

Z A K O N

O TRGOVINI

I. OSNOVNE ODREDBE

Predmet

Član 1.

Ovim zakonom uređuju se uslovi i način za obavljanje trgovine na jedinstvenom tržištu Republike Srbije, unapređenje trgovine i zaštita tržišta, zabrana nepoštene tržišne utakmice i nadzor.

Primena zakona

Član 2.

Ovaj zakon se primenjuje na sva lica koja obavljaju trgovinu u Republici Srbiji.

Ovaj zakon se ne primenjuje na pružanje usluga koje su uređene posebnim zakonom.

Značenje pojedinih izraza

Član 3.

Pojedini izrazi u smislu ovog zakona imaju sledeće značenje:

- 1) tržište je institucionalno uređen odnos između subjekata ponude i tražnje;
- 2) roba je proizvod ljudskog rada u materijalnom ili nematerijalnom obliku namenjen prodaji na tržištu, kao i voda, gas i električna energija kada se prodaju po unapred određenoj količini;
- 3) prodajni objekat je prostor koji čini jedinstvenu fizičku, funkcionalnu i tehničko-tehnološku celinu, trajnog ili privremenog građevinskog karaktera, opremljen na propisani način, koji je namenjen za obavljanje trgovine;
- 4) prodajno mesto je prodajni objekat ili drugo mesto van prodajnog objekta na kojem je predviđeno i odobreno obavljanje trgovine, u skladu sa zakonom i drugim propisima;
- 5) potrošač je fizičko lice koje kupuje robu, odnosno usluge radi zadovoljavanja ličnih potreba ili potreba domaćinstva;
- 6) proizvođač je pravno lice, preduzetnik ili fizičko lice koje izrađuje proizvod ili se u tom svojstvu predstavlja stavljanjem na proizvod svog poslovnog imena, imena ili naziva, žiga ili druge prepoznatljive oznake;
- 7) otkupno mesto je specijalizovana trgovina na veliko poljoprivrednim proizvodima i domaćim životinjama, u kojem se obavlja organizovani otkup poljoprivrednih proizvoda i domaćih životinja, od poljoprivrednih proizvođača, radi dalje prodaje ili obavljanja druge poslovne delatnosti kupaca;
- 8) konkurent je trgovac koji prodaje robu ili pružalac usluge koja je po svojim osobinama, nameni i ceni, zamenjiva sa robom ili uslugom drugog trgovca ili pružaoca usluge na istom tržišnom području;
- 9) elektronska platforma je sredstvo putem kojeg lice koje ima svojstvo pružaoca usluge informacionog društva, u smislu zakona kojim se uređuje elektronska trgovina, pruža uslugu povezivanja stranama koje trguju elektronskim

putem. Lice koje upravlja elektronskom platformom može i da obavlja prodaju sopstvene robe/usluge preko te platforme;

10) elektronska prodavnica je prodavnica na internetu preko koje trgovac nudi robu/usluge.

1. Načela trgovine

Načelo slobodne trgovine

Član 4.

Trgovina se na tržištu obavlja slobodno.

Zabranjena su ograničenja slobode obavljanja trgovine.

Izuzetno ograničenje slobode trgovine može se privremeno uvesti na način i pod uslovima propisanim zakonom.

Načelo ravnopravnosti i zabrane diskriminacije

Član 5.

Trgovci su ravnopravni i imaju jednak pravni položaj na tržištu.

Zabranjen je svaki oblik diskriminacije u pogledu uslova za obavljanje trgovine ili narušavanja ravnopravnosti trgovaca na tržištu.

Načelo jedinstvenog tržišta

Član 6.

Tržište Republike Srbije je jedinstveno i celovito.

Izuzetno, dozvoljeni su akti ili radnje u skladu sa zakonom, usmereni na podsticanje regionalnog razvoja nerazvijenih područja, za određene socijalno ugrožene kategorije stanovništva, za proizvodnju i trgovinu robom/uslugama koje su od egzistencijalnog značaja za stanovništvo, kao i za razvoj određenih delatnosti koje su od javnog interesa, odnosno zaštite određenih dobara od posebnog značaja.

Načelo poštenja

Član 7.

Trgovci u tržišnoj utakmici postupaju pošteno, na način koji nije usmeren na prouzrokovanje štete drugim trgovcima, odnosno kupcima, kao i javnom interesu, a u skladu sa poslovnim moralom i dobrim poslovnim običajima.

Načelo stabilnosti i snabdevenosti

Član 8.

