnost besplatne dostave kupljenih proizvoda na kioske Tiska i mogućnost plaćanja na rate, što u inozemnim trgovinama nije slučaj[35], može se naći na adresi www.abrakadabra.com
- **Mondo –** već dobro poznata e-trgovina koja se uspjela proširiti i regionalno. Velika prednost Monda, je u tome što nije potrebna registracija, to jest stvaranje korisničkog računa za kupovinu.
- **KONZUMklik –** Internet verzija poznatog hrvatskog lanca trgovina. Na ovoj stranici moguće je kupovati i živežne namirnice, kao u tradicionalnoj trgovini, što u ostalim prije spomenutim trgovinama nije slučaj.



Slika 11 Primjer stranice eKupi
Izvor: www.ekupi.hr

[35] www.tportal.hr/biznis/kompanije/422498/U-ponedjeljak-starta-Todoriceva-Abrakadabra-evo-sto.html



Grafikon 5 Omjer kupnji u hrvatskim i inozemnim e-trgovinama
Izvor: www.slideshare.net/ShoppersMind/josip-tvrtkovi-pregled-internet-kupovine-u-hrvotskoj

Nakon spomenutih e-trgovina u Hrvatskoj, iz grafikona 5 vidimo navike hrvatskih potrošača, to jest omjer kupovine u domaćim i inozemnim trgovinama. Iz priloženog se vidi da hrvatski potrošači malo više vjeruju domaćim e-trgovinama u odnosu na inozemne.

Od 2012. godine u Hrvatskoj Internet trgovina kontinuirano raste. Prema Indeksu razvijenosti digitalnoga gospodarstva i društva, koje je nedavno objavila Europska komisija, Hrvatska zauzima 24. mjesto u digitalno-tehničkoj razvijenosti, dok je na trećemu mjestu u Europi sa 25% po broju malih i srednjih tvrtki koje se bave internetskom trgovinom, što je iznad prosjeka EU, koji iznosi 15%.[36] U skladu sa svim podacima i ubrzanom digitalizacijom svijeta u kojem živimo, pretpostavka je da će e-trgovina sve više postajati nezaobilaznim dio našeg života.

[36] www.hgk.hr/djelatnost/gosp_trgovina/konferencija-povodom-obiljezavanja-svjetskog-dana-zastite-potrosaca-na-temu-internet-trgovine-i-potrosaca

7. ZAKLJUČAK

Elektronska trgovina postaje sve razvijenija i pristupačnija. Sve je više primjera naručivanja i živežnih namirnica preko Interneta. Sada bilo tko sa pristupom Internetu i računalom ili pametnim telefonom može naručiti bilo koju artikl iz bilo kojeg dijela svijeta. Jedna od prepreka za korisnike je briga oko sigurnosti i pouzdanosti, no tvrtke sve više ulažu u sigurnost i zaštitu svojih potrošača. Sa napredovanjem tehnologije i integracijom Republike Hrvatske u Europsku zajednicu također se riješilo dodatnih prepreka u smislu uvoza iz zemalja Europske Unije. Kada se govori o uvozu sa Dalekog Istoka potrebno je proći kroz Carinski sustav Unije i podnesti potrebne dokumente. Republika Hrvatska je svoje carinske uvozne carinska postupke provela kroz sada elektronski sustav te je u koraku s vremenom te su tarifne naplate su iste kao u Uniji. Sa sve većom međunarodnom suradnjom i snižavanjem cijena dopreme Internet trgovina iz dalekih zemalja će postati sve jeftinija i dostupnija široj populaciji. U Hrvatskoj e-trgovina od 2006. godine neprestano raste, sve je više informatički obrazovanog stanovništva, pristup Internetu moguć je u gotovo svim kućanstvima. Potrebno je uvjeriti hrvatske potrošače u sve prednosti koje ova trgovina donosi i njenu sigurnost i pouzdanost. Kada se to uspije hrvatsko tržište e-trgovine i broj ljudi koji ga koriste će doći u razinu svjetskog.

Budućnost zasigurno leži u elektronskim trgovinama. Zbog svoje pristupačnosti i mogućnosti brzog odabira pritiskom na tipku štedi vrijeme ali i novac. Činjenica je da moderni tempo života ne ostavlja vremena za bacanje. Artikli su često i jeftiniji zbog toga što nije potrebno trošiti resurse na dopremu u fizičku trgovinu već se mogu poslati direktno iz skladišta. Špediteri bi se trebali prilagoditi takvom tržištu te primjeniti usluge dostave robe do krajnjeg kupca. Dakle pružanje čitave usluge klijentu to jest određenoj Internet trgovini, od dostave robe iz određene zemlje, carinjenje, skladištenje te dostave do kupca.

