

# Dostupnost informacija kao važan faktor optimizacije konverzija web sajtova za elektronsku trgovinu

Statistička analiza za Republiku Srbiju

Tanja Krunic

Visoka tehnička škola strukovnih studija  
Novi Sad, Srbija  
krunic@vtsns.edu.rs

Tatjana Solomun

Cedens Company d.o.o  
Beograd, Srbija  
tanjasol@mts.rs

**Sažetak**—Poznata je činjenica da je jedan od najvažnijih faktora za uspešnu optimizaciju konverzija web sajtova dostupnost informacija zbog kojih su korisnici zapravo posetili dotični web sajt. U okviru ovog rada je analizirana posebna grupa informacija vezanih za ostvarivanje prava potrošača (garancije, povrat novca i sl.). Prikazani su statistički podaci o dostupnosti pomenutih podataka na web sajtovima za elektronsku trgovinu u Republici Srbiji, kao i podaci iz istraživanja u kojoj meri su ove informacije važne za potencijalne kupce.

**Ključne reči:** *optimizacija konverzija, elektronska trgovina, garancije, povrat novca, dostupnost informacija, zakon o zaštiti informacija*

## I. UVOD

U Srbiji iz godine u godinu raste broj korisnika interneta koji kupuju online. Prema [1], u toku 2015. godine, oko 1.2 miliona građana Srbije je kupovalo preko interneta. Međutim, Srbija je u ovom sektoru i dalje ispod evropskog proseka. Prema istom izvoru, čak 57% korisnika interneta u Republici Srbiji nikada nisu iskoristili mogućnost kupovine preko interneta. Slični podaci se mogu naći i u okviru istraživanja koje je 2016. objavila agencija MASMI, [2]: 65% korisnika interneta ne kupuje online. Među razlozima za nekorisćenje usluge online kupovine korisnici uglavnom navode nemogućnost da isprobaju proizvod (50%), prevaru (30%) i mogućnost dobijanja neispravnog ili oštećenog proizvoda (22%). Prema istom izvoru, ukoliko bi proizvod bio neispravan, čak njih 59% ne bi znalo kome da se žali, prodavcu bi se žalilo 25% ispitanika, udruženju potrošača 15%, dok bi se ostali žalili policiji, inspekciji, sudu ili zaštitniku građana.

Ovi podaci su poslužili kao motivacija za istraživanje koje će biti prikazano u okviru ovog rada. U toku 2016 godine je analizirano 1000 web sajtova u Republici Srbiji u smislu da li postoje adekvatne informacije o garancijama za proizvode koji se nude na pomenutim sajtovima. Ovde se pod informacijama o garancijama podrazumevaju i informacije vezane za zamenu proizvoda, njegov servis, povrat novca, i slično. Takođe je izvršeno i anketiranje korisnika interneta u kojoj meri su im informacije o garancijama važne da bi kupovali preko interneta. Takođe se mora napomenuti da ovo istraživanje nije usmereno ka potrošačima i njihovim pravima, već je ono urađeno sa aspekta optimizacije konverzije web sajtova.

Ovaj rad je organizovan na sledeći način: U drugom poglavlju su date osnovne informacije o garancijama, načinu da se one ostvare, kao i o zakonu o zaštiti potrošača. U trećem poglavlju su prikazani rezultati istraživanja.

## II. INFORMACIJE VEZANE ZA PRAVA POTROŠAČA

Oglašavanje i poslovanje preko interneta u današnje vreme više ne predstavlja prestiž, već uslov opstanka na tržištu. Među mnoštvom web sajtova postoji borba za što višu poziciju u pretraživačima, kako bi ih korisnici lakše pronašli. Stoga vlasnici web sajtova za elektronsku trgovinu pored troškova za dizajn, izradu, ažuriranje i održavanje sajta, moraju predvideti sredstva i za SEO optimizaciju (engl. *Search engine optimization*) koja predstavlja niz koraka poboljšanja kvaliteta web sajta i obezbeđivanja dolaznih linkova koji dovode do postepenog napredovanja pozicije u pretraživačima, [3]. Veliki deo ovog novca je uzaludno potrošen ukoliko korisnici koji posete određeni web sajt ostaju pasivni, tj. ne obave kupovinu u slučaju elektronskih prodavnica. Nastavak SEO optimizacije je optimizacija konverzija (CRO, engl. *Conversion rate optimization*), koja predstavlja tehniku optimizacije web sajta u smislu pretvaranja što većeg broja pasivnih korisnika u aktivne, [4]. Jedan od osnovnih elemenata uspešne konverzije je da se korisnicima obezbedi što je moguće više informacija koje su neophodne da bi pokrenuli akciju kupovine proizvoda, [5]. Prema [6], među ostalim podacima kao što su detaljan opis karakteristika proizvoda, slike, cene i slično, izuzetno je važno ubediti korisnika da kupovina preko interneta nije rizičan potez, u smislu da su sva prava potrošača zagarantovana. Ovde se prvenstveno misli na razne vrste garancija, povrat novca, servis proizvoda i slično, [7]. Prema trenutno važećem zakonu o zaštiti potrošača u Republici Srbiji [8], garancija je svaka izjava kojom njen davalac daje obećanje u vezi sa robom, i pravno obavezujuća pod uslovima datim u izjavi, kao i oglašavanju u vezi sa tom robom. U ovom zakonu se mogu naći razne odredbe vezane za davanje garancija za proizvod i ostvarivanje prava korisnika na reklamaciju. Između ostalog, u članu 56. ovog zakona stoji da vraćanje proizvoda u originalnom pakovanju nemože biti uslov za ostvarivanje prava na garanciju. Takođe se navodi da potrošač ima pravo da jednostrano raskine ugovor zaključen na daljinu, u roku od

14 dana bez navođenja razloga i bez dodatnih troškova, član 28. Ovo pravo se uglavnom ostvaruje popunjavanjem posebnog obrasca za jednostrani raskid ugovora. Pored toga, prema članu 87, trgovac je dužan da pre zaključenja ugovora robe, član 87.

Reklamacije se na savremenim elektronskim prodavnicama u svetu mogu vršiti putem interneta. Prema [9], elektronske prodavnice često daju tzv. RMA broj (engl. *return merchandise authorisation*) koji kupci treba da zabeleže na ambalaži i navedu u popratnom pismu ili formi za reklamaciju.

### III. STATISTIČKI PODACI O DOSTUPNOSTI PODATAKA VEZANIH ZA OSTVARIVANJE PRAVA POTROŠAČA

U okviru istraživanja koje će biti predstavljeno u ovom odeljku, u toku 2016 godine izvršena je analiza 1000 web sajtova za elektronsku trgovinu sa domenima iz Republike Srbije. Analizirani sajtovi su nudili robu iz 15 različitih kategorija: auto-moto oprema, poljoprivredni proizvodi (cveće, sadnice, oprema za lov i ribolov), dečija oprema i igračke, građevinski materijal (uključujući mašine i alate), grupna kupovina, roba široke potrošnje (uključujući hranu i piće), knjige i kancelarijski material, kozmetika i lekovi, kućni ljubimci, nameštaj i oprema za kuću, odeća i obuća, robne kuće, sportska oprema. Analizirana je dostupnost sledećih informacija:

- postojanje bilo kakvih informacija vezanih za prava potrošača (*kraće - Informacije o garancijama*),
- informacije o servisu robe,
- informacije o zameni robe,
- informacije o povratu novca
- informacije o jednostranom raskidu ugovora,
- pozivanje na zakon o zaštiti potrošača,
- postojanje RMA kontakt forme,
- postojanje obrasca za jednostrani raskid ugovora.

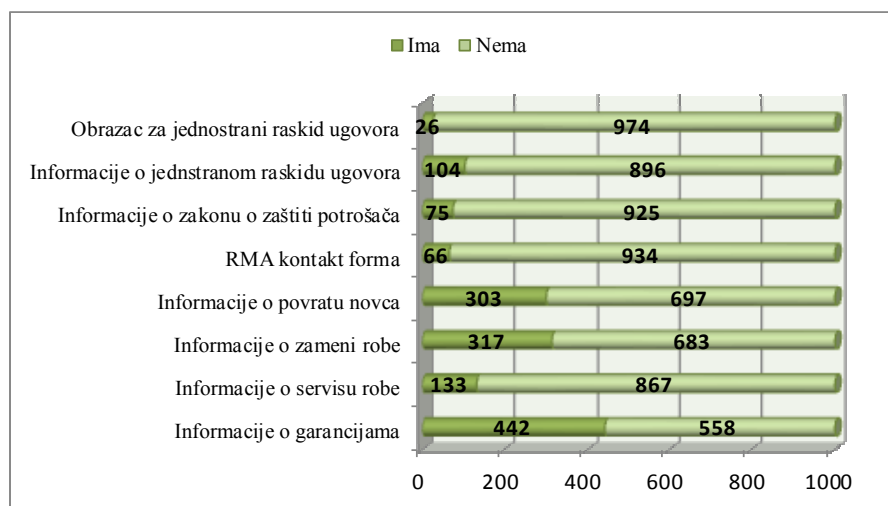
Dobijeni rezultati su prikazani na Sl. 1. Kao što se može videti, čak 55,8% od ukupno analiziranih elektronskih prodavnica nema nikakvih istaknutih informacija o garancijama.

Pored toga, na nekim od sajtova je predviđen odeljak ili čak stranica o garancijama, ali na mestu predviđenom za tekst o garanciji stoji *Lorem ipsum* tekst, Sl. 2. Još jedan primer *Lorem ipsum* teksta na mestu predviđenom za informacije o garancijama se može videti na adresi <https://www.fontana.rs/garancija> (pod uslovom da do trenutka čitanja ovog rada tekst na dotičnoj web stranici ne bude izmenjen).

Njih samo 13.3% ima istaknutu opciju servisa, 31.7% opciju zamene robe, a povrat novca 30.3%. Na Sl. 3 je dat primer web sajta koji nudi mogućnost povrata i zamene robe, a poziva se i na zakon o zaštiti potrošača. Primer web sajta za elektronsku trgovinu koji ima obezbeđene informacije o servisu i povratu robe može se naći na adresi [http://www.adriatiko.com/user\\_service.php](http://www.adriatiko.com/user_service.php), dok se primer web sajta koji nudi povrat novca može naći na adresi <http://www.winwin.rs/povracaj-robe.html>.

Veoma često, međutim, sasvim suprotno članu 56. Zakona o zaštiti potrošača, se može naći uslov za prihvatanje reklamacije u vidu vraćanja proizvoda u originalnoj neoštećenoj ambalaži, Sl.4. Kontakt formu za dobijanje RMA broja i otpočinjanje procedure reklamacije ima 6.6% analiziranih web sajtova, dok se na zakon o zaštiti potrošača poziva njih 7.5%. Primer RMA kontakt forme je prikazan na Sl. 5. Mogućnost jednostranog raskida ugovora se spominje na 10.4% elektronskih prodavnica, dok samo njih 2.6% ima odgovarajući formular za jednostrani raskid ugovora. Na Sl. 6 se može videti primer formulara za jednostrani raskid ugovora.

Tokom 2017 godine je anketirano 110 korisnika interneta starosne dobi od 20 – 65 godina u nameri da bi se saznalo koliko im je zapravo važno da pre kupovine na nekoj od elektronskih prodavnica imaju dostupne podatke o garancijama. Čak 62.7% ispitanika koji su učestvovali u anketi je već kupovalo preko interneta, a čak 70% se izjasnilo da bi bili voljni da koriste ovaj vid kupovine, 29.1% ispitanika nije znalo da se izjasni po ovom pitanju, dok je samo njih 0.9% izričito protiv on-line kupovine. Na Sl.7 se mogu videti njihovi stavovi po pitanju odluke o kupovini proizvoda. Naime, skoro polovina ispitanika, tj. 46.36% ne bi pristalo da



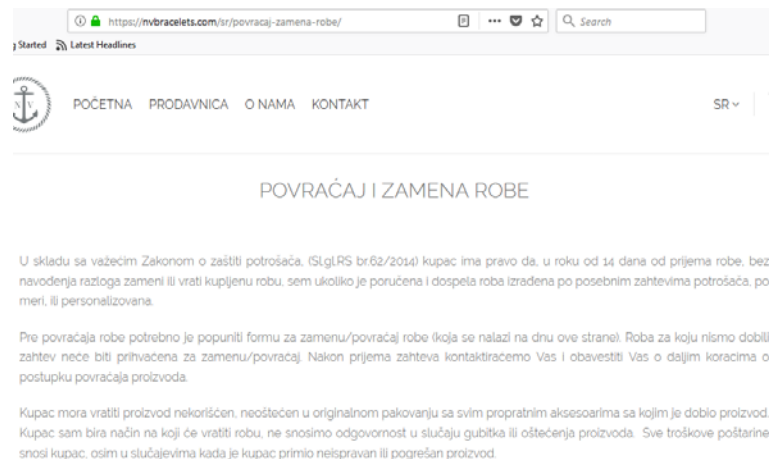
Slika 1: Rezultati analize dostupnosti informacija o garancijama na elektronskim prodavnicama u Republici Srbiji za 2016. godinu

kupi proizvod preko interneta, a da prethodno ne vidi istaknutu garanciju (29.09%) ili jasno naznačenu mogućnost o povratu novca (17.27%). Tek oko 20% njih je spremno da

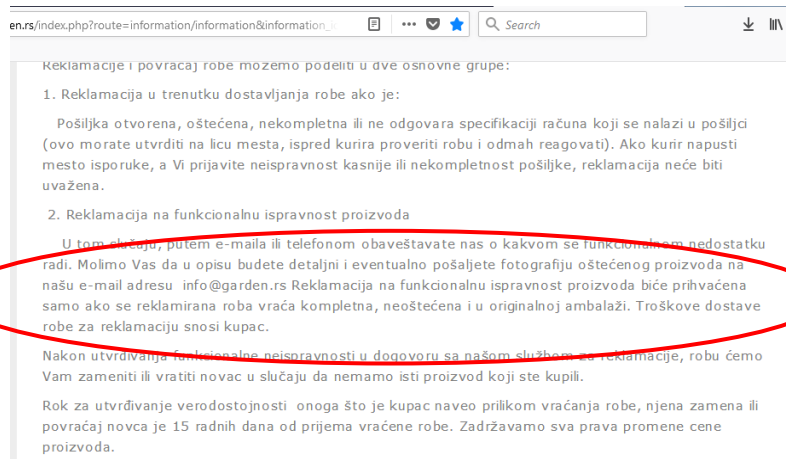
kupi proizvod samo na osnovu specifikacije, slike i cene proizvoda, dok trećina ispitanika nema stav po ovom pitanju.



Slika 2: Lorem ipsum tekst na mestu predviđenom za tekst o garancijama



Slika 3: Povrat robe, zamena robe i pozivanje na zakon zaštitu potrošača



Slika 4: Originalna ambalaža uslov za uvažavanje reklamacije

TONER Centar  
Tel: 060/033-1932

Korpa  
0 stavki - 0 din

Možete da se prijavite ili Kreirate nalog

Naslovna Akcija Lista želja (0) Moj nalog Korpa Plat

početak » Nalog » Povraćaj proizvoda

**POVRAČAJ PROIZVODA**

Molimo Vas popunite zahtev za povraćajem kako biste dobili RMA broj.

**Informacije o porudžbini**

\* Ime:  \* Porudžbina br.:

\* Prezime:  Datum porudžbine:

\* E-Mail:

\* Telefon:

**Informacije o proizvodu & Razlog za povraćaj**

\* Naziv proizvoda:  \* Šifra proizvoda:  Količina:

\* Razlog za povraćaj:  Defektan proizvod  Oštećeno pri isporuci  Pogrešan proizvod poslat

Proizvod je upotrebljen:  Da  Ne

Greška u proizvodu:

Unesite kod sa slike:

b20cclb

Slika 5: RMA kontakt forma

SHOESTAR  
www.shoestar.rs

**OBRAZAC ZA JEDNOSTRANI RASKID UGOVORA**

Kupovina obavljena prodajom na daljinu na sajtu: www.shop.shoestar.rs

**PODACI O KUPCU:**

Ime i prezime: \_\_\_\_\_  
Adresa: \_\_\_\_\_  
Kontakt telefon: \_\_\_\_\_ Mail adresa: \_\_\_\_\_  
Broj tekućeg računa kupca za povrat sredstava: \_\_\_\_\_

**PODACI O ROBI:**

Šifra artikla (i veličina): \_\_\_\_\_  
Datum potvrde porudžbenice: \_\_\_\_\_ Datum isporuke robe: \_\_\_\_\_  
Razlozi za raskid ugovora (opciono): \_\_\_\_\_

CENA PROIZVODA:	BROJ RAČUNA:
DATUM PODNOŠENJA OBRASCA:	SVOJERUČNI POTPIS:

**NAPOMENA:**

- Proizvod se može vratiti uz obrazac za raskid ugovora najkasnije 14 dana od dana prijema robe.
- Kupac je u obavezi da robu vrati u originalnoj ambalazaži, bez oštećenja i vidljivih znakova korišćenja. U suprotnom prodavac nije u obavezi da kupcu vrati primljeni iznos kupoprodajne cene.
- Obrazac raskida treba oštampati, popuniti i potpisati. Obrazac zajedno sa robom i računom dostaviti na adresu: SHOESTAR, Kružni put 17p Kijevo, 11990 Rakovica (Petlovo brdo) kontakt 060/8336611 Troškovi vraćanja robe padaju na teret kupca.
- Povrat sredstava biće obavljen na navedeni broj tekućeg računa u roku od 14 dana od datuma prijema raskida ugovora, ukoliko je roba vraćena u ispravnom stanju.
- Izjava o prihvatanju podataka: podaci koje daste u ovom obrascu služe za evidentiranje promena u prometu i prodavac ih neće skladištiti niti koristiti u druge svrhe.

Insert Retail d.o.o. Beograd, Bulevar Arsenija Čarnojevića 100/2, 11070 Novi Beograd PIB:108200637, ME: 20951559

Slika 6: Formular za jednostrani raskid ugovora

## Za kupovinu proizvoda bih se odlučio

- na osnovu specifikacije, slike i cene
- samo pod uslovom da imaju jasno istaknutu garanciju i sve informacije u vezi sa tim
- ukoliko postoji opcija povrata novca ako korisnik nije zadovoljan proizvodom
- ne znam



Slika 7: Osnov za odluku o online kupovini

### IV. PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE ELEKTRONSKE TRGOVINE

U cilju što bolje optimizacije web sajta za elektronsku trgovinu, bilo bi preporučljivo da prodavci objave podatke koje mogu otkloniti barijeru kupaca prema online kupovini, a to su:

- Sliku, cenu, detaljan opis i specifikacija proizvoda
- Način naručivanja, plaćanja i dostave
- Detaljan opis uslova i mogućnosti da se ostvare prava na garanciju proizvoda:
  - Vreme trajanja garancije
  - Način na koji se pokreće reklamacija
  - RMA obrazac za pokretanje postupka reklamacije
  - Da li je omogućen servis robe i gde se vrši
  - Da li je omogućen povrat robe ili novca
  - Da li je omogućen jednostrani raskid ugovora, kao i sam formular za raskid ugovora
  - Pozivati se na zakon o zaštiti potrošača

Gore navedeni podaci moraju biti jasno naznačeni, i oni bi se trebali lako pronalaziti na web sajtu.

S druge strane, što se samih kupaca tiče, da bi otklonili svaku sumnju u online kupovinu, trebali bi pre bilo koje porudžbine jasno proučiti:

- Uslove pod kojima važi garancija,
- Način pokretanja postupka reklamacije.
- Da li je omogućen povrat noca i ili zamena robe
- Da li je i gde omogućen servis robe.

### V. ZAKLJUČAK

Na osnovu analize web sajtova za elektronsku trgovinu u Republici Srbiji, može zaključiti da je zastupljenost informacija u vezi sa ostvarivanjem prava potrošača nedovoljna. S druge strane, moglo se videti da su potencijalnim kupcima ove informacije itekako važne prilikom kupovine preko interneta. Da bi web sajt uspešno bio optimizovan, treba voditi računa o zastupljenosti

informacija koje su važne za kupce. Pod ovim informacijama se ne podrazumevaju samo slike, opis karakteristika proizvoda i njegova cena. Da bi se pasivni posetioci web sajtova za elektronsku trgovinu pretvorili u aktivne neophodno je, između ostalog, ukloniti veliku barijeru - nepoverenje kupca, koje je verovatno u velikom broju slučajeva sasvim neopravdano. Često kompanije koje nude robu preko interneta sasvim propisno uz robu imaju i garanciju, omogućavaju servis tehničke robe i omogućavaju zamenu u slučaju kvara, ali propuštaju o tome da obavestavaju kupce na svojim web sajtovima. S obzirom da broj kompanija koje nude robu preko internet raste, a samim tim i broj elektronskih prodavnica, jasno je koliko je za uspešno poslovanje preko interneta važno objaviti informacije vezane za ostvarivanje prava potrošača na web sajtovima.

### LITERATURA

- [1] "U Srbiji preko interneta kupuje 1.2 miliona građana", Blic online, <https://www.blic.rs/vesti/ekonomija/u-srbiji-preko-interneta-kupuje-12-miliona-gradjana/td0bky1>, 2016
- [2] "Razvoj e-biznisa: Studija o motivatorima i barijerama za online kupovinu e-potrošača u Srbiji", MASMI, [http://www.eposlovanje.biz/CMS/Izvestaj\\_Razvoj%20e-poslovanja%20-%20MASMI%20Beograd.pdf](http://www.eposlovanje.biz/CMS/Izvestaj_Razvoj%20e-poslovanja%20-%20MASMI%20Beograd.pdf), 2016
- [3] C. Ratcliff C, "SEO basics:22 essentials you need for optimizing your site", <https://searchenginewatch.com/2016/01/21/seo-basics-22-essentials-you-need-for-optimizing-your-site/>, 2016
- [4] "Conversion rate optimization", <https://moz.com/learn/seo/conversion-rate-optimization>, 2017
- [5] "10 ways to improve your website conversion rate", <https://www.addedbytes.com/blog/ten-ways-to-improve-your-website-conversion-rate>, 2011
- [6] P. Boag, "13 ways to increase your conversion rate right now", <https://conversionxl.com/ways-to-increase-your-conversion-rate/>, 2017
- [7] N. Hangen, "10 ways to guarantee more sales and conversions", Kissmetric blog, <https://blog.kissmetrics.com/10-guarantees/>, 2017
- [8] Zakon o zaštiti potrošača, <http://zastitapotrosaca.gov.rs/CMS/zakonodavstvo/ZZP/Zakon-o-za%C5%A1titi-potro%C5%A1a%20C4%8Da.pdf>, 2014
- [9] Return merchandise authorization (RMA), business dictionary, <http://www.businessdictionary.com/definition/return-merchandise-authorization-RMA.html>

### ABSTRACT

It is well known that one of the most important factors for a successful conversion rate optimization of a website is to provide the visitors with information they seek for. Herein we analyze a special group of information related to the realization of consumer rights (guarantees, refunds, etc.). We present statistical data on the availability of the aforementioned data on e-commerce websites in the Republic of Serbia, and conduct a survey on how such information are important to potential customers.

### AVAILABILITY OF INFORMATION AS AN IMPORTANT FACTOR IN CONVERSION RATE OPTIMIZATION OF E-COMMERCE WEBSITES – Statistical analysis for the Republic of Serbia

Tanja Krunić, Tatjana Solomun