

Анализа домаћих веб-продавница

Фебруар 2023.

enter



♦ Циљ истраживања

Истраживање је имало за циљ да утврди тренутно стање на домаћим веб-продавницама одговарајући на следећа питања:

- **У вези са употребом домена:** На којим доменима су регистроване домаће веб-продавнице? Колико је заступљен .rs домен у области е-трговине у Србији?
- **У вези са власницима сајтова:** Да ли власници сајта на адекватан начин региструју домен и на сајту објављују податке о себи?
- **У вези са примењеним мерама заштите:** Колико се користе доступне методе заштите домена и сертификати који омогућавају безбедну комуникацију са потрошачима?
- **У вези са комуникацијом са потрошачима:** Како домаће продавнице користе имејл адресе, на који начин комуницирају са потрошачима на сајту, да ли користе друштвене мреже и које?
- **У вези са веб-сајтом продавнице и апликацијом:** На којој е-комерц веб-платформи је направљена продавница и да ли трговци имају своју мобилну апликацију? Које резултате остварује сајт у мобилној и десктоп верзији према тесту *Google PageSpeed Insights*?
- **У вези са начинима плаћања и испоруком:** Да ли сајт омогућава плаћање картицама и преко које банке? На којим тржиштима се врши испорука?



♦ Методологија

Приказани **резултати** формирани су на основу **истраживања** које је Агенција „Е-трговина” спровела у периоду од новембра 2022. до фебруара 2023. године.

Истраживање је обухватило **1.000 веб-продавница** на сајтовима домаћих правних лица која продају роба и/или услуге. За сваку веб-продавницу урађена је провера правног лица у АПР-у пре укључивања у узорак како би се осигурала актуелност и валидност добијених резултата и искључила могућност да нелегалне продавнице буду узете у обзир. За сваку продавницу је, прегледом садржаја на сајту, утврђено тренутно стање у складу са постављеним сетом критеријумима.

Увидом у базу .rs домена преко РНИДС-овог WHOIS сервиса и базу генеричких домена преко међународног WHOIS сервиса утврђени су подаци у вези са регистрацијом и активном заштитом домена. За сваку веб-продавницу су проверени тренутни резултати на тесту *Google PageSpeed Insights*.



✦ Сажетак

68,9%

веб-продавница
налази се на .RS
домену

Свега
66%

.RS домена регистровано
је на правно лице које је
власник сајта

Чак
87,1%

веб-продавница има
имејл на властитом
домену

15,1%

веб-продавница не
објављује или само
делимично објављује
податке о правном лицу
које је власник сајта

97%

веб-продавница има
активан SSL/TLS
сертификат, од чега је чак
91,44% Domain Validation

Само
3%

веб-продавница има
мобилну апликацију

18,1%

веб-продавница
нема ниједан линк ка
својим профилима на
друштвеним мрежама

52,1%

веб-продавница
омогућава плаћање
картицама

На
84,8%

веб-продавница
наведено је да
испоручују само у Србији

67%

веб-продавница користи
WordPress платформу

Чак
75,1%

сајтова има лоше
резултате за Performance
вредност на PageSpeed
Insights Mobile тесту



Да ли је веб продавница на **.rs**, или неком другом домену (.com, .net, .org...)?

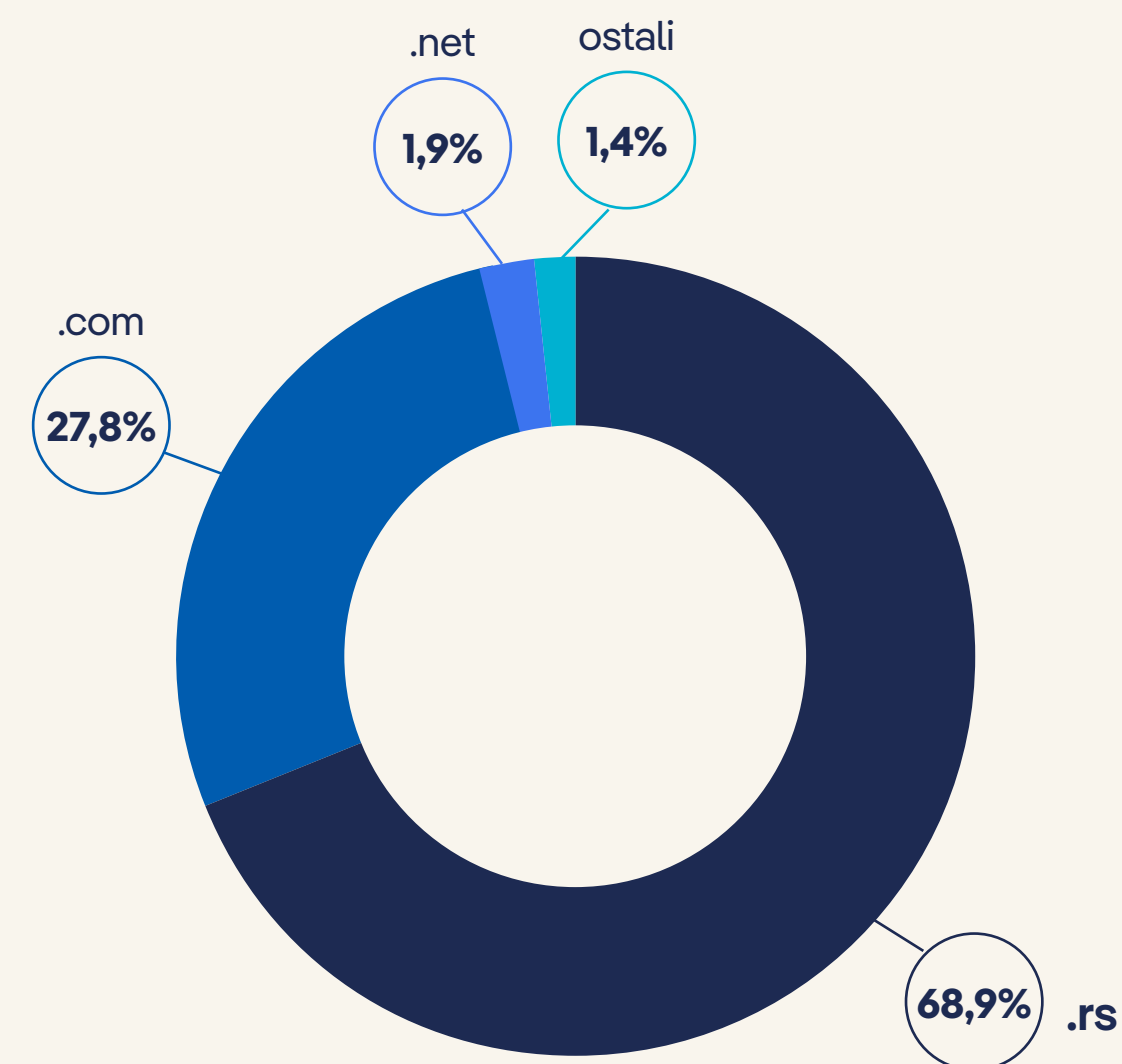
Зашто је избор домена значајан за е-трговце? Према истраживању [Утицај веб-сајта и брендиране е-поште на пословање компанија на интернету](#) из октобра 2021, када је реч о домену на коме се налази сајт фирме која послује на домаћем тржишту, највећи број корисника (62%) своје поверење примарно поклања фирмама чији сајтови имају .rs домен.

Од **1.000** прегледаних веб-продавница, њих **68,9%** веб-продавница налази се на **.RS домену**. Преосталих **311** сајтова налази се на неком од **других домена**, од којих су најзаступљенији .com (27,8%) и .net (1,9%).

Која је старост регистрованих домена који нису **.rs**?

Од **311** домена који нису .rs, **26,37%** домена који нису .RS старији су од 15 година. Број домена регистрованих у последњих 10 година је 155 (49,84%).

Старост домена	Бр. Продавница	%
преко 20 година	25	8,04
од 15 до 20 година	57	18,33
од 10 до 15 година	74	23,79
од 5 до 10 година	70	22,51
до 5 година	85	27,33
Укупно:	311	

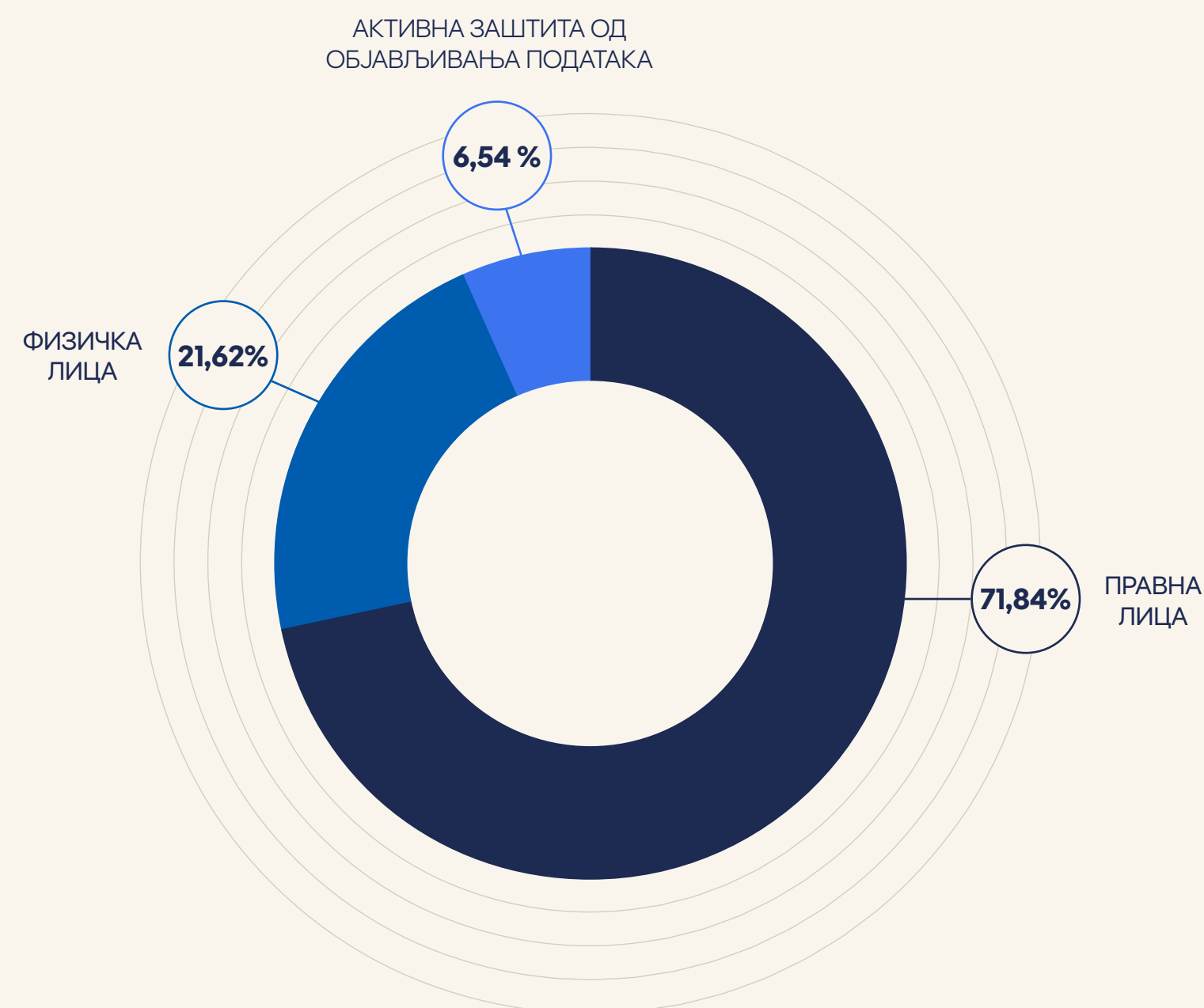


68,9% веб-продавница налази се на **.RS домену**



Да ли је домен регистрован на физичко или на правно лице?

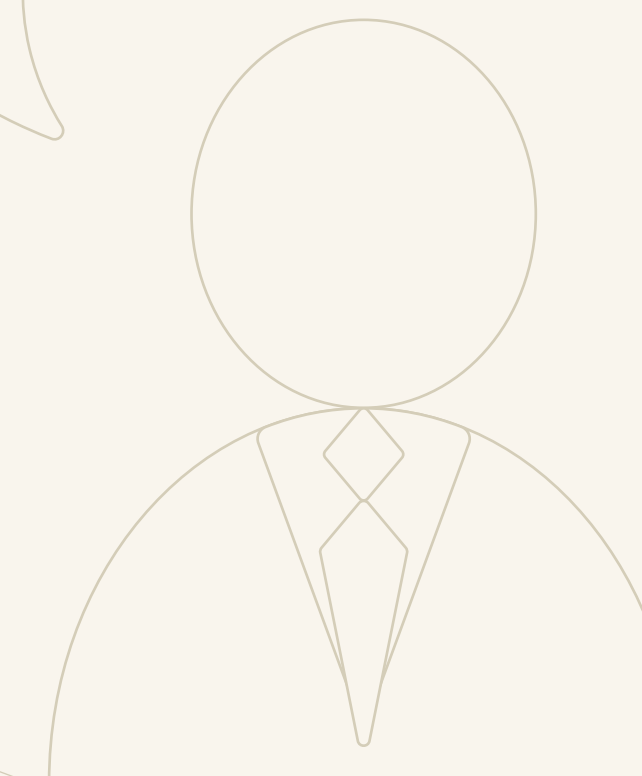
Од **689** .rs домена, **495** су регистровала **правна лица**, а **149** је регистровано на **физичко лице**. Активiranу заштиту од објављивања података о регистранту има 45 домена, па није могуће утврдити да ли је реч о правном или физичком лицу.



Да ли је домен регистрован на фирму која је власник сајта?

Од **495** .rs домена која су регистрована на правно лице, **455** домена је регистровала фирма која је на сајту назначена као **власник веб-продавнице**, док је преосталих **40** регистрвало правно лице које **није власник** (највероватније агенција која је правила сајт).

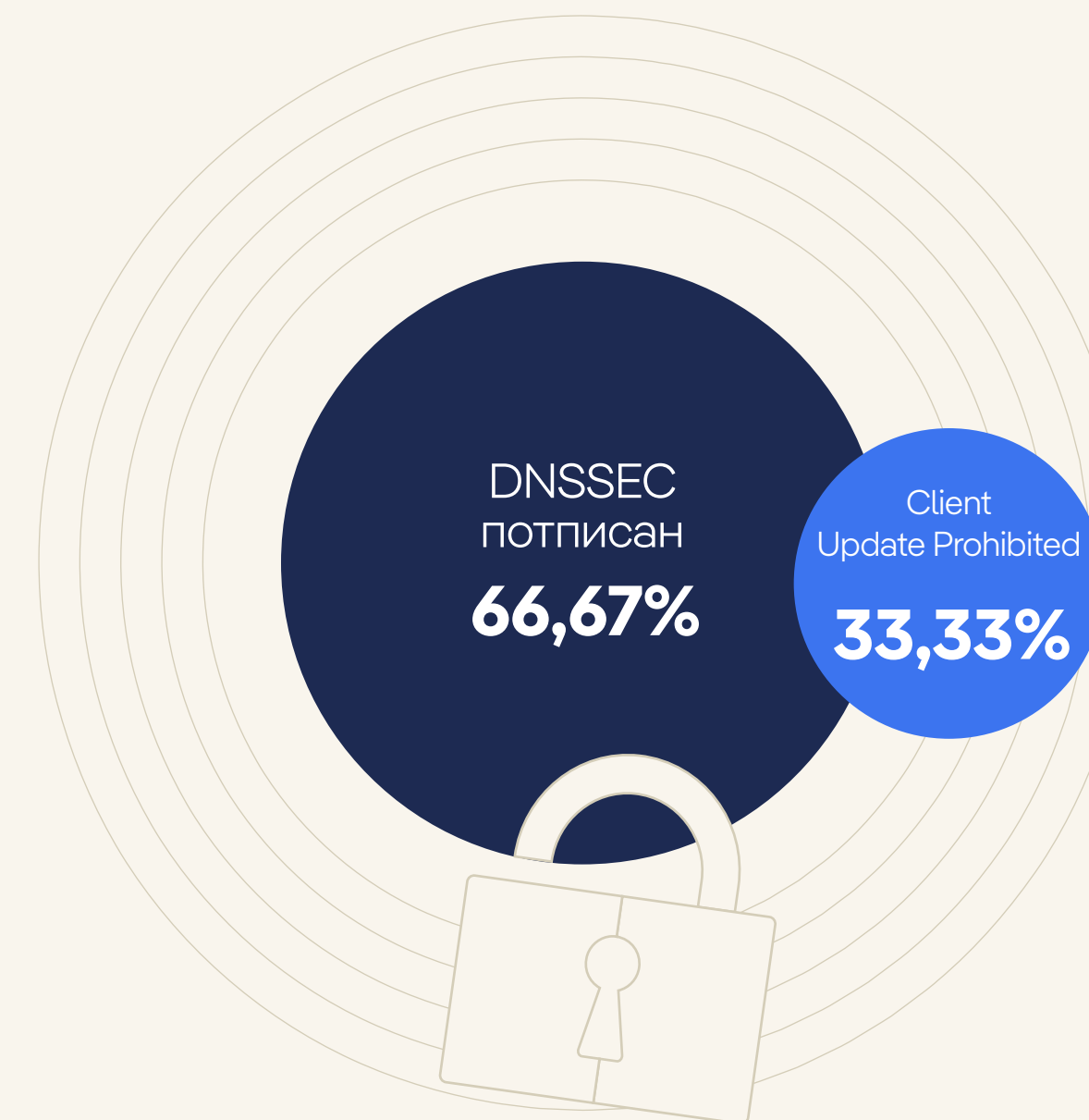
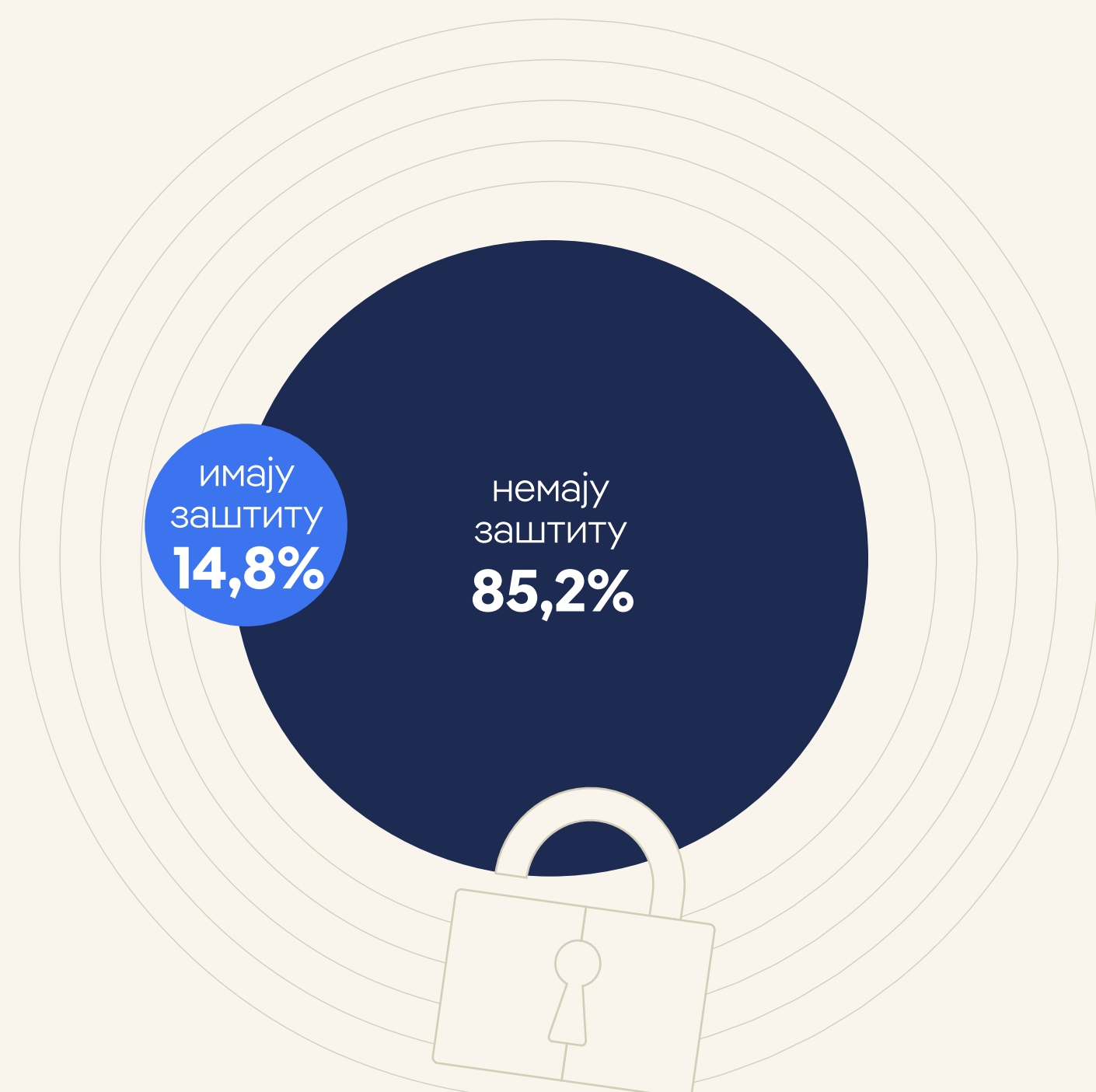
Свега **66%** .RS домена регистровано је на правно лице које је власник сајта





Да ли је домен заштићен од хаковања?

Од **689** .rs домена на којима су веб-продавница само 102 домена (**14,8%**) имају активну [неку врсту заштите](#).



Од 102 .rs домена са укљученом заштитом, 68 домена има потписан [DNSSEC](#) (систем који онемогућава хакере да интернет кориснике преусмере ка својим сајтовима). Осим тога, на 34 домена активан је [client Update Prohibited](#).

На анализираним сајтовима ниједан други облик заштите није примењен, нити су заштите комбиноване са DNSSEC-ом.

Сваки е-комерц сајт треба да користи DNSSEC, јер тиме штити своје кориснике од потенцијалне крађе података и средстава, чиме подиже њихову безбедност и гради њихово поверење, што је у свакој трговини, а посебно у е-трговини, од највеће важности.

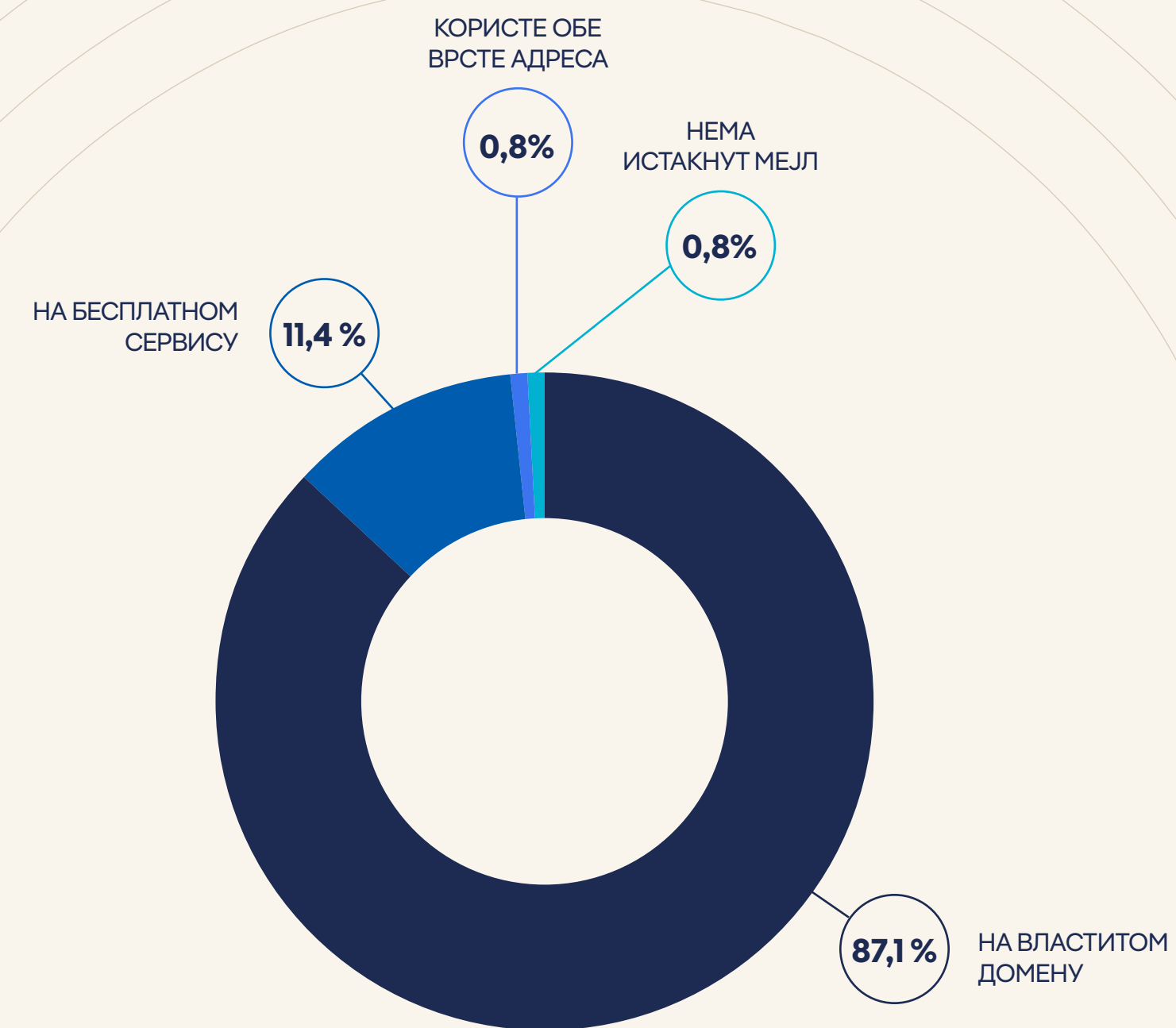


Да ли су адресе пословне е-поште на властитом домену (нпр. kancelarija@naziv-firme.rs) или су на неком од бесплатних сервиса (нпр. gmail.com и сл.)?

Истраживањем је утврђено да од **1.000** прегледаних веб-продавница чак **87,1%** веб-продавница има имејл на властитом домену. Следећих 114 сајтова (11,4%) користи адресу са неког од бесплатних сервиса, док су на 8 сајтова у употреби оба типа адреса. Само 7 сајтова (0,7%) нема уопште истакнуту адресу е-поште.

Зашто је за веб-продавнице битно да у комуникацији користе брендиране адресе е-поште, односно адресе на властитом домену? Према већ поменутом истраживању [Утицај веб-сајта и брендиране е-поште на пословање компанија на интернету](#) из октобра 2021, брендирани имејл је, поред телефона, најкоришћенији начин комуникације са предузећима. Заједничко за све старосне групе обухваћене тим истраживањем јесте да нису склони комуникацији путем небрендираног имејла неке фирме.

Брендирана имејл адреса је, попут веб-сајта или физичке адресе, нешто што идентификује једно предузеће и јасно говори ко стоји иза њега. Због тога је 72% испитаника у овом истраживању одговорило да је већа вероватноћа да ће одговорити на имејл малог предузећа које користи брендирану од бесплатне имејл адресе, и 79% да више верује предузећу које користи брендирану него бесплатну имејл адресу.



✉ New message

Чак **87,1%**

веб-продавница има имејл на властитом домену

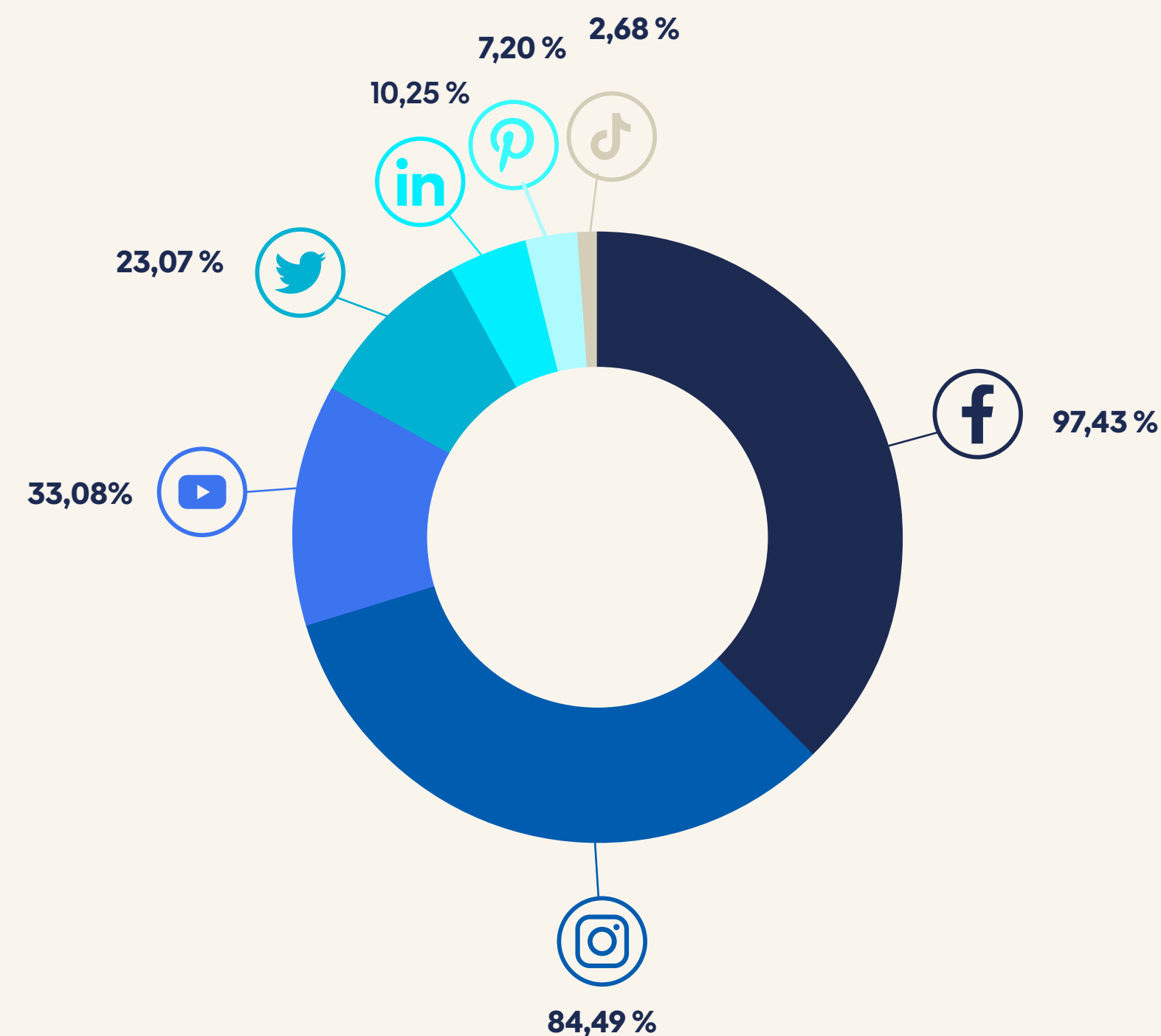


Да ли су на сајту наведени линкови до профила на друштвеним мрежама и, ако јесу, до којих друштвених мрежа?

Код **819** продавница које имају наведене линкове, заступљене су следеће друштвене мреже: Фејсбук **798**, Инстаграм **692**, Јутјуб **271**, Твитер **189**, Линкедин **84**, Пинтерест **59**, Тик-ток **22**.

Број различитих друштвених мрежа према којима имају наведене линкове на сајту.

Бр. различитих друштвених мрежа	БР. ПРОДАВНИЦА	%
1	85	10,38 %
2	367	44,81 %
3	218	26,63 %
4	112	13,68 %
5	28	3,42 %
6	9	1,10 %
7	0	0 %
Укупно:	819	



18,1% веб-продавница нема ниједан линк ка својим профилима на друштвеним мрежама

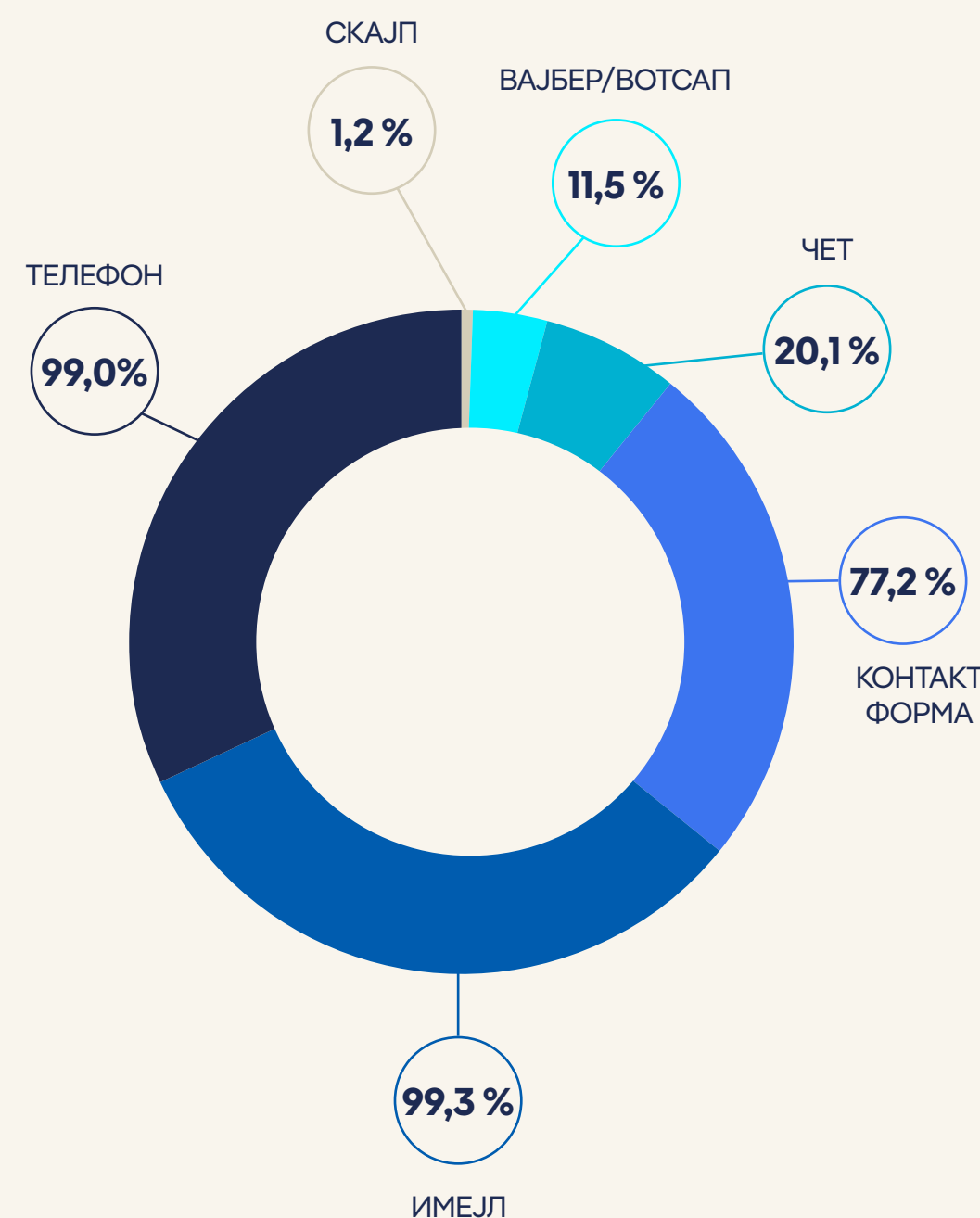


Који вид комуникације са купцима је понуђен на сајту: чет, контакт форма, имејл адреса, број телефона?

За већину купаца је веома важна могућност да у свакој фази куповине могу остварити комуникацију са продавцем. С обзиром на то да различите старосне групе корисника имају различите навике по питању употребе могућих видова комуникација, добро је да веб-трговине понуде могућност више начина комуникација са потрошачима. Тиме ће осигурати максимално задовољство купаца и избећи њихово одустајање од куповине због немогућности комуникације на жељени начин.

Број различитих видова комуникације које постоје на сајту:

Бр. различитих видова комуникације	Бр. Продавница	%
1	9	0,9
2	225	22,5
3	586	58,6
4	155	15,5
5	25	2,5
6	0	0
Укупно:	1000	



99,3%
веб-продавница
има истакнуту
имејл адресу

Истраживањем је утврђено да од **1.000** прегледаних веб-продавница **99,3%** веб-продавница има истакнуту имејл адресу, **99%** има број телефона на сајту, **77,2%** има контакт формулар. Чет је ређе заступљен и има га **20,1%** веб-продавница.



Да ли су на сајту јавно објављени сви битни подаци о правном лицу које је власник продавнице?

С обзиром на то да је поверење кључан фактор у одлукама које доноси купац приликом процеса куповине, веома је значајно да он у првом сусрету са сајтом веб-трговца може брзо и лако да утврди које правно лице је власник сајта, да пронађе његове детаљније податке и, ако жели, да провери његов идентитет на АПР-у, као и да има приступ адреси и броју телефона за контакт.

Од **1.000** прегледаних веб-продавница њих **84,9%** има објављене све податке о правном лицу које је власник сајта, **9,9%** сајтова има само делимично наведене ове податке, док их **5,2%** нема истакнуте.





Да ли сајт користи http или https протокол?

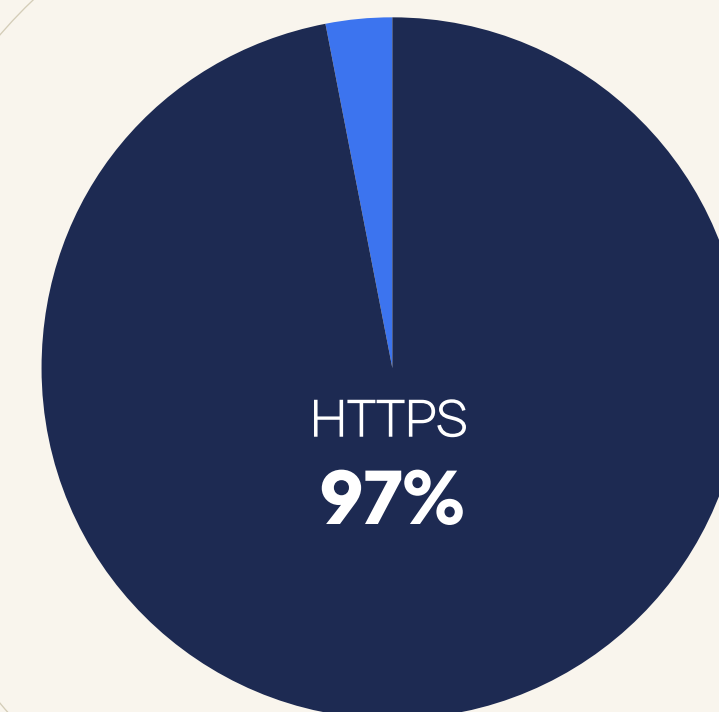
SSL (Secure Sockets Layer) јесте протокол за сигурну комуникацију између клијента и сервера на интернету (на пример, између веб-прегледача купца и веб-продавнице). SSL омогућава шифровање података у транзиту, што значи да ти подаци не могу бити прочитани и преузети од стране хакера. Безбедна комуникација је посебно важна у случајевима када се на сајту обављају финансијске трансакције или се прикупљају лични подаци корисника. Да би користили овај безбедносни протокол, веб-сајтови морају имати SSL сертификат, који издају овлашћена сертификациона тела – организације од поверења које су овлашћене за ту делатност. Сајтови који користе SSL имају иконицу затвореног катанца испред адресе веб-сајта.

TLS (Transport Layer Security) новија је, сигурнија верзија SSL-а. У пракси се најчешће користи појам SSL, чак и кад је реч о TLS протоколу.

HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) јесте безбедносно проширење основног комуникационог HTTP протокола и ознака https се исписује на почетку адресе сајта када је веб-локација заштићена SSL/TLS сертификатом (нпр. <https://www.rnids.rs>). Детаљи сертификата, укључујући сертификационо тело које га је издало и корпоративни назив власника веб-локације, могу се видети кликом на симбол катанца у адресном пољу прегледача (испред ознаке https).

<http://www.> |

Од **1.000** анализираних веб-продавница Само **3%** веб-продавница нема активан SSL/TLS сертификат, тј. и даље користи HTTP протокол.



Употреба HTTPS протокола у електронској трговини доноси веб-продавницама две значајне користи: повећано поверење купаца и боље рангирање на претраживачима (SEO):

- Купци су склонији куповини на сајтовима који брину о заштити њихових личних и финансијских података.
- Гугл је изјавио да коришћење HTTPS протокола утиче на рангирање веб-сајтова, што значи да може помоћи веб-продавници да се боље позиционира у резултатима претраге и тиме привуче више посетилаца.



Ако постоји сертификат, која је врста сертификата?


Постоје три врсте SSL/TLS сертификата: **Domain Validation (DV)**, **Organization Validation (OV)** и **Extended Validation (EV)**, који се разликују по нивоу провере идентитета власника домена и организације. Сваки од ова три типа сертификата нуди различите нивое сигурности и прикладни су за различите врсте сајтова.

Domain Validation (DV) сертификати потврђују само власништво над доменом. То су најјефтинији сертификати и обично се издају у року од неколико минута, јер није потребно доставити документа о фирми да би се тај сертификат добио.

Organization Validation (OV) сертификати пружају виши ниво безбедности и потврђују легитимност предузећа које га поседује. Кликом на симбол катанца у адресном пољу прегледача приказују се информације о сертификату које садрже и детаље о предузећу, чиме се гради додатни ниво поверења, па се препоручују оним предузећима којима је та врста валидације важна.

Extended Validation (EV) сертификати представљају највиши ниво безбедности и пролазе кроз најстроже провере, које укључују проверу правног статуса предузећа, проверу власништва над доменом, проверу телефонског броја и друге верификације. Препоручују се свим сајтовима на којима се врше новчане трансакције.

Од **970** веб-продавница које имају SSL/TLS сертификат, **887** (91,44%) користи DV сертификат, док **83** сајта има OV сертификат.



Од оних које имају
сертификат, чак **91,44%**
веб-продавница има **DV**

Да ли имају своју мобилну апликацију (да ли на сајту имају линк ка њој)?

Употреба мобилних апликација је минимална, само **30** веб-продавница (3%) има на сајту линк ка некој од њих.



Које резултате остварује сајт у мобилној и десктоп верзији према тесту Google PageSpeed Insights?

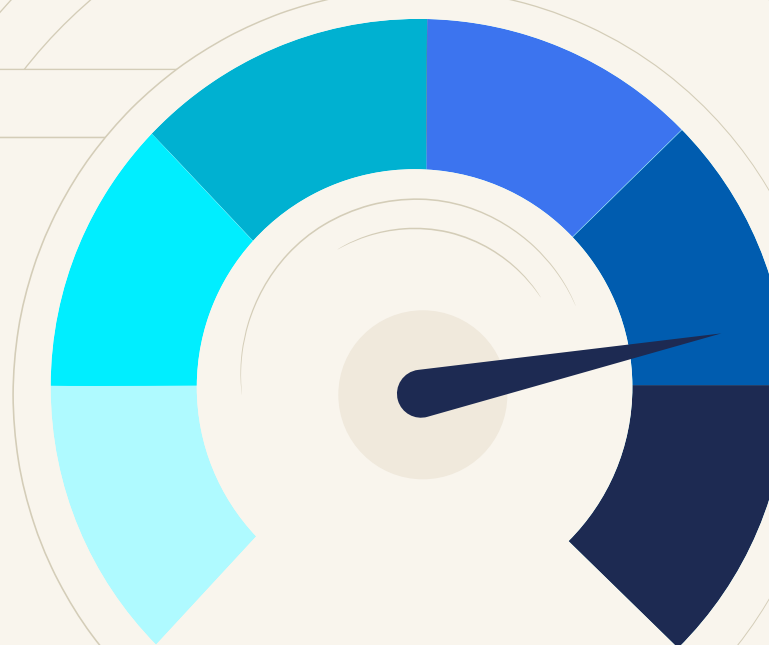
Performance вредност на PageSpeed Insights [тесту](#) описује колико се брзо и ефикасно веб-страница учитава и приказује корисницима. Вредност Performance приказује се на скали од 0 до 100 и зависи од различитих фактора као што су величина и оптимизација слика и других датотека, коришћење кеширања, оптимизација JavaScript и CSS кода, време потребно да се сервер одазове, као и других фактора који утичу на брзину учитавања и приказивања веб-страница корисницима. Што је оцена већа, то веб-сајт има боље перформансе.

Перформансе у границама од 90-100 има само 20 сајтова (2%) у мобилној верзији и 114 сајтова (11,4%) у десктоп верзији.

РЕЗУЛТАТ:	Mobile		Desktop		
	Бр. продавница	%	Бр. продавница	%	
од 90 до 100	20	2	114	11,4	
од 80 до 90	25	2,5	163	16,3	
од 70 до 80	37	3,7	22,9	16,6	67,3
од 60 до 70	70	7	187	18,7	
од 50 до 60	97	9,7	157	15,7	
од 40 до 50	141	14,1	101	10,1	
од 30 до 40	186	18,6	52	5,2	
од 20 до 30	194	19,4	75,1	4	21,3
од 10 до 20	166	16,6	14	1,4	
од 0 до 10	64	6,4	6	0,6	

На Mobile тесту чак 75,1% сајтова има лоше резултате, у границама од 0 до 49. Ако овоме додамо да је истраживање показало да само 3% сајтова има мобилне апликације, види се да домаће веб-продавнице још увек не придају довољно значаја овом сегменту.

Чак **75,1%** сајтова има лоше резултате за Performance вредност на PageSpeed Insights Mobile тесту





Accessibility вредност на PageSpeed Insights тесту представља меру доступности веб-странице особама са инвалидитетом и зависи од различитих фактора као што су структура HTML кода, употреба правилних ознака, алтернативни текст за слике и видео-записе, као и доступност веб-странице путем тастатуре. Accessibility вредност се приказује на скали од 0 до 100, при чему већи број бодова указује на бољу приступачност веб-сајта.

PageSpeed Insights користи смернице Web Content Accessibility Guidelines ([WCAG](#)), које су развијене од стране World Wide Web Consortium ([W3C](#)), да би оценио приступачност веб-сајта.

Добар резултат за приступачност на PageSpeed Insights тесту значи да је веб-сајт прилагођен и приступачан за кориснике са инвалидитетом или другим потешкоћама у коришћењу интернета, што побољшава њихово искуство коришћења сајта.

РЕЗУЛТАТ:	Mobile		Desktop		
	Бр. продавница	%	Бр. продавница	%	
од 90 до 100	188	18,8	117	17,7	
од 80 до 90	342	34,2	359	35,9	
од 70 до 80	251	25,1	251	25,1	79,9
од 60 до 70	152	15,2	136	13,6	
од 50 до 60	51	5,1	53	5,3	
од 40 до 50	15	1,5	21	2,1	
од 30 до 40	1	0,1	3	0,3	
од 20 до 30	0	0	1,6	0	2,4
од 10 до 20	0	0	0	0	
од 0 до 10	0	0	0	0	

Од **1.000** анализираних веб-продавница велика већина показује добре (**79,6%**) или одличне резултате (**18,8%**) у области приступачности на Mobile тесту, и исто тако добре (**79,9%**) или одличне (**17,7%**) резултате на Desktop тесту.





Best practices вредност на PageSpeed Insights тесту описује у којој се мери веб-страница придржава најбољих пракси у развоју веб-сајтова. Ова вредност даје информацију о томе да ли се на веб-страници примењују препоручене технике и поступци у дизајну и имплементацији веб-сајтова који могу помоћи у побољшању перформанси и корисничког искуства. Ова оцена се додељује у распону од 0 до 100, при чему већи број бодова указује на боље усвајање најбољих пракси.

Добра оцена за најбоље праксе не гарантује да ће оцена перформанси веб-сајта бити висока, јер постоји још много фактора који могу утицати на брзину учитавања странице, попут величине слике или JavaScript кода, као и конфигурације сервера и мрежне конекције.

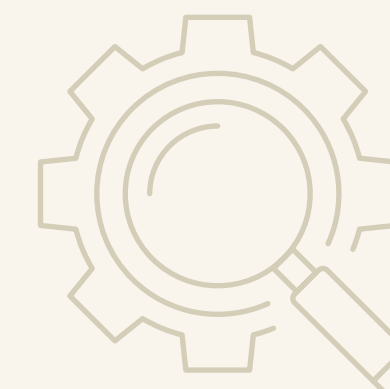
Од 1.000 анализираних веб-продавница велика већина показује **добре (63,6%)** или **одличне (35%) резултате** у области најбоље праксе на Mobile тесту, и исто тако добре (49,6%) или одличне (49,8%) резултате на Desktop тесту.

BEST PRACTICES

Резултат:	Mobile		Desktop		
	Бр. продавница	%	Бр. продавница	%	
од 90 до 100	353	35	498	49,8	
од 80 до 90	303	30,3	275	27,5	
од 70 до 80	177	17,7	135	13,5	
од 60 до 70	90	9	52	5,2	49,6
од 50 до 60	66	6,6	34	3,4	
од 40 до 50	5	0,5	1	0,1	
од 30 до 40	1	0,1	0	0	
од 20 до 30	0	0	1,4	0	0,6
од 10 до 20	0	0	0	0	
од 0 до 10	8	0,8	5	0,5	

SEO (Search Engine Optimization) вредност на PageSpeed Insights тесту приказује колико је добро веб-страница оптимизована за претраживаче. Вредност SEO може бити на скали од 0 до 100 и зависи од различитих фактора, као што су коришћење кључних речи, мета описа, URL структуре, брзине учитавања веб-странице и примене других техника које се користе за оптимизацију веб-страница за претраживаче.

SEO оцена на PageSpeed Insights даје одређени увид у квалитет оптимизације, али рангирање на претраживачима зависи и од многих других фактора, као што су квалитет садржаја, релевантност и ауторитет сајта, као и повезаност са другим веб-страницама. Сви фактори заједно утичу на то како ће претраживачи рангирати веб-сајт.



SEO

Резултат:	Mobile		Desktop		
	Бр. продавница	%	Бр. продавница	%	
од 90 до 100	419	41,9	482	48,2	
од 80 до 90	420	42	385	38,5	
од 70 до 80	133	13,3	111	11,1	
од 60 до 70	15	1,5	22	2,2	51,8
од 50 до 60	13	1,3	0	0	
од 40 до 50	0	0	0	0	
од 30 до 40	0	0	0	0	
од 20 до 30	0	0	0	0	
од 10 до 20	0	0	0	0	
од 0 до 10	0	0	0	0	



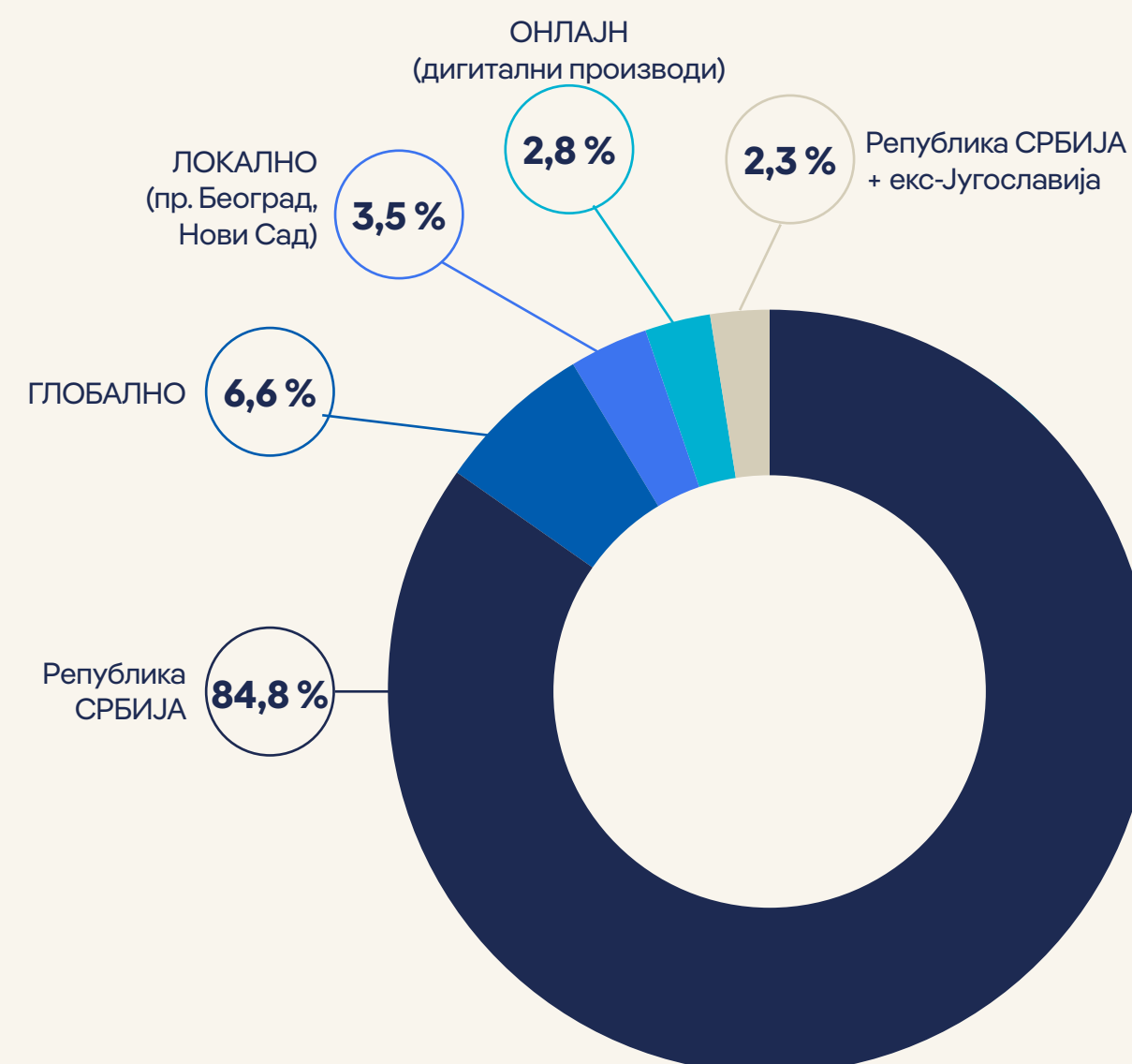
На којим тржиштима се врши испорука?

На **848** сајтова **84,8%** веб-продавница наведено је да испоручују само у Србији (ово не искључује могућност да постоје посебни сајтови на доменима као што су нпр. .hr, .me, .ba и сл. за продају на другим тржиштима).

Локалну испоруку, најчешће у оквиру једног града (нпр. Нови Сад, Београд), нуди 35 (3,5%) веб-продавница.

Од веб-продавница које нуде испоруку и ван Србије, 23 сајта (2,3%) назначила су да производе испоручују и у државе у окружењу (екс-Југославија), док 66 веб-продавница (6,6%) има глобалну испоруку.

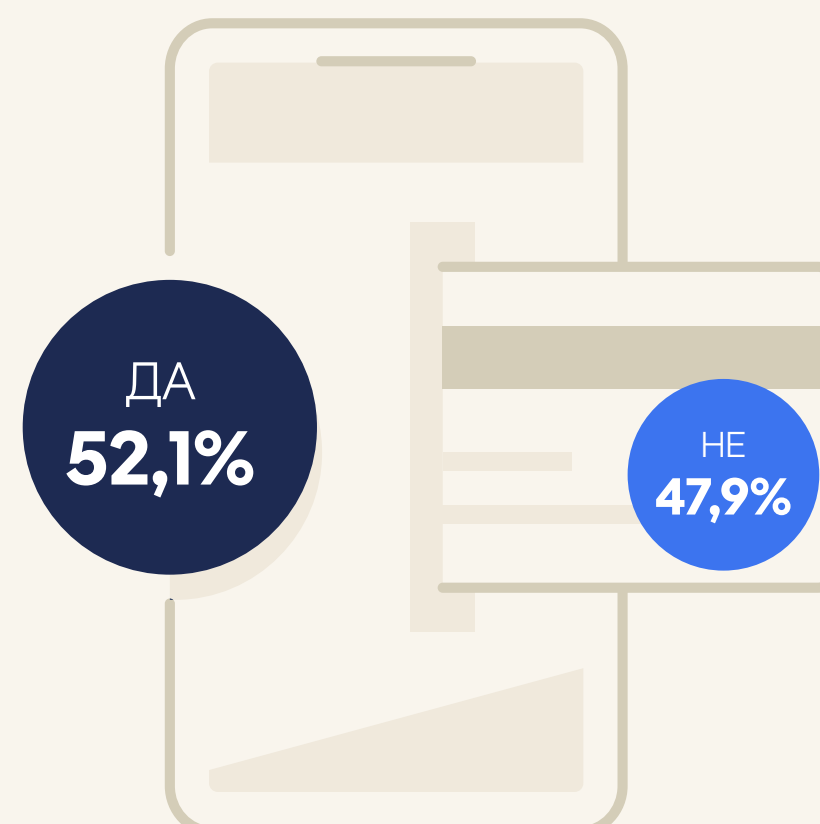
Дигитални производи се продају преко 28 (2,8%) сајтова.



На **84,8%** веб-продавница наведено је да испоручују само у Србији

Да ли сајт омогућава плаћање картицама?

Од **1.000** прегледаних веб-продавница, **521** сајт, односно **52,1%** веб-продавница, омогућава плаћање картицама



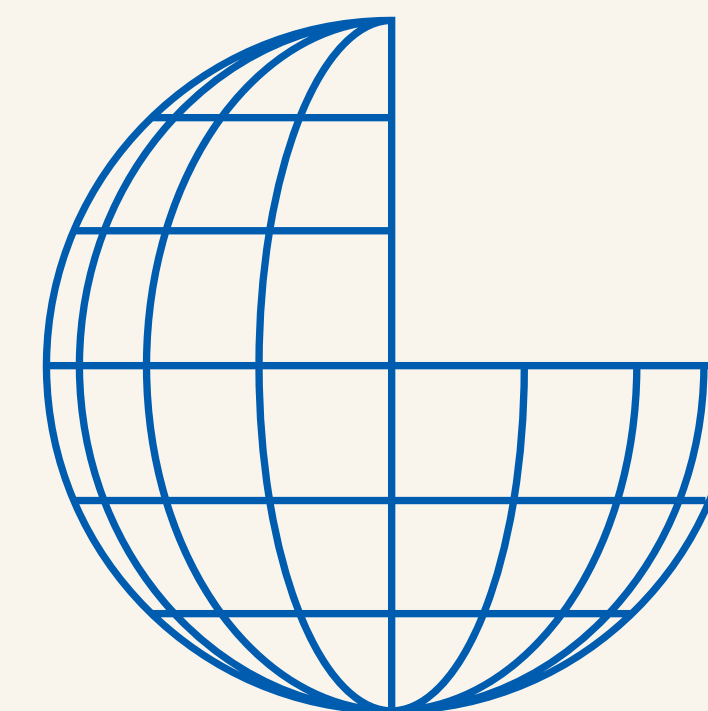


♦ Фондација РНИДС

Фондација „Регистар националног интернет домена Србије” (РНИДС) управља регистром назива националних .rs и .срб домена и критичним деловима инфраструктуре за националне интернет домене, обезбеђујући њихово беспрекорно функционисање и несметану доступност из било које тачке интернета. РНИДС-у је управљање .rs и .срб доменима, уз подршку надлежног министарства Републике Србије, делегирао ICANN – организација одговорна за управљање глобалном адресном структуром интернета.

На наше интернет сервисе ослања се преко **50.000** предузећа. Ако би неки назив домена био недоступан, веб-страница на њему не би била видљива, онлајн сервис на њему не би радио, а његови корисници не би могли да размењују електронску пошту. Системи који подржавају .rs и .срб домене раде без прекида откако су наши национални домени постали видљиви на интернету.

Осим тога, РНИДС дефинише и правила која регулишу регистрацију назива националних домена, као и спорове у вези са њима. Такође, РНИДС активно ради на едукацији и промовисању одговарајућег присуства на интернету. Знање које смо стекли током година делимо широм Србије кроз конференције и стручне скупове које организујемо, или на којима учествујемо, у сарадњи са представницима локалне интернет заједнице.



Фондација
"Регистар националног
интернет домена Србије"
(РНИДС)



rnids.rs | рнидс.срб

Истраживање реализовала:
Агенција „Е-трговина”

