

SADRŽAJ

PREGOVOR	3
REZIME	4
SUMMARY	5
1. UVOD	10
1.1. Predmet i problem istraživanja	11
1.2. Cilj istraživanja	11
1.3. Hipoteze istraživanja	12
1.4. Metode istraživanja	13
1.5. Struktura rada	14
2. TEORIJSKI ASPEKTI OPOREZIVANJA I NJEGOVOG UTICAJA NA JAVNE PRIHODE ...	15
2.1. Poreski sistem	15
2.2. Pojam, elementi i podjela poreza	15
2.3. Indirektni porezi	15
2.3.1. Porez na dodatu vrijednost	16
2.3.2. Akcize	17
2.3.3. Takse	17
2.3.4. Carine	18
2.4. Direktni porezi	19
2.4.1. Porez na dohodak	19
2.4.2. Porez na dobit	20
2.4.3. Porez na imovinu	20
2.4.4. Porez na promet	21
2.5. Pojam i karakteristike oporezivanja	21
2.5.1. Derivativnost poreza	22
2.5.2. Prisilnost poreza	23
2.5.3. Odsustvo neposredne protivnagnade	23
2.5.4. Novčani karakter poreza	24
2.5.5. Podmirivanje javnih potreba	24
2.6. Finansijski i ekonomski poreski principi (načela)	24
2.6.1. Finansijska načela oporezivanja	24
2.6.1.1. Načelo izdašnosti	25
2.6.1.2. Načelo elastičnosti	25
2.6.2. Ekonomska načela oporezivanja	25
2.6.2.1. Princip efikasnosti	25
2.6.2.2. Princip umjerenosti poreskog opterećenja	26

2.6.2.3.	Princip (načelo) izbora poreskog izvora.....	27
2.6.2.4.	Princip (načelo) stabilnosti poreskog sistema.....	27
2.6.2.5.	Princip identiteta poreskog destinara i nosioca poreskog terete.....	28
2.6.2.6.	Princip fleksibilnosti.....	28
2.7.	Uticaj oporezivanja na javne prihode	28
2.7.1.	Pojam i struktura javnih prihoda.....	29
2.7.2.	Uticaj fiskalne politike na visinu javnih prihoda	30
2.7.2.1.	Prevaljivanje poreza	30
2.7.2.2.	Poreska evazija	31
3.	POJAM I OBLICI PLAĆANJA POREZA U ELEKTRONSKOJ TRGOVINI.....	34
3.1.	Pojam elektronskog tržišta.....	34
3.1.1.	Razvoj i rast elektronske trgovine.....	35
3.1.2.	Uslovi za razvoj elektronske trgovine.....	36
3.1.3.	Osnovni segmenti elektronske trgovine	37
3.1.4.	Prednosti i ograničenja e-trgovine	39
3.1.5.	Modeli e-trgovine.....	39
3.1.5.1.	Poslovanje sa potrošačima (B2C – business to consumer).....	40
3.1.5.2.	Poslovanje za poslovanje - biznis za biznis (B2B - business to business) ...	41
3.1.5.3.	Potrošač prema potrošaču (C2C – consumer to consumer):.....	42
3.1.5.4.	Potrošač prema poslu - biznisu(C2B – consumer to business):.....	42
3.1.5.5.	Direktno prema potrošaču (D2C – direct to consumer).....	42
3.1.5.6.	Poslovanje prema poslovanju prema kupcu (B2B2C –Business to Business to Costumer).....	42
3.1.6.	Oblici e-trgovine	43
3.1.7.	Izazovi u oporezivanju e-trgovine.....	44
3.2.	Način plaćanja poreza u e-trgovini	46
4.	OPOREZIVANJE ELEKTRONSKE TRGOVINE U ZEMLJAMA KOJE SU LIDERI U OPOREZIVANJU: DOBRE PRAKSE	49
4.1.	Evropski pristup oporezivanju elektronske trgovine kao komponenti digitalne ekonomije...49	
4.1.1.	Izazovi oporezivanja digitalne ekonomije	53
4.1.2.	Digitalna ekonomija EU i mjere oporezivanja.....	56
4.1.3.	Oporezivanje digitalne ekonomije	57
4.2.	Oporezivanje elektronske trgovine u nekim zemljama EU	59
4.2.1.	Oporezivanje elektronske trgovine u Velikoj Britaniji	63
4.2.2.	Oporezivanje elektronske trgovine u Njemačkoj	68
4.2.3.	Oporezivanje elektronske trgovine u Francuskoj.....	72
4.2.4.	Oporezivanje elektronske trgovine u Austriji	78
4.3.	Specifičnost oporezivanje elektronske trgovine u SAD	82

4.4. Ubiranje poreskih prihoda od elektronske trgovine u Kanadi	86
4.5. Informatička infrastruktura kao podrška elektronskom oporezivanju u EU	90
4.5.1. OSS	90
4.5.2. IOSS.....	91
4.5.3. MOSS.....	93
5. ANALIZA OPOREZIVANJA ELEKTRONSKE TRGOVINE U BIH. ŠANSE I MOGUĆNOSTI	95
5.1. Pravna uređenost i stanje elektronske trgovine u BiH	95
5.2. Harmonizacija propisa o oporezivanju u EU	98
5.2.1. EU Direktive o oporezivanju elektronske trgovine.....	101
5.3. Informaciono- komunikaciona tehnologija u procesu elektronskog oporezivanja	108
5.4. Stanje i kretanje oporezivanja elektronske trgovine u BiH.....	109
5.5. Mogućnosti i poželjnost oporezivanja elektronske trgovine.....	114
5.6. Poreska evazija u postupku oporezivanja elektronske trgovine.....	116
5.7. Adekvatnost kontrole oporezivanja	117
6. ISTRAŽIVANJE	119
6.1. Metode istraživanja.....	119
6.2. Rezultati istraživanja.....	120
6.2.1. Analiza strukture uzorka	120
6.2.2. Kodiranje pitanja.....	122
6.2.3. Testiranje pouzdanosti skale anketnog upitnika	122
6.2.4. Rezultati istraživanja prema demografskoj strukturi ispitanika.....	124
6.2.5. Neparametarsko testiranje.....	126
6.3. Testiranje hipoteza	129
6.3.1. Testiranje prve pomoćne hipoteze	129
6.3.2. Testiranje druge pomoćne hipoteze	136
6.3.3. Testiranje treće pomoćne hipoteze.....	141
6.4. SWOT analiza oporezivanja elektronske trgovine u BiH.....	144
6.5. Intervju.....	147
6.5.1. Intervju sa službenicima Uprave za indirektno oporezivanje	147
6.5.2. Intervju sa predstavnikom Asocijacije za elektronsku trgovinu u BiH.....	155
6.6. Upitnik – Freelancer-i (slobodnjaci)	157
7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA OPOREZIVANJE E-TRGOVINE U BIH	170
7.1. Harmonizacija BiH propisa sa EU.....	170
7.1.1. Pravno-zakonodavni okvir BiH	171
7.2. Strategija razvoja e-trgovine u BiH	175
7.3. Infrastruktura neophodna za e-oporezivanje.....	176

7.3.1. Internet i platni sistemi.....	177
7.3.2. Kadrovi	178
7.3.3. Makroekonomska stabilnost	179
7.3.4. Politički koncenzus	180
ZAKLJUČAK	182
LITERATURA.....	191
DODATAK	202
PRILOZI	204