Republika Srbija obezbeđuje uslove za održavanje stabilnosti i snabdevenosti tržišta, naročito u pogledu robe/usluga od egzistencijalnog značaja za stanovništvo.

Zabranjeno je učesnicima na tržištu preduzimanje radnji kojima se izaziva nestabilnost i poremećaj u snabdevenosti tržišta.

Načelo srazmernosti

Član 9.

Državni organi i organizacije koje su zakonom i drugim propisima ovlašćeni da donose akte ili preduzimaju radnje ograničenja trgovine, kao i u poslovima nadzora, dužni su da u pogledu obima, načina, uslova i trajanja tih ograničenja, odnosno obavljanja nadzora, postupaju srazmerno razlozima za ograničenje.

II. TRGOVINA

1. Pojam i vrste trgovine

Pojam

Član 10.

Trgovina je privredna delatnost koja predstavlja skup poslovnih aktivnosti u vezi sa nabavkom i prodajom robe, kao i pružanje usluga sa ciljem ostvarivanja dobiti.

Trgovina se obavlja kao:

- 1) trgovina na veliko i
- 2) trgovina na malo i pružanje usluga potrošačima.

Trgovina na veliko

Član 11.

Trgovina na veliko (veleprodaja, veletrgovina) je kupovina robe radi dalje prodaje i/ili pružanje usluga pravnim ili fizičkim licima upisanim u odgovarajući registar.

Trgovina na malo i pružanje usluga potrošačima

Član 12.

Trgovina na malo (maloprodaja) je prodaja robe i/ili pružanje usluga potrošačima radi zadovoljavanja ličnih potreba ili potreba domaćinstva.

Način obavljanja trgovine na malo i pružanja usluga potrošačima

Član 13.

Trgovina na malo i pružanje usluga potrošačima obavlja se kao:

- 1) trgovina na prodajnom mestu;
- 2) trgovina ličnim nuđenjem;
- 3) daljinska trgovina:
 - (1) elektronska trgovina;
 - (2) ostala daljinska trgovina putem drugih sredstava.

Trgovina na prodajnom mestu

Član 14.

Trgovina na prodajnom mestu je trgovina:

- 1) u prodajnom objektu;
- 2) u prenosivim prodajnim objektima (kiosk, tezga, automat i sl. sredstva i oprema);
- 3) sa pokretnih sredstava i opreme.

Trgovina u prodajnom objektu obavlja se u različitim trgovinskim formatima.

Trgovinski formati su organizaciono-tehnički oblici obavljanja trgovine, koji imaju specifičnu strategiju prodaje prema kupcima i konkurentima (npr. supermarket, hipermarket, diskont, trgovinski centar, cash and carry centar i dr.).

Ministar nadležan za poslove trgovine (u daljem tekstu: ministar), bliže uređuje klasifikaciju trgovinskih formata, uređuje vrstu prenosivih prodajnih objekata i oblike trgovine sa pokretnih sredstava i opreme.

Aktom nadležnog organa jedinice lokalne samouprave određuje se prodajno mesto na javnoj i drugoj površini na kojem se obavlja trgovina u prenosivim prodajnim objektima i vreme i mesto trgovine sa pokretnih sredstava i opreme.

Trgovina ličnim nuđenjem

Član 15.

Trgovina ličnim nuđenjem je trgovina koja se obavlja:

- 1) van prodajnog mesta;
- 2) uz istovremeno fizičko prisustvo trgovca i potrošača;
- 3) bez prethodnog zahteva potrošača da mu se učini ponuda.

Trgovina iz stava 1. ovog člana naročito se obavlja kao:

- 1) trgovina na adresi prebivališta ili boravišta ili na radnom mestu potrošača;
- 2) trgovina na promotivno-prodajnim skupovima.

Poljoprivredni i prehrambeni proizvodi mogu se prodavati ličnim nuđenjem ukoliko ispunjavaju uslove propisane posebnim propisima.

Punomoćnik i potvrda o trgovini ličnim nuđenjem

Član 16.

Trgovina ličnim nuđenjem može da se obavlja lično ili preko zaposlenih i radno angažovanih lica, odnosno preko punomoćnika.

Trgovac i pružalac usluge potrošačima, kao i njegov punomoćnik, dužni su da poseduju pisanu potvrdu potpisanu od strane trgovca o obavljanju trgovine ličnim nuđenjem, koja naročito sadrži podatke o: matičnom broju, PIB, sedištu i poslovnom imenu trgovca, odnosno pružaoca usluge potrošačima, imenu punomoćnika, zaposlenog odnosno radno angažovanog lica, opisu robe/usluga koja se nudi na prodaju, podatke o periodu, načinu i području na kojem će se obavljati trgovina, kao i druge potrebne podatke.

Trgovac i pružalac usluge potrošačima, kao i njegov punomoćnik, dužni su da potvrdu iz stava 2. ovog člana drže vidno istaknutu na mestu ponude, odnosno da potvrdu daju na uvid licu prema kojem je usmerena ponuda u trenutku prvog obraćanja.

Ministar bliže propisuje sadržinu i oblik potvrde iz stava 2. ovog člana.

Na odnose punomoćnika i trgovca, odnosno pružaoca usluge potrošačima koji nisu uređeni ovim zakonom i podzakonskim aktima shodno se primenjuju odredbe zakona kojim se uređuju obligacioni odnosi u delu koji se odnosi na zastupanje.

Daljinska trgovina

Član 17.

Daljinska trgovina je isticanje ponude i zaključenje ugovora za prodaju robe/usluge upotrebom jednog ili više sredstava komunikacije na daljinu.

Elektronska trgovina je vid daljinske trgovine koja se ostvaruje na način da se robe/usluga nudi, naručuje i prodaje putem interneta.

Elektronska trgovina naročito se obavlja kao:

1) prodaja robe/usluga preko elektronske prodavnice (osnovni oblik elektronske trgovine);

2) prodaja robe/usluga preko elektronske platforme koja povezuje trgovce i potrošače (prodaja preko e-commerce platforme);

3) prodaja robe preko elektronske prodavnice ili preko elektronske platforme, pri čemu se roba isporučuje potrošaču direktno od proizvođača/veletrgovca („dropshipping” oblik elektronske trgovine).

Ostala daljinska trgovina obavlja se putem drugih sredstava komunikacije, a naročito kao kataloška prodaja, TV prodaja, trgovina posredstvom pošte, štampanih pošiljki, reklamnih materijala sa narudžbenicom, telefona, tekstualnih ili multimedijalnih poruka u mobilnoj telefoniji i govornih automata.

Smatra se da strano lice obavlja daljinsku trgovinu u Republici Srbiji ako je usmerena na potrošače u Republici Srbiji.

Daljinska trgovina je usmerena na potrošače u Republici Srbiji naročito ako se:

1) koristi jezik u službenoj upotrebi u Republici Srbiji ili ističe cena u dinarima i

2) nudi isporuka robe na teritoriji Republike Srbije.

2. Posebne tržišne institucije

Pojam i vrste

Član 18.

Posebne tržišne institucije su posebni, uređeni oblici tržišta koji organizuju susret prodavaca i kupaca robe/usluga, sa ciljem njene prodaje ili promocije.

Posebne tržišne institucije su:

1) robna berza;

2) sajam;

3) privredne izložbe i tradicionalne manifestacije;

4) pijaca;

5) veletržnica;

6) aukcijska kuća.

Posebne tržišne institucije ne mogu da učestvuju ni kao prodavci ni kao kupci u trgovini čiji su organizatori.

Robna berza

Član 19.

Robna berza uređuje se posebnim zakonom.

Sajam

Član 20.

Sajam je posebna tržišna institucija koja se bavi organizovanjem sajamskih izložbi, kao i pružanjem pratećih usluga, a naročito iznajmljivanja, projektovanja i pripremanja izložbenih mesta u sajamskom prostoru, skladištenja robe ili izdavanja skladišnog prostora, organizovanja ili obavljanja prevoza robe za izlagače, utovara, istovara i pakovanja robe, marketinških, ugostiteljskih i drugih usluga u vezi sa organizovanjem sajamskih izložbi.

Sajam je pravno lice, registrovano u Registru privrednih subjekata u skladu sa zakonom kojim se uređuje registracija, koje obavlja sajamsku delatnost u naročito namenjenom prostoru (sajmištu).

Sajamska izložba iz stava 1. ovog člana predstavlja izlaganje robe u tačno određenom vremenskom periodu, na prostoru posebne namene (sajamski prostor, sajmište), od strane određenog izlagača, radi njenog predstavljanja i upoznavanja zainteresovanih kupaca sa tom robom, odnosno uslugama koje taj izlagač nudi.

Trgovina na sajamskoj izložbi smatra se trgovinom na prodajnom mestu.

Sajam može da organizuje i druge kulturne i sportske priredbe i manifestacije.

Privredne izložbe i tradicionalne manifestacije

Član 21.

Privredne izložbe su izložbe robe/usluga, privremenog ili povremenog karaktera, van sajamskog prostora.

Tradicionalne manifestacije su vašari, festivali i druge manifestacije na kojima se u sklopu kulturnih, muzičkih, sportskih i drugih društvenih aktivnosti, prodaje određena roba/usluge, a u skladu sa običajima vezanim za odvijanje tih aktivnosti i za to područje (npr. „dani” pojedinih lokalnih proizvoda, sabori i sl.).

Organizator privrednih izložbi ili tradicionalnih manifestacija je dužan da:

- 1) vodi evidenciju lica koja izlažu ili prodaju robu/usluge;
- 2) obezbedi uslove za prisustvo i rad nadležnih inspekcija za sve vreme trajanja izložbe ili manifestacije;
- 3) jasno obeleži i izdvoji prostor na kome se održava izložba ili manifestacija od okolnog prostora;
- 4) vidno istakne organizatora i trajanje izložbe ili manifestacije.

Evidencija iz stava 3. tačka 1) ovog člana sadrži podatke o poslovnom imenu, matičnom broju i adresi sedišta trgovca i pružaoca usluge, odnosno ukoliko je trgovac i pružalac usluge fizičko lice podatke o imenu i prezimenu, adresi i broju iz odgovarajućeg registra, a radi efikasnog sprovođenja inspekcijiskog nadzora.

Na privrednim izložbama i tradicionalnim manifestacijama dozvoljena je prodaja robe/usluge koje su predmet i svrha organizovanja pomenutih izložbi i manifestacija.

Privredna izložba i tradicionalna manifestacija može trajati najduže do 60 dana u toku jedne kalendarske godine.

Trgovina na ovim privrednim izložbama i manifestacijama smatra se trgovinom na prodajnom mestu.

Vreme i mesto održavanja privrednih izložbi i tradicionalnih manifestacija je u nadležnosti jedinice lokalne samouprave.

Pijaca

Član 22.

Pijaca je posebna tržišna institucija koja se bavi organizovanjem trgovine na malo, putem uređivanja, održavanja i izdavanja specijalizovanog prostora za obavljanje pijačne prodaje robe, kao i pratećih usluga.

Pijačna prodaja obuhvata prodaju robe naročito na tezgama, boksovima ili posebnim prodajnim objektima, i to svežih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda,

proizvoda domaće radinosti i zanatskih proizvoda, druge robe široke potrošnje, kao i pružanje pratećih usluga.

Pijaca je pravno lice registrovano u Registru privrednih subjekata u skladu sa zakonom kojim se uređuje registracija.

Prodaju na pijaci obavljaju trgovci.

Pijaca je dužna da:

1) jasno obeleži i izdvoji pijačni prostor od okolnog prostora, kao i da vidno istakne dane i vreme pijačne trgovine;

2) obezbedi vagu na kojoj se vrši provera mase kupljene robe (kontrolna vaga), da je jasno označi na mestu njenog nalaženja i da omogući lak pristup toj vagi;

3) obezbedi da prodaju robe na pijaci obavljaju isključivo trgovci;

4) obezbedi uslove za prisustvo i rad nadležnih inspekcija za sve vreme pijačne trgovine.

Aktom nadležnog organa jedinice lokalne samouprave uređuje se lokacija, opremanje i održavanje pijace, način izdavanja pijačnog prostora, radno vreme i druga pitanja od značaja za rad pijace.

Veletržnica

Član 23.

Veletržnica je posebna tržišna institucija koja se bavi organizovanjem trgovine na veliko, putem uređivanja, održavanja i izdavanja specijalizovanog prostora za izlaganje i prodaju voća, povrća i drugih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, ostale robe široke potrošnje, kao i pružanje pratećih usluga, a naročito skladištenje robe, njena dorada, prerada, pakovanje i druge usluge u vezi sa rukovanjem i prevozom.

Veletržnica je pravno lice registrovano u Registru privrednih subjekata u skladu sa zakonom kojim se uređuje registracija.

Prodaju na veletržnici obavljaju trgovci.

Na veletržnici se obavlja trgovina na veliko, a izuzetno i trgovina na malo pod uslovima koji su propisani za pijacu.

Aukcijska kuća

Član 24.

Aukcijska kuća je posebna tržišna institucija koja organizuje kupovinu i prodaju robe putem javnog nadmetanja.

Trgovina javnim nadmetanjem je prodaja robe kupcu koji prodavcu, povodom njegovog javnog poziva, istakne povoljniju ponudu u odnosu na ostale učesnike u nadmetanju.

Poziv na prodaju je javan ako je učinjen na način da za njega može da sazna veći broj neodređenih lica i ako sadrži određenje robe, početnu cenu i ostale uslove prodaje.

Pravila o javnom nadmetanju radi prodaje shodno se primenjuju i na javno nadmetanje radi kupovine.

Aukcijska kuća je privredno društvo registrovano u Registru privrednih subjekata u skladu sa zakonom kojim se uređuje registracija.

Trgovac koji organizuje prodaju robe javnim nadmetanjem u svoje ime i za svoj račun ne smatra se aukcijskom kućom.

Opštim aktom aukcijske kuće bliže se uređuje način i pravila trgovine javnim nadmetanjem.

III. USLOVI ZA OBAVLJANJE TRGOVINE

1. Opšti uslovi za trgovinu

Trgovac i pružalac usluga

Član 25.

Trgovinu mogu da obavljaju pravna lica i preduzetnici.

Trgovinu mogu da obavljaju i:

- 1) poljoprivrednici, registrovani u skladu sa propisima kojima se uređuje poljoprivreda;
- 2) lica koja vrše prodaju ulovljene divljači, ribe, gljiva, divlje flore i faune, i ostalih šumskih plodova, u skladu sa posebnim propisima o lovu, ribljem fondu, veterini, zaštiti prirode i šumama;
- 3) fizička lica koja u vidu zanimanja obavljaju delatnost slobodne profesije uređenu posebnim propisima.

Minimalni tehnički uslovi

Član 26.

Za obavljanje trgovine na prodajnom mestu moraju biti ispunjeni minimalni tehnički uslovi, koji se odnose na prostor, opremu i uređaje.

Vlada bliže propisuje minimalne tehničke uslove iz stava 1. ovog člana.

Ministar i ministar nadležan za poslove poljoprivrede, bliže propisuju minimalne tehničke uslove za trgovinu na otkupnim mestima.

Svojstva robe

Član 27.

Roba u trgovini mora da ispunjava uslove zdravstvene i opšte bezbednosti, tehničke zahteve, uslove pakovanja (ambalaže), obeležavanja, zaštite životne sredine, odnosno druge uslove utvrđene ovim zakonom i posebnim propisima.

Cena

Član 28.

Formiranje cena na tržištu je slobodno, osim za robu/usluge za koje je zakonom utvrđen drugačiji način obrazovanja cena.

Vlada se u uslovima slobodnog formiranja cena na tržištu stara da putem mera ekonomske politike obezbedi stabilnost tržišta i cena.

Ako je zakonom određeno da Vlada daje saglasnost na cene određene robe/usluga, da utvrđuje kriterijume za njihovo obrazovanje ili da ih formira svojom odlukom, Vlada o tim pitanjima odlučuje na predlog ministra i ministra nadležnog za odgovarajuću oblast.

Isprave o robi

Član 29.

Trgovac je dužan da poseduje isprave o proizvodnji, nabavci i prodaji robe naročito sa podacima o: poslovnom imenu, adresi, PIB i matičnom broju ili broju poljoprivrednog gazdinstva (BPG), odnosno broju iz odgovarajućeg registra proizvođača ili dobavljača; broju i datumu izdavanja isprave; nazivu, mernoj jedinici i količini robe; nabavnoj ceni robe; zaduženju za vlastitu robu; prodajnoj ceni robe.

Robu u prevozu moraju da prate isprave koje su u neposrednoj vezi sa njenim prevozom i koje naročito sadrže: broj i datum isprave, poslovno ime, adresu, PIB i matični broj ili broj poljoprivrednog gazdinstva (BPG), odnosno broj iz odgovarajućeg registra isporučioaca, primaoca i prevoznika (ukoliko ga ima), mesto i adresu objekta iz koga se isporučuje i u koji se isporučuje, ime, prezime i potpis odgovornih lica isporučioaca i prevoznika, naziv robe i količinu.

Trgovac je dužan da poseduje i isprave kojima se potvrđuje ispunjenost uslova u pogledu svojstva robe kada je to propisano posebnim propisima.

Isprave iz ovog člana mogu biti u originalu ili kopiji.

Isprave mogu imati formu elektronskog dokumenta.

Evidencija prometa

Član 30.

Trgovac je dužan da vodi evidenciju prometa robe na osnovu isprava iz člana 29. ovog zakona.

Za trgovinu na prodajnom mestu vodi se evidencija za svako prodajno mesto posebno.

Za trgovinu ličnim nuđenjem i trgovinu putem automata iz člana 14. stav 1. tačka 2) ovog zakona, evidencija se vