



Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul tematic 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană

Titlu proiect: “**PROMotorii Firmei Tale (PROFIT) – pentru regiunea Centru**” - POCU/82/3.7/104254

Activitatea 6.

Susținerea antreprenoriatului

în regiunea de implementare a proiectului

6.3. Studiu de analiză în domeniul antreprenoriatului,

bune practici și măsuri de susținere

Bune practici în antreprenoriat

COMERȚUL ELECTRONIC (E-COMMERCE)

19.11.2019, orele 10.00-12.00

Universitatea Spiru Haret, Brașov, str. Turnului nr. 7

Autor:

CRUCERU GICA

Expert bune practici în antreprenoriat



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman



COMERȚUL ELECTRONIC (E-COMMERCE)

Introducere în comerțul electronic

Comerțul electronic este procesul de cumpărare, vânzare sau schimb de produse, servicii sau informații prin intermediul rețelelor de calculatoare.

Comerțul electronic a cunoscut și cunoaște o dezvoltare fără precedent și totodată continuă. Internetul a dat de asemenea un puternic imbold comerțului electronic - în multe cazuri, companii de mărime medie și mică au descoperit că pot să-și conducă afacerile on line la fel ca marile companii. De fapt, companii de toate mărimile au descoperit că pot folosi Internetul în avantajul lor pentru a reduce costurile comerțului electronic fie prin înlocuirea altor rețele, fie prin transformarea bazei de date în una digitală și incluzând-o în practicile sale comerciale.

Comerțul electronic este un sistem care include nu numai acele tranzacții care se concentrează pe cumpărarea și vânzarea de bunuri și servicii dar și cele care “suportă” generarea de venit, cum ar fi crearea cererii pentru acele bunuri și servicii sau facilitarea comunicării între partenerii de afaceri și toate interacțiunile care derivă din acest proces.

E-business (afaceri electronice) nu se limitează la cumpărarea și vânzarea de bunuri sau servicii, incluzând servirea cumpărătorilor, colaborarea cu partenerii de afaceri sau conducerea unei organizații prin mijloace electronice.

E-trade reprezintă utilizarea totalității mijloacelor electronice pentru participarea la o activitate de comerț.

E-marketplace – piața virtuală unde cumpărători și vânzători se întâlnesc pentru a schimba produse, servicii sau informații.

Business-to-business: Model de comerț electronic în care toți participanții sunt companii sau alte organizații (ex : rtcoffice.ro)

Business-to-consumer: Model de comerț electronic în care companiile vând la cumpărători individuali – persoane fizice (emania.ro, amazon.com)





Consumer-to-business: Persoane fizice (consumatori) care utilizează Internetul pentru a-și vinde produsele sau serviciile firmelor și/sau caută vânzători să liciteze pentru produsele sau serviciile de care au nevoie (telejob.ro, priceline.com).

Consumer-to-consumer: Consumatori care vând direct la alți consumatori (okazii.ro, ebay.com)

Comerț mobil (m-commerce): Tranzacții și activități de comerț electronic conduse prin mediu electromagnetic (tel. mobil)

E-government: Government-to-business: Model de comerț electronic în care o instituție guvernamentală cumpără sau vinde bunuri, servicii sau informații de la persoanele juridice (e-licitatie.ro)

Government-to-consumer: acoperă relații guvern-cetățeni la nivel de informare și prestare servicii publice (ex. Plătirea taxelor online)

Comerțul electronic – parțial sau total – presupune :

- *Prezența online (pagina de prezentare)*
- *Comanda online*
- *Plata online*
- *Trimiterea produsului online*

Beneficii și limitări ale comerțului electronic

Având ca suport rețeaua Internet și eventual și utilizarea unor pachete de programe software specifice, comerțul electronic a avut și are avantaje și beneficii pentru: firme, consumatori individuali și societate

Beneficii ale comerțului electronic

➤ ***Beneficii pentru firme***

- Extinderea la piețele internaționale prin asigurarea de servicii și performanță;
- Scăderea costului de creare, procesare, distribuire, păstrare și găsim a informației bazată pe hârtie, prin crearea unui sit web atractiv cu funcția unui magazin virtual.
- Creează posibilitatea modelării produselor și serviciilor pe nevoile cumpărătorilor și simplificarea procedurilor;





- Costuri de comunicație mai mici
 - **creșterea semnificativă a vitezei de comunicare**, în special pentru comunicațiile internaționale: mai multe companii pot stabili o platformă de colaborare, prin intermediul căreia să poată să conceapă și să dezvolte diverse produse împreună;
 - **întărirea relațiilor cu furnizorii și clienții**: printr-un site Web, clienții companiei vor fi puși la curent cu ultimele produse apărute, li se va oferi suport tehnic pentru produsele cumpărate, putând chiar să ofere sugestii pentru eventuale îmbunătățiri ale produselor, serviciilor etc.; pe unele site-uri consumatorii pot construi produsul pe care vor să îl cumpere (culori, materiale, înscrisuri etc.);
 - **existența unei căi rapide** și comode de **furnizare a informațiilor** despre companie: prin intermediul unor site-uri Web, a intraneturilor și a extraneturilor;
 - **canale alternative de vânzare**: desfășurarea afacerilor prin intermediul unui astfel de site.
 - Datorită faptului că încheierea contractului prin intermediul mijloacelor electronice nu necesită prezența simultană a celor două părți – operatorul economic și consumatorul - contractul încheiat prin mijloace electronice este privit ca un **contract la distanță**.
- *Beneficii pentru consumatori*
- Oferă posibilitatea consumatorilor să cumpere sau să facă tranzacții 24 h/zi, în tot timpul anului, din aproape orice locație
 - Acordă consumatorilor mai multe posibilități de alegere
 - Cumpărătorii pot să aleagă mai ușor cel mai mic preț pentru un produs sau serviciu
 - Permite o livrare rapidă a produselor și/sau serviciilor (în anumite cazuri)
 - Consumatorii pot să primească informație relevantă în secunde, și nu în zile sau săptămâni
 - Face posibilă participarea în licitații virtuale
 - Permite consumatorilor să interacționeze cu alți cumpărători în comunități electronice și să compare experiențele
 - Facilitează competiția, ceea ce rezultă în scăderea prețurilor





- **timp:** consumatorul poate vizita mai multe magazine virtuale într-un timp foarte scurt (mult mai scurt decât timpul pe care îl implică prezența fizică a unei persoane într-un magazin real);
- **libertatea de a alege:** datorită numărului mare de magazine pe care consumatorul le poate vizita, acesta va avea posibilitatea de a alege un produs în funcție de un număr mult mai mare de opțiuni (preț, data livrării, culoare, etc.);
- *Beneficii pentru societate*
 - Oferă posibilitatea mai multor persoane să lucreze de acasă și să cumpere de acasă ceea ce rezultă în trafic mai mic pe străzi și poluare scăzută a aerului
 - Permite ca anumite mărfuri să fie vândute la prețuri mai scăzute, cu avantaje pentru cei cu venituri mai mici
 - Crește eficiența și/sau îmbunătățesc calitatea

Limitări ale comerțului electronic

- Există o lipsă de standarde universale acceptate pentru calitate, securitate și încredere.
- Unele dezvoltări software sunt încă în plină evoluție
- Există unele dificultăți în integrarea între aplicațiile soft de comerț electronic și Internet cu unele aplicații existente vechi și baze de date

Mijloace de plată în comerțul electronic : Plăți online

- Carduri de debit/credit
 - Inceputuri
 - Secure Socket Layer – SSL
 - Secure Electronic Transactions – SET
 - One time Credit Card number
- Bani electronici
 - Sisteme (card sau bani virtuali) – de obicei preplăți
 - Microplăți
 - Plăți Person to Person (Paypal)





- Smart cards
- Internet banking și Home banking
 - Solutie eTax
 - Soluție e-commerce Bancpost
- Alte sisteme
 - Sisteme de plată electronice prin telefonul mobil
 - Televiziune Interactiva (WebTv)
 - Plată prin factura telefonică
 - Sisteme de plată într-o anumită țară – depind de tradiția țării
 - Carduri virtuale emise de băncile din România, acceptate în parte de magazinele din străinătate
 - Deschidere de conturi la procesatori străini (ex. 2checkout.com) pentru acceptare plăți din străinătate (ex. Librariilehumanitas.ro)
 - Utilizare sistem de e-money în străinătate (ex. Cartea.ro – Moneybookers)
 - Sistem de microplăți - SMS cu valoare adăugată – (ex. zf.ro)
 - B2B
 - Mijloace tradiționale de plată
 - Cecuri electronice (semnătura digitală +PKI)
 - Internet banking
 - Alte sisteme

Când se aplică regulile privind vânzarea la distanță?

Pentru ca regulile privind vânzarea la distanță să se aplice trebuie să fie îndeplinite minim două condiții:

- prima condiție este ca respectivul contract de vânzare bunuri și/sau prestare de servicii să fie încheiat între un consumator (persoana fizică sau grupul de persoane fizice care achiziționează bunuri și servicii pentru uzul propriu și acționează în afara activității lor comerciale, artizanale sau liberale) și un profesionist.





- cea de-a doua condiție este ca respectivul contract să fie încheiat prin mijloace de comunicație la distanță, adică un mijloc care nu presupune prezența fizică simultană a părților. Atenție, profesionistul trebuie să utilizeze în mod exclusiv înainte de și la încheierea contractului una sau mai multe tehnici de comunicare la distanță.

Care sunt informațiile pe care ar trebui să le primesc sau care ar trebui să-mi fie aduse la cunoștință înainte de încheierea contractului?

Înainte ca un contract la distanță să producă efecte obligatorii asupra consumatorului (înainte de încheierea acestuia), profesionistul trebuie să îi furnizeze consumatorului următoarele informații în mod clar și inteligibil:

- principalele caracteristici ale produselor sau serviciilor;
- identitatea profesionistului, cum ar fi denumirea sa comercială;
- adresa poștală la care profesionistul este stabilit, precum și, în cazul în care există, numărul de telefon, numărul de fax și adresa de poștă electronică ale acestuia la care poate fi efectiv contactat, pentru a-i permite consumatorului să ia rapid legătura cu profesionistul și să comunice cu acesta în mod eficient și, dacă este cazul, adresa poștală și identitatea profesionistului în numele căruia acționează;
- prețul total al produselor și serviciilor cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat dinainte în mod rezonabil dată fiind natura produselor sau a serviciilor, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare, taxele poștale sau de orice altă natură sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate dinainte în mod rezonabil, menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator, inclusiv perioada de valabilitate a ofertei sau a prețurilor. În cazul serviciilor de acces și conectare la rețele publice de comunicații electronice ori de servicii de comunicații electronice destinate publicului se vor menționa contravaloarea planului tarifar, cu precizarea numărului de minute, a creditului sau a traficului de date inclus, precum și a condițiilor de utilizare a acestora, dacă este cazul, extraopțiunile disponibile și contravaloarea acestora, tarifele





pentru apeluri și pentru minutele ori traficul de date suplimentar, după caz, tariful de conectare sau instalare, cu toate taxele incluse. În cazul unui contract pe durată nedeterminată sau al unui contract care include un abonament, prețul total va include costurile totale pe perioada de facturare. În cazul în care aceste contracte sunt taxate la un tarif fix, prețul total va cuprinde și costurile lunare totale. În cazul în care costul total nu poate fi calculat dinainte trebuie indicat modul în care se calculează prețul;

- costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului, atunci când este calculat pe baza unui alt tarif decât tariful de bază;
- modalitățile de plată, livrare, executare, data până la care profesionistul se angajează să livreze produsele sau să presteze serviciile și, după caz, procedura profesionistului de soluționare a reclamațiilor;
- în cazul în care există un drept de retragere, condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului respectiv, precum și formularul tipizat de retragere;
- acolo unde este cazul, informația potrivit căreia consumatorul va trebui să suporte costul aferent returnării produselor în caz de retragere și, pentru contractele la distanță, dacă produsele, prin însăși natura lor, nu pot fi, în mod normal, returnate prin poștă, costul aferent returnării produselor;
- în cazul în care consumatorul își exercită dreptul de retragere, informația potrivit căreia consumatorul este obligat să achite profesionistului costuri rezonabile;
- în cazul în care dreptul de retragere nu este prevăzut, informația conform căreia consumatorul nu va beneficia de un drept de retragere sau, după caz, circumstanțele în care consumatorul își pierde dreptul de retragere;
- mențiune referitoare la existența unei garanții legale privind conformitatea produselor;
- acolo unde este cazul, existența și condițiile de asistență după vânzare acordată consumatorului, serviciile prestate după vânzare și garanțiile comerciale;
- existența codurilor de conduită relevante și modalitatea în care pot fi obținute copii ale acestora, după caz;





- durata contractului, după caz, sau, dacă contractul este încheiat pe durată nedeterminată sau urmează să fie prelungit în mod automat, condițiile de încetare a contractului, inclusiv penalitățile aplicabile, dacă este cazul;
- acolo unde este cazul, durata minimă de valabilitate a obligațiilor care îi revin consumatorului conform contractului;
- acolo unde este cazul, existența și condițiile aferente avansurilor sau altor garanții financiare care trebuie plătite sau oferite de consumator la cererea profesionistului;
- acolo unde este cazul, funcționalitatea, inclusiv aplicarea unor măsuri tehnice de protecție pentru conținutul digital;
- acolo unde este cazul, orice interoperabilitate relevantă a conținutului digital cu componentele hardware și software de care profesionistul are cunoștință sau se așteaptă în mod rezonabil să aibă cunoștință;
- acolo unde este cazul, posibilitatea și modalitatea de a recurge la un mecanism extrajudiciar de depunere și soluționare a reclamațiilor cărui i se supune profesionistul.

Care este modalitatea în care aceste informații precontractuale trebuie aduse la cunoștință consumatorului?

Informațiile trebuie prezentate într-un limbaj simplu și inteligibil. În funcție de fiecare tehnică de comunicație la distanță, modul în care informațiile vor fi oferite diferă. De exemplu, un site va afișa întotdeauna aceste informații în scris, dar nu pentru că acest lucru este obligatoriu, ci pentru că este cel mai adecvat mod de a informa consumatorul.

În cazul în care contractul este încheiat printr-un mijloc de comunicare la distanță care permite un spațiu sau un timp limitat pentru afișarea informației, profesionistul trebuie să furnizeze, cel puțin informațiile privind principalele caracteristici ale produsului, identitatea sa, prețul total, dreptul la retragere, durata contractului, iar pentru contractele pe durată nedeterminată, modalitățile de încetare a acestuia.

În cazul conversațiilor telefonice, la începutul fiecărei conversații cu consumatorul profesionistul are obligația de a-și declara identitatea, precum și de a indica în mod explicit





scopul comercial al apelului. În cazul în care urmează a se încheia un contract prin intermediul telefonului, profesionistul trebuie să transmită consumatorului oferta făcută telefonic, iar angajamentul acestuia începe numai după ce a semnat oferta sau și-a transmis consimțământul în scris.

Încheierea contractului la distanță

Când este considerat încheiat un contract la distanță?

Momentul încheierii contractului la distanță îl constituie momentul confirmării, pe suport durabil, de către profesionist, a acceptării comenzii transmise de consumator.

Ce alte informații ar trebui să mai primesc după încheierea contractului la distanță?

Profesionistul transmite consumatorului confirmarea încheierii contractului, pe un suport durabil, într-un termen rezonabil din momentul încheierii contractului la distanță și cel târziu la momentul livrării produselor sau înainte de începerea prestării serviciului solicitat.

Respectiva confirmare include toate informațiile menționate anterior, cu excepția cazului în care profesionistul a transmis deja informațiile respective consumatorului, pe un suport durabil, înaintea încheierii contractului la distanță.

Dreptul de retragere

În ce constă dreptul de retragere și care sunt termenele?

Consumatorul poate renunța la un contract încheiat la distanță, deci la produsul sau serviciul comandat și livrat, fără penalități, decât cele stabilite de lege, și fără invocarea vreunui motiv.

Termenul în care se poate consumatorul poate renunța la contract este de 14 zile calendaristice și începe să fie calculat:

- de la data încheierii contractului, în cazul contractelor de prestări de servicii;
- din ziua în care consumatorul sau o parte terță, alta decât transportatorul și care este indicată de consumator, intră în posesia fizică a produselor, în cazul contractelor de vânzare, sau:





- ✓ în cazul în care consumatorul comandă printr-o singură comandă produse multiple care vor fi livrate separat, ziua în care consumatorul sau o parte terță, alta decât transportatorul și care este indicată de consumator, intră în posesia fizică a ultimului produs;
- ✓ în cazul livrării unui produs care constă din mai multe loturi sau piese, ziua în care consumatorul sau o parte terță, alta decât transportatorul și care este indicată de consumator, intră în posesia fizică a ultimului produs sau a ultimei piese;
- ✓ în cazul contractelor pentru livrarea periodică de produse pe o perioadă de timp determinată, ziua în care consumatorul sau o parte terță, alta decât transportatorul și care este indicată de consumator, intră în posesia fizică a primului produs;
- în cazul contractelor pentru furnizarea de apă, gaze naturale, energie electrică, atunci când acestea nu prevăd vânzarea într-un volum limitat sau cantitate stabilită, de energie termică sau de conținuturi digitale care nu sunt livrate pe un suport material, de la data încheierii contractului.

În cazul în care informațiile privind dreptul de retragere nu au fost furnizate pe suport durabil, termenul de denunțare unilaterală este de 12 luni și începe să curgă de la datele menționate mai sus. Dacă în această perioadă de 12 luni profesionistul transmite informațiile privind dreptul de retragere, termenul de 14 zile începe să curgă de la data transmiterii informațiilor.

Cum se realizează practic retragerea din contract?

Înainte de expirarea perioadei de retragere, consumatorul informează profesionistul cu privire la decizia sa de retragere din contract. În acest scop, consumatorul poate alege una dintre următoarele variante:

- de a folosi modelul de formular de retragere stabilit prin lege;
- de a face orice altă declarație neechivocă în care își exprimă decizia de retragere din contract.





Consumatorul își exercită dreptul de retragere în perioada de retragere în cazul în care comunicarea cu privire la exercitarea dreptului de retragere este transmisă înaintea expirării perioadei respective.

Profesionistul poate, în plus, să acorde consumatorului opțiunea de a completa și de a transmite în format electronic, pe site-ul profesionistului, fie modelul de formular de retragere, fie o declarație neechivocă de orice alt tip. În aceste cazuri, profesionistul comunică consumatorului, fără întârziere, pe un suport durabil, confirmarea de primire a formularului de retragere.

Sarcina probei privind exercitarea dreptului de retragere în conformitate cu dispozițiile din prezentul articol revine consumatorului.

Care sunt obligațiile profesionistului în cazul retragerii?

Profesionistul rambursează toate sumele pe care le-a primit drept plată din partea consumatorului, inclusiv, după caz, costurile livrării la consumator, fără întârziere nejustificată și, în orice caz, nu mai târziu de 14 zile de la data la care este informat de decizia de retragere din contract a consumatorului.

Profesionistul rambursează sumele folosind aceleași modalități de plată ca și cele folosite de consumator pentru tranzacția inițială, cu excepția cazului în care consumatorul a fost de acord cu o altă modalitate de plată și cu condiția de a nu cădea în sarcina consumatorului plata de comisioane în urma rambursării.

Profesionistul nu este obligat să ramburseze costurile suplimentare în cazul în care consumatorul a ales în mod explicit un alt tip de livrare decât livrarea standard oferită de profesionist.

Cu excepția cazului în care profesionistul s-a oferit să recupereze el însuși produsele, în cazul contractelor de vânzare, profesionistul poate amâna rambursarea până la data recepționării produselor care au făcut obiectul vânzării sau până la momentul primirii unei dovezi din partea consumatorului conform căreia acesta a trimis produsele către profesionist, luându-se în considerare data cea mai apropiată.

Care sunt obligațiile consumatorului în cazul retragerii?





Cu excepția cazului în care profesionistul s-a oferit să recupereze el însuși produsele, consumatorul returnează produsele sau le înmânează profesionistului sau unei persoane autorizate de profesionist să recepționeze produsele, fără întârziere nejustificată și în decurs de cel mult 14 zile de la data la care acesta a comunicat profesionistului decizia sa de retragere din contract. Termenul este respectat dacă produsele sunt trimise înapoi de consumator înainte de expirarea perioadei de 14 zile.

Consumatorul suportă doar costurile directe legate de returnarea produselor, cu excepția cazului în care profesionistul acceptă să suporte acele costuri sau în care profesionistul nu a informat consumatorul că aceste costuri trebuie suportate de consumator. Profesionistul poate reduce suma plătită de consumator cu valoarea diminuată a produselor. Consumatorul este responsabil doar în ceea ce privește diminuarea valorii produselor rezultată din manipularea acestora, diferit de ceea ce este necesar pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării produselor. Diminuarea valorii produselor nu trebuie să fie descurajantă pentru consumator în a-și exercita dreptul de retragere. Indiferent de situație, consumatorul nu este responsabil pentru diminuarea valorii produselor în cazul în care profesionistul a omis să îl informeze cu privire la dreptul de retragere.

Profesionistul trebuie să poată face dovada diminuării valorii produselor care rezultă diferit de ceea ce este necesar pentru determinarea naturii, caracteristicilor și funcționării produselor.

Care sunt contractele din care consumatorul nu se poate retrage?

Consumatorul nu se poate retrage din anumite contracte:

- contractele de prestări de servicii, după prestarea completă a serviciilor, dacă executarea a început cu acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul la retragere după executarea completă a contractului de către profesionist;
- furnizarea de produse sau servicii al căror preț depinde de fluctuațiile de pe piața financiară pe care profesionistul nu le poate controla și care pot avea loc pe parcursul perioadei de retragere;





- furnizarea de produse confecționate după specificațiile prezentate de consumator sau personalizate în mod clar;
- furnizarea de produse care sunt susceptibile a se deteriora sau a expira rapid;
- furnizarea de produse sigilate care nu pot fi returnate din motive de protecție a sănătății sau din motive de igienă și care au fost desigilate de consumator;
- furnizarea de produse care sunt, după livrare, potrivit naturii acestora, inseparabil amestecate cu alte elemente;
- furnizarea de băuturi alcoolice al căror preț a fost convenit în momentul încheierii contractului de vânzare, a căror livrare nu poate fi efectuată înainte de 30 de zile și a căror valoare reală depinde de fluctuațiile de pe piață pe care profesionistul nu le poate controla;
- furnizarea de înregistrări audio sau video sigilate sau de programe informatice sigilate care au fost desigilate după livrare;
- furnizarea de ziare, periodice și reviste, cu excepția contractelor de abonament pentru furnizarea de astfel de publicații;
- contractele încheiate în cadrul unei licitații;
- prestarea de servicii de cazare, pentru alt scop decât cel rezidențial, transport de mărfuri, închiriere de mașini, catering sau serviciile privind activitățile de agrement, în cazul în care contractul prevede o dată sau o perioadă de executare specifică;
- furnizarea de conținut digital care nu este livrat pe un suport material, dacă prestarea a început cu acordul prealabil expres al consumatorului și după ce acesta a confirmat că a luat cunoștință de faptul că își va pierde dreptul la retragere.

Executarea contractului la distanță

Care este termenul în care trebuie îndeplinite obligațiile – livrarea produselor și serviciilor?

Profesionistul trebuie să-și îndeplinească obligațiile contractuale în termen de cel mult 30 de zile de la data la care consumatorul a transmis comanda.





Părțile pot stabili însă un alt termen de livrare, iar în acest caz termenul stabilit între părți este cel care se va aplica.

Ce se întâmplă în cazul în care nu comerciantul nu poate executa contractul?

În cazul în care profesionistul nu și-a îndeplinit obligația de a livra produsele în momentul convenit cu consumatorul sau în termenul de maxim 30 de zile, consumatorul îi solicită să efectueze livrarea într-un termen suplimentar, corespunzător circumstanțelor. În cazul în care profesionistul nu livrează produsele în termenul suplimentar respectiv, consumatorul are dreptul, după caz, la rezoluțiunea sau rezilierea contractului.

În cazul rezoluțiunii sau, după caz, rezilierii contractului, profesionistul rambursează fără întârzieri nejustificate toate sumele plătite în temeiul contractului de către consumator și în decurs de cel mult 7 zile de la data la care consumatorul a comunicat profesionistului decizia sa de terminare a contractului.

Ce se întâmplă în cazul în care bunul este deteriorat sau distrus înainte de a ajunge la consumator?

În cazul contractelor în care profesionistul livrează produsele către consumator, riscul de pierdere sau de deteriorare a produselor este transferat consumatorului în momentul în care acesta sau o parte terță desemnată de acesta, alta decât transportatorul, intră în posesia fizică a produselor. Cu alte cuvinte, dacă produsul este deteriorat sau distrus înainte de a ajunge la consumator, profesionistul este cel care suportă pierderea.

Cu toate acestea, riscul este transferat consumatorului în momentul livrării produselor către transportator, dacă transportatorul a fost însărcinat de către consumator să transporte produsele, iar această opțiune nu a fost oferită de către profesionist, fără a aduce atingere drepturilor consumatorului față de transportator.

Licitații on-line

Licitații on-line este un termen utilizat în mod generic pentru a desemna acele site-uri care permit persoanelor fizice și juridice vânzarea unui număr variat de bunuri prin utilizarea mai multor mijloace, incluzând licitația.





Aceste site-uri nu îndeplinesc funcțiile unui organizator de licitații și prin urmare obligațiile legale din acest domeniu nu li aplică.

Licitațiile on-line au crescut în popularitate în ultimul timp, dar există și probleme.

Site-urile care organizează licitații on-line

Multe persoane care oferă bunuri pe aceste tipuri de site-uri sunt vânzători privați, persoane fizice. Dacă veți achiziționa un produs de la o persoană care nu acționează în calitate de comerciant, legislația de protecția consumatorilor nu se va aplica. Pe un site este dificil de multe ori de știut cine vinde. Chiar dacă achiziționați de la un comerciant, nu veți fi protejat de legislația referitoare la vânzarea la distanță, întrucât licitațiile sunt excluse în mod explicit din câmpul de aplicare al acestor dispoziții legislative.

Obligațiile legale pe care un site de licitații le are față de consumatori sunt destul de limitate. Unele site-uri oferă servicii de soluționare a sesizărilor sau protecție împotriva fraudelor, în anumite circumstanțe. Însă acest lucru nu este valabil pentru toate, așa că citiți cu atenție termenii și condițiile de utilizare.

Cum să vă protejați pe un site de licitații on-line:

- Verificați reputația vânzătorului. Căutați părerile celor care au cumpărat anterior de la același vânzător.
- Verificați anumite lucruri înainte de a licita. Sunt incluse costurile poștale? Aveți nevoie de o asigurare suplimentară? Unde se află situat geografic vânzătorul?
- Pe lângă termenii și condițiile site-ului, vânzătorul poate avea și el propriile condiții. Citiți-le cu atenție.
- Feriți-vă de descrierile vagi și ambigue.
- Verificați cum se va face plata. Site-ul oferă vreo protecție în acest sens?
- Asigurați-vă că aveți toate datele de contact ale vânzătorului, în cazul în care apar anumite probleme și trebuie să luați legătura cu acesta. Numai o adresă de e-mail sau un număr de telefon mobil poate face dificilă localizarea vânzătorului.
- Verificați dacă site-ul oferă protecție suplimentară pentru cazurile în care ar apărea probleme.





- Nu ieșiți niciodată de pe site, lăsând în seama site-ului și a vânzătorului încheierea tranzacției.
- Nu utilizați mijloacele de transfer al banilor precum Western Union, pentru a face plățile, întrucât banii nu vor putea fi urmăriți dacă apar probleme.
- Utilizați cardul de credit sau mecanismele proprii de plată ale site-ului pentru a face plăți.

Legislație privind comerțul electronic

Legislație națională

- **Legea comerțului electronic 365/2002 Republicata in Monitorul Oficial al Romaniei, Partea I, nr. 403 din 10 mai 2006**
- **Ordonanta privind protectia consumatorilor la incheierea si executarea contractelor la distanta 130/2000 - Republicat in Monitorul Oficial cu numarul 177 din data de 7 martie 2008**
- **Ordonanta nr. 85 din 19 august 2004** privind protectia consumatorilor la incheierea si executarea contractelor la distanta privind serviciile financiare - **Republicata in Monitorul Oficial al Romaniei, Partea I, nr. 899 din 28 decembrie 2007** - modificata de **OUG 65/2009**
- **Legea nr.193/2000 privind clauzele abuzive** din contractele incheiate intre comercianti si consumatori - **Republicata in Monitorul Oficial no.. 305 din 18 Aprilie 2008** - modificata de legea 160/2010
- **Regulamentul BNR 6 din 11 Octombrie 2006** privind emiterea si utilizarea instrumentelor de plata electronica si relatiile dintre participantii la tranzactiile cu aceste instrumente
- **Ordinul MCTI nr. 389 din 27 iunie 2007** privind procedura de avizare a instrumentelor de plata cu acces la distanta, de tipul aplicatiilor internet-banking, home-banking sau mobile-banking (abroga **Ordinul MCTI 218/2004**) - **Publicat in Monitorul Oficial cu numarul 485 din data de 19 iulie 2007**
- **Legea 158/2008** privind publicitatea inselatoare si publicitatea comparativa





- **Legea nr. 148 din 26 iulie 2000 privind publicitatea**
- **Legea nr. 457 din 1 noiembrie 2004 privind publicitatea si sponsorizarea pentru produsele din tutun**

Legislatie privind viata privata

- **Legea pentru protectia persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal si libera circulatie a acestor date - 677 / 2001**
- **Legea privind prelucrarea datelor cu caracter personal si protectia vietii private in sectorul comunicatiilor electronice- 506/2004**
- **Legea nr. 298/2008 privind retinerea datelor generate sau prelucrate de furnizorii de servicii de comunicatii electronice destinate publicului sau de retele publice de comunicatii, precum si pentru modificarea Legii nr. 506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal si protectia vietii private in sectorul comunicatiilor electronice - declarata neconstitucionala prin Decizia 1258/2009 a Curtii Constitutionale.**
- **Legea privind infiintarea, organizarea si functionarea Autoritatii Nationale de Supraveghere a Prelucrarii Datelor cu Caracter Personal -102/2005**
- **Ordinul Avocatului Poporului nr. 52 din 18 aprilie 2002** privind aprobarea Cerintelor minime de securitate a prelucrarilor de date cu caracter personal
- **HG 557/2006 privind stabilirea datei de la care se pun in circulatie pasapoartele electronice, precum si a formei si continutului acestora**

Legislatie privind criminalitatea informatica

- **Dispozitii privind prevenirea si combaterea criminalitatii informatice (Titlul III din Legea 161 din 19/04/2003 privind unele masuri pentru asigurarea transparentei in exercitarea demnitatilor publice, a functiilor publice si in mediul de afaceri, prevenirea si sanctionarea coruptiei - *Publicat in Monitorul Oficial, Partea I nr. 279 din 21/04/2003*)**
- **Legea nr. 64 din 24/03/2004 pentru ratificarea Conventiei Consiliului Europei privind criminalitatea informatica, adoptata la Budapesta la 23 noiembrie 2001**





- **Legea nr. 298/2008 privind retinerea datelor generate sau prelucrate de furnizorii de servicii de comunicatii electronice** destinate publicului sau de retele publice de comunicatii, precum si pentru modificarea Legii nr. 506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal si protectia vietii private in sectorul comunicatiilor electronice - declarata neconstitutionala prin **Decizia 1258/2009 a Curtii Constitutionale.**

Legislatie privind pornografia pe Internet

- **Legea nr. 196 din 13 mai 2003 privind prevenirea si combaterea pornografiei** - varianta republicata in Monitorul Oficial cu numarul 87 din data de 4 februarie 2008
 - **Legea privind prevenirea si combaterea pornografiei - 196/2003** publicata in Monitorul Oficial Nr. 342 / 20 mai 2003 - varianta initiala
 - **Legea 496/2004 pentru modificarea legii privind prevenirea si combaterea pornografiei 196/2003** Publicata in Monitorul Oficial. nr. 1070 / 18 noiembrie. 2004

Legislatie privind comunicatiile electronice

- **Ordonanta de urgenta a Guvernului nr 22/2009** privind infiintarea Autoritatii Nationale pentru Administrare si Reglementare in Comunicatii
- **Ordonanta Guvernului 34/2002** privind accesul la retelele publice de comunicatii electronice si la infrastructura asociata, precum si interconectarea acestora, aprobata, cu modificari si completari, prin Legea nr.527/2002
- **Ordonanta de urgenta a Guvernului 79/2002 privind cadrul general de reglementare a comunicatiilor**, aprobata, cu modificari si completari, prin Legea nr.591/2002, cu modificarile si completarile ulterioare
- **Ordonanta Guvernului 31/2002 privind serviciile postale**, aprobata, cu modificari si completari, prin Legea 642/2002, cu modificarile ulterioare
- **Legea 304/2003 pentru serviciul universal si drepturile utilizatorilor** cu privire la retelele si serviciile de comunicatii electronice
- **Legea 239/2005 privind modificarea si completarea unor acte normative** din domeniul comunicatiilor





Pe pagina web a Autoritatii Nationale pentru Administrare si Reglementare in Comunicatii (ANCOM) se poate gasi si **alte acte normative din domeniile comunicatiilor electronice, servicii postale si radiofrecvente, ca si legislatia secundara din domeniul comunicatiilor electronice**

Alte acte normative

- **Legea marilor si indicatiilor geografice nr 84/1998 - republicata 2010 - Monitorul Oficial, Partea I nr. 350 din 27 mai 2010**
 - pentru versiuni mai vechi vezi **Legea marilor si indicatiilor geografice nr 84/1998** (modificata prin legea 66/2010)
 - **Regulamentul de aplicare a legii marilor 84/1998**
- **Lege nr. 183 din 16 mai 2006 privind utilizarea codificarii standardizate a setului de caractere in documentele in forma electronica și Ordinul MCTI nr. 414 din 25 septembrie 2006** cu privire la utilizarea codarii standardizate a seturilor de caractere in documentele in forma electronica
- **Legea privind concurenta neloiala - 11/1991**
- **Legea concurentei - 21/1996**
- **Lege nr. 192 din 16 mai 2006 privind medierea si organizarea profesiei de mediator**
- **Hotarirea Guvernului nr. 1028 din 9 august 2006** privind cerintele minime de securitate si sanatate in munca referitoare la utilizarea echipamentelor cu ecran de vizualizare
- **Ordin nr. 1453 din 1 martie 2001 privind completarea Clasificarii ocupatiilor din Romania (contine ocupatia de Designer pagini web)**

Auto-reglementare

- **Codul de bune practici pentru Comertul Online din Romania - Asociatia Romana a Magazinilor online**
- **Standardele privind publicitatea online IAB Romania (Interactive Advertising Bureau)**





Convenții sau declarații internaționale cu privire la Internet

- Convenția privind Criminalitatea Informatică a Consiliului Europei
- Declarație privind libertatea comunicării pe Internet - Consiliul Europei

Din legislația europeană:

- **REGULAMENT PRIVIND DREPTURILE PASAGERILOR AERIENI**
- **REGULAMENT PRIVIND DREPTURILE PASAGERILOR ÎN TRANSPORTUL CU AUTOBUZUL**
- **REGULAMENT PRIVIND DREPTURILE PASAGERILOR ÎN TRANSPORTUL FEROVIAR**
- **DIRECTIVA PRIVIND VÂNZAREA PRODUSELOR ȘI GARANȚIILE**
- **DIRECTIVA PRIVIND DREPTURILE CONSUMATORILOR LA ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR**
- **DIRECTIVA PRIVIND COMERȚUL ELECTRONIC**
- **DIRECTIVA PRIVIND PACHETELE DE SERVICII TURISTICE**
- **DIRECTIVA PRIVIND TIMESHARE**
- **DIRECTIVA PRIVIND PRACTICILE COMERCIALE INCORECTE**
- **DIRECTIVA PRIVIND CLAUZELE ABUZIVE**
- **REGULAMENT PRIVIND PROCEDURA EUROPEANĂ A CERERILOR CU VALOARE REDUSĂ**
- **REGULAMENT PRIVIND SOMAȚIA EUROPEANĂ DE PLATĂ**
- **REGULAMENT PRIVIND LEGEA APLICABILĂ CONTRACTELOR TRANSFRONTALIERE**
- **DIRECTIVA PRIVIND SERVICIILE DE PLATĂ**
- **DIRECTIVA PRIVIND CREDITUL DE CONSUM**

Expert bune practici în antreprenoriat

Gica Cruceru