LITERATURA

Knjige:

1. Ivanković Č, Stanković R, Šafran M. Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb 2010.
2. Šafran M, Stanković R, Tehnika Špedicije, Zagreb 2002.
3. Panian Ž, Elektroničko trgovanje, Zagreb 2000.
4. Zelenika R, Međunarodna špedicija, Rijeka, 1996.

Ostali izvori:

5. Uvod u elektronsko poslovanje www.fer.unizg.hr/_download/repository/1__ePoslovanje_uvod.pdf 6.5.2016.
6. Panian Ž, Elektroničko poslovanje – šansa Hrvatskoga gospodarstva u 21. stoljeću
7. https://hrcak.srce.hr/file/98013 6.5.2016.
8. Babić R, Krajnović A, Radman Peša A, Dosezi elektroničke trgovine u Hrvatskoj i svijetu, Oeconomica Jadertina 2/2011, Sveučilište u Zadru, 6.5.2016.
9. www.vsmti.hr/en/courses/course-materials.html 8.5.2016
10. www.prometna-zona.com/fiata/ 6.5.2016.
11. carina.gov.hr/carinski-postupak-u-postanskom-prometu-2718/2718 6.5.2016.
12. narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_77_1553.html 6.5.2016.
13. carina.gov.hr/pristup-informacijama/propisi-i-sporazumi/carinsko-zakonodavstvo/carinski-postupak-u-postanskom-prometu-2718/2718 6.5.2016.
14. carina.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/Procedure/Naputci//NDoc_1706.pdf 6.5.2016.
15. dpd.com/hr/home/otprema/medunarodna_otprema/dispozicija_izvoz_uvoz 6.5.2016.
16. tportal.hr/biznis/kompanije/422498/U-ponedjeljak-starta-Todoriceva-Abrakadabra-evo-sto.html 10.8.2016.
17. hgk.hr Hrvatska gospodarska komora 10.8.2016.
18. smind.hr 10.8.2016.

POPIS SLIKA

Slika 1 Slika 1 Grafički prikaz *Incoterms* 2010 pariteta 7
Slika 2 Primjer Alibaba Internet trgovine 16
Slika 3 Primjer Internet kupovine na Ebay stranici 18
Slika 4 Primjer teretnog lista za cestovni prijevoz 20
Slika 5 Bill od lading, brodska teretnica 21
Slika 6 Primjer paketa naručena preko eBay-a poslane poštanskom uslugom ChinaMail 24
Slika 7 Obrazac za obračun uvoznih davanja u putničkom i poštanskom prometu 25
Slika 8 Potvrda o porijeklu robe 27
Slika 9 Dispozicija za uvoz 28
Slika 10 HRAIS sustav za elektronsko carinjenje 29
Slika 12 Primjer stranice eKupi 34

POPIS TABLICA

Tabela 1 Prikaz vrijednosti robe koja podliježe carinjenju i PDV-u

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1 - Prikazuje postotak Internet korisnika u Europskoj uniji koji su kupili robu preko Interneta

Grafikon 2 - Opremljenost kućanstava IKT-om

Grafikon 3 Uporaba Interneta kod pojedinaca u 2015. godini

Grafikon 4 Internetska kupnja kod pojedinaca u RH, drugo polugodište 2014. godine i prvo polugodište 2015. godine

Grafikon 5 Omjer kupnji u hrvatskim i inozemnim e-trgovinama

METAPODACI

Naslov rada: Tehnika uvoza robe kupljene elektroničkom trgovinom

Student: Boris Kurjak

Mentor: doc. dr. sc. Darko Babić

Naslov na drugom jeziku (engleski): Import of goods purchased via electronic commerce

Povjerenstvo za obranu:

- Prof. dr. sc. Mario Šafran predsjednik
- Doc. dr. sc. Darko Babić mentor
- Dr. sc. Ivona Bajor član
- Doc. dr. sc. Ratko Stanković zamjena

Ustanova koja je dodijelila akademski stupanj: Fakultet prometnih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Zavod: Zavod za transportnu logistiku

Vrsta studija: **Preddiplomski**

Studij: ITS I LOGISTIKA (npr. Promet, ITS i logistika, Aeronautika)

Datum obrane završnog rada: 13.9.2016.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet prometnih znanosti
10000 Zagreb
Vukelićeva 4

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI I SUGLASNOST

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem kako je ovaj završni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem kako nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, niti je prepisan iz necitiranog rada, te nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem također, kako nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Svojim potpisom potvrđujem i dajem suglasnost za javnu objavu završnog rada pod naslovom **Tehnika uvoza robe kupljene putem elektroničke trgovine**

na internetskim stranicama i repozitoriju Fakulteta prometnih znanosti, Digitalnom akademskom repozitoriju (DAR) pri Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu.

Student/ica:

U Zagrebu, 04.09.2016

Boris Kurjak
(potpis)