

*Мр Слободан Ненадовић,  
адвокат, Ваљево*

UDK: 347.7

## Понуда преко Интернета

### Резиме

*Употреба савремених техничких видова комуникације у пословном свету данас је не само уобичајена већ и незамењива. Ипак, између општог, разјашњење свих елемената правних послова закључених посредством ултрамодерних техничких помагала постаје изузетно важно правно али и економско питање.*

*У овом раду акценат је стављен на дејства, ефекте и врсте понуде коју путем Интернетта један пословни субјект упућује својим потенцијалним пословним партнерима - уговорачима. Другим речима учињен је покушај да се одговори на питање у којој мери Интернетта техника својим специфичним својствима детерминира класични правни инстинкти понуде.*

*Анализа прелиминарно поменутих специфичности, пре свега оних везаних за врсте Интернетта понуда, технику верификације уговорача, технику упућивања, пријема и прихвата понуде а с њом у вези и правно одређење места и времена пријема понуде односно њеног прихвата, упућује на то да сва ова питања ипак не задиру у облигационоправну (материјалну) суштину предметних правних послова.*

*Разуме се, целина правна уређености овакве врсте пословања подразумева не само постојање већ и обезбеђење техничких услова за операционализацију процеса о електронском, односно најредном електронском процесу, цертификацији односно квалификованом цертификацији. Реч је, међутим, о процесима којима се „само“ јамчи идентичности процесника (уговорача) и потврђује веродостојности садржине неког електронског записа.*

*Дакле, може се закључити да послови закључени преко Интернетиа не представљају никакав посебан облик правних послова, облик који захтева засебну материјалноправну регулативу. Уз поштовање традиционалних правних начела и институција и уважавање принципа добре вере, савесности и поштења, „класични“ правни институти понуде је у појединости „примењив“ и на све облике уговора закључених посредством Интернетиа.*

**Кључне речи:** електронска трговина, Интернет, уговор, понуда, врсте понуде, пријем и прихвати понуде, верификација странака, закључење уговора, електронски поштом, цертификаци, Web site, E-mail, Mailbox.

## 1. Увод

Историја грађанског права је и историја робних односа.<sup>1)</sup> Отуда су се ове „две историје“ увек међусобно прожимале и условљавале. Примарно тако што је континуирано „рађање“ нових техника и форми пословања захтевало, с времена на време, „осавремењавање“ класичних правних начела и института грађанског права, оних којима су такве технике и форме правно уређене.

Тако је, рецимо, појава телефона, телефакса и телекса, односно њихова масовна употреба у процесу закључивања пословних уговора нужно условила и адекватан одговор облигационог права. Данас, „само“ неколико десетина година после, правна регулатива уговора склопљених посредством таквих техничких уређаја већ има атрибут класичне.

Нешто слично се у наше време дешава и са правним пословима склопљеним преко Интернета.

Околност да се вредност робног промета реализованог путем електронске трговине у 2003. години процењује на 1.442,78 милијарди USD као и чињеница да пословни свет у међусобној комуникацији не трпи било какве препреке, посебно не оне које одузимају време и новац,<sup>2)</sup> чине неопходним целовиту правну регулативу ове области.

Отуда још 1996. године Комисија УН за међународно трговинско право (UNCITRAL) усваја Модел закона о електронској трговини<sup>3)</sup> који препоручује као образац за израду националних прописа. Нешто касније, крајем 1999. године,

1. Гамс А.: Увод у грађанско право, Београд 1985., стр. 9.
2. Практична и непосредна економичност електронског пословања доказана је у примеру према којем једна банкарска трансакција у класичном пословању кошта 1 USD, преко банкомата 0,1 USD а преко Интернета 0,01 USD. Наведено према: Марковић Н. – Марковић М.: Увођење и предности електронског пословања и електронског потписа – нормативно регулисање, [www.e-trgovina.co.yu](http://www.e-trgovina.co.yu).
3. United Nations, UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996, with modification adopted in 1998.

Европски парламент усваја Директиву<sup>4)</sup> којом од свих земаља Уније тражи да, најкасније до 19.07.2001. године, правно уреде материју електронског потписа.

Мада је у међувремену велики број земаља сходно наведеним препорукама већ донео своје националне прописе којима уређује различите аспекте трговине преко Интернета поново се поставило питање колико су традиционална правна начела и институти, створени као такви вековима уназад, примењиви у ери коришћења технологије коју доноси ултрамодерно, информатичко друштво.

Предмет нашег интересовања у овом раду је правни институт понуде односно његово дејство и домаћај када се ради о уговорима склопљеним преко Интернета. При томе акценат стављамо на област тзв. индиректне електронске трговине, односно уговоре којима се преносе права на материјалним добрима. Код уговора о преносу права на нематеријалним добрима (тзв. директна електронска трговина) долази, Online, и до испуњења уговорне обавезе. Рецимо, код куповине неког компјутерског програма који се путем Web странице може преснимити на рачунар купца неопходно је уписати број кредитне картице која се „терети“ за цену програма.

## 2. Врсте понуда на Интернету

Начелно, понуда за продају роба и услуга преко Интернета може бити упућена неодређеном и одређеном броју лица.

Понуде неодређеном броју лица упућују се углавном преко основне јединице World Wide Web-а – Web странице (Web site) а понуде одређеном лицу или одређеном броју лица преко њихове Интернет адресе - E-mail.<sup>5)</sup>

Web страница је електронски запис који њен власник поставља на Интернет а информације које таква страница садржи могу бити различите: текст, слика, звук, видео, анимација, база података, виртуелна стварност...

Наравно, привредни субјекти овај вид комуникације са спољашњим светом обилато користе. На сопственим Web страницама они презентирају све податке о својој фирми који не спадају у ранг пословних тајни. Такође и прецизан и ажуран каталог производа и услуга које нуде потенцијалним купцима, у овом случају посетиоцима њиховог Web site-а.

Постоје међутим две понуђене опције за потенцијалне купце робе која се нуди преко Web странице.

Прва је везана за околност у којој цена робе на самом сајту није назначена. Разлози за то могу бити вишеструки. Рецимо, цена може варирати од државе до

4. European Commission, DIRECTIVE 1999/93/EC of the European Parliament and of the Council, adopted in 19.01.2000.

5. Према подацима италијанског даваоца Интернет услуга, компаније „Netscalibur“ италијани су у току 2002. године дневно слали чак 180 милиона E-mail порука. Од тог броја 160 милиона порука су пословни контакти између пословних људи и фирми па произлази да су италијански пословни субјекти дневно у просеку добијали по 70 пословних порука.

државе у зависности од пореских оптерећења и/или трошкова испоруке. Тада се уобичајено потенцијалном купцу сугерише да се понудиоцу обрати на његов E-mail или неку другу адресу и на тај начин добије додатне и прецизне информације о цени робе која би била испоручена на жељено одредиште.

У сваком случају власник Web-а на овај начин посетиоцу своје странице не шаље понуду за куповину робе већ само позив да му овај учини понуду.

Подсетимо, понуда је по дефиницији предлог за закључење уговора учињен одређеном лицу који садржи све битне састојке уговора тако да би се његовим прихватањем могао закључити уговор.<sup>6)</sup> Понуда такође може бити упућена и неодређеном броју лица али опет мора садржати битне састојке уговора чијем је закључењу намењена.<sup>7)</sup>

Произлази да претходно објашњене технике нуђења робе преко Интернета у правном смислу нису понуде, с обзиром да не садрже цену као битан састојак уговора. То су само позиви да се понуда учини<sup>8)</sup> односно то су „понуде јавности“, како их називају неки аутори.<sup>9)</sup> Такав правни третман имају у већини правних система, изузев француског, где се и понуде јавности сматрају понудама за закључење уговора.

Постоји, међутим, и друга опција у којој власник Web странице на самој страници означава и тачну цену неке робе, укључујући и трошкове испоруке на одређену дестинацију, неопходне поштанске или друге транспортне трошкове.

Независно од тога да ли је плаћање цене оствариво компјутерском техником, а преко укуцавања броја платне картице купца или накнадном испоруком рачуна који је опет платив у одређеном року након испоруке, у овом случају се суштински ради о понуди која се ни по чему, осим у техници њеног одашиљања и пријема, не разликује од свих осталих правних форми понуда упућених неодређеном броју лица.

Разуме се, преко Интернета је могуће упутити понуду и одређеној особи. Неопходан технички услов је да се ради о особи која поседује своју електронску адресу (E-mail) док се испуњеност услова, који опредељују да ли се у конкретном случају ради о понуди, позиву да се учини понуда или само огласу односно реклами, цени на основу критеријума које смо претходно апсолвирали.

Понуде које омогућава техника коришћења Интернета могле би се класификовати и на основу природе закључених трговачких послова. У том смислу може се говорити о понудама које су присутне у уобичајеним контактима два или више пословних партнера („business to business“ или „b2b“) односно о понуди робе коју трговци или произвођачи нуде крајњим потрошачима („business to application“ или „Web shop“), независно да ли су у питању физичка или правна лица.

6. Члан 32. став 1. Закона о облигационим односима.

7. Члан 33. ЗОО.

8. Члан 35. став 1. ЗОО.

9. Драшкић М.: Закључивање уговора о продаји, Београд 1986., стр. 48-49.

Ова разлика је релевантна када се ради о неким ефектима понуде о којима ћемо надаље говорити.

### 3. Дејства и ефекти понуде преко Интернета

Када се, на основу претходно реченог, констатује да се на Web site-у или персоналној Е-mail адреси налази садржај који је по својој правној суштини понуда, онда је и закључење уговора на дохват руке. Потребно је само да онај ко понуду прихвата о таквој својој намери обавести понудиоца.

Но некада ће, с обзиром на могуће злоупотребе, понуђени желети да се увери да понуда са којом се сусреће заиста и потиче баш од у њој назначеног понудиоца. Према неким прописима сматра се да свака Интернет порука, односно сваки Интернет садржај извиру од у њима означеног пошиљаоца уколико их је послао пошиљатељ сам, уколико их је послела нека друга особа по овлашћењу пошиљатеља, уколико су послати употребом информацијског система који је програмирао пошиљатељ или је програмиран по његовом налогу тако да делује самостално, односно уколико међу странкама већ унапред постоји споразум о технологији и поступку одашиљања и пријема понуде.<sup>10)</sup>

Разуме се, за сваку врсту претходно назначене верификације, са којом потребом ће бити суочен и сам понудилац уколико прими изјаву о прихвату понуде, неопходно је не само постојање већ и обезбеђивање услова за техничку операционализацију прописа о електронском односно напредном електронском потпису,<sup>11)</sup> сертификату односно квалификованом сертификату, којима се јамчи идентитет потписника и потврђује веродостојност потписаног електронског записа.<sup>12)</sup>

Коначно, пошто понудилац прими изјаву понуђеног да овај прихвата његову понуду две стране су се сагласиле о битним састојцима уговора па се, сходно општим правилима облигационог права, сматра да је уговор закључен.<sup>13)</sup>

Изјава преко Е-mail или попуњеног обрасца којом понуђени прихвата понуду понудиоца сматра се уобичајено као изјава међу одсутним странкама, будући да уговорачи немају непосредну комуникацију какву, рецимо, пружа комуникација телефоном.<sup>14)</sup> Стога такве изјаве и правно обавезују када понудилац садржај изјаве о прихватању његове понуде може примити к знању.

10. Овако: Закон о електронском пословању и електронском потпису (ЗЕПЕП) Републике Словеније, Урадни лист 57/2000 од 23.06.2000., члан 5. тачка 1.

11. Коришћење напредног електронског потписа у пословању преко Интернета омогућава, поред потврде веродостојности потписника и склапање оних уговора за које се захтева обавезна писмена форма.

12. Овако: Члан 3. Закона о електронском пословању Републике Хрватске, Народне новине 173/03.

13. Члан 31. тачка 1. ЗОО.

14. Напомињемо да Интернет технологија омогућава и непосредну аудио-видео комуникацију између два или више лица. Ради се о тзв. chat технологији где ће евентуална понуда за склапање уговора имати правни третман понуде међу присутним лицима па њен прихват, по правилу, мора бити учињен без одлагања.

Између тог тренутка и тренутка доспећа изјаве у рачунар понудиоца не може се повући знак једнакости. Битно је наине да понудилац фактички сазна за садржину поруке која је похрањена у његов рачунар, односно да се увери да је та порука, по својој правној природи, изјава о прихватању његове понуде.

Уколико се крене од претпоставке да тзв. Mailbox предузећа представља заправо електронско поштанско сандуче (или претинац), у које поруке са ма ког краја света стижу у времену које се мери минутима, разумљиво је да ће предузеће, примарно себе ради, бити обавезно да своју пошту чита најмање једанпут дневно, за време радног времена. Произлази да ће, по правилу, дан електронског одашиљања изјаве о прихвату понуде бити истовремено и дан када је понудилац такву поруку (изјаву) примио к знању.

Изузетно, у случају постојања релевантне временске разлике између места отпослања и места пријема поруке, односно у случају пријема поруке пред сам крај или ван радног времена, сматрало би се да ју је понуђач примио првог наредног радног дана.<sup>15)</sup>

Поменути словеначки ЗЕПЕП садржи, чини се, и допуштена одступања од правила о закључењу уговора у моменту када понудилац прими изјаву понуђеног о прихвату понуде. Она су, такође, мотивисана даљом заштитом и додатним гаранцијама пословања преко Интернета.

Чланом 7. претходно наведеног Закона прописано је да понудилац већ у понуди може назначити да ће га прихват обвезивати тек када прихватиоцу отпошаље потврду о пријему његове изјаве којом овај прихвата понуду. Уколико та потврда не буде отпослана у назначеном или разумном року сматраће се да електронска порука (понуда) није ни упућена. Но, овде се очигледно ради о диспозитивним законским нормама.

Интернет понудилац је својом понудом везан изузев уколико је своју обавезу да понуду одржи искључио или ако такво искључење произлази из околности случаја. Он понуду може и опозвати тако да понуђени опозив прими пре или истовремено са понудом.

Ђутање понуђеног на понуду преко Интернета нема значење прихвата понуде јер ђутање нема вредност изјаве воље. Ипак, уколико између странака постоје континуирани пословни односи, како у погледу оваквог начина комуникације тако и у погледу одређене робе сматраће се да је понуђени прихватио понуду која се на ту робу односи, ако је није одмах или у остављеном року одбио.

Ако понуђени изјави да прихвата понуду али истовремено предложи да се она у нечему измени, сматра се да је понуду одбио односно да је сам учинио другу понуду свом претходном понудиоцу.

Очигледно је, дакле, да се на претходно фокусирана питања, везана за дејства и ефекте понуде преко Интернета али и на питања рокова у којима понуда обаве-

15. Ово правило дакако неће важити ако се ради о размени понуде и прихвата понуде између физичких лица. Моменат прихвата понуде би се у оваквим случајевима могао везати за тренутак приступа Интернету односно тренутак приступа сопственом Mailbox.

зује, форме<sup>16)</sup> и задоцнелог прихвата понуде, могу и у овој области пословања не-  
сметано примењивати традиционални институти и правила облигациног права.

#### 4. Закључак

На први поглед се бројне специфичности јављају приликом склапања уговора  
путем Интернета. Заиста, оне и постоје што се тиче технике која се користи као  
модус међусобне комуникације између уговорних страна, њихове неопходне иден-  
тификације, форме правних послова склопљених овим путем али и бројних управ-  
ноправних аспеката обављања електронске трговине. Стога је нужно донети и од-  
говарајуће прописе везане за дигитални и електронски потпис, доказну снагу елек-  
тронског документа, одговорност даваоца услуге сертификирања као и даваоца  
Интернет услуга. Њихово постојање али и техничка операционализација имају  
супстанцијални значај у погледу гарантовања сигурности и заштите уговорних  
страна које своје уговорне односе уређују разменом електронских порука.

Но, поред свега, овакве специфичности не задиру у облигационоправну (мате-  
ријалну) суштину правних послова склопљених преко Интернета.

Овакво мишљење су, по свој прилици, заступали и аутори претходно помену-  
тог UNCITRAL-овог Модела закона о електронској трговини. Његове одредбе,  
наиме, не улазе у сферу регулисања материјалноправног садржаја понуде и прих-  
вата понуде већ се искључиво задржавају на одређеним елементима форме. У пра-  
тећем појашњењу уз члан 11. Модела закона речено је да његов циљ и није утицај  
на прописе о формирању уговора, већ подстицај међународне трговине и правна  
сигурност, односно поверење у уговоре закључене путем електронских средстава.  
У ставу 2. овога члана предвиђена је и могућност да се за поједине случајеве  
искључи примена првог става члана 11. односно да је за ограничени број случајева  
нужно дати понуду (или је прихватити) писаним путем или у другом траженом об-  
лику.

Следећи овакве препоруке највећи број националних прописа везаних за об-  
ласт електронског пословања и не задира у материјалноправну суштину правних  
послова склопљених преко Интернета већ њихову целовиту правну регулативу

---

16. Према одредби члана 13. тачка 1. ЗЕПЕП сматра се да електронска форма уговора, а ти-  
ме и сви њени елементи, има третман писменог закључења уговора, ако се такви елек-  
тронски подаци могу користити у каснијој употреби. Међутим, ставом 2. истог члана је  
наведено да се одредбе прве тачке тога члана не односе на правне послове којима се пре-  
носе стварна права на некретнимама, наследне послове, уговоре о расподели имовине за  
живота, уговоре о доживотном издржавању као и све друге правне послове за које закон  
захтева да буду склопљени у форми нотарског записа. Но, с обзиром да понуда за закључе-  
ње уговора за који закон захтева обавезно закључење у форми нотарског записа не мо-  
ра бити сачињена у истој тој форми, мишљења смо да понуда преко Интернета обавезује и  
за случај да је учињена у погледу уговора који, према закону, мора бити закључен у форми  
нотарског записа.

препушта у највећем делу управо општим правилима облигационог и трговачког законодавства.

Могли бисмо, дакле, закључити да склапање правних послова преко Интернета, уз давање и прихват понуде путем те глобалне светске електронске мреже, није никакав нови облик правних послова који захтева посебну материјалноправну регулативу. Уз поштовање традиционалних правних начела и института и њихову примену на овај облик пословања неопходно је нарочито инсистирати и на уважавању принципа добре вере, савесности и поштења.

**M.A. Slobodan Nenadović,  
Lawyer, Valjevo**

## **The Internet Offer**

### **Summary**

*The use of modern technical modes of communications is not only common, but also irreplaceable today. That is why, clarification of all elements of legal transactions concluded by super modern technical devices is very important legal and economic question.*

*This article deals with consequences and types of offer, made through the Internet by one business entity to its potential counter parties. In other words, an attempt is made to answer how the Internet, with its specific features, derogates the classical offer. The analysis of these specificities, especially of technique of verifying the contractors, technique of sending, receiving and accepting the offer, as well as the place and moment of the offer acceptance, shows that there is no derogation of contractual substance of these transactions. Certainly, the legal regulation of these problems must be provided by technical conditions for the application of rules on electronic signature and on qualified certificate. However, those rules have just the aim to confirm the identity of signatories (contractors) and to verify the content of some electronic record. It could be concluded, therefore, that the Internet transactions are not special legal transactions, which would need the new and special substantive law regime.*

**Key Words:** *Electronic Trade; Internet; Contract; Offer; Verification of Parties; Electronic Signature; Certification.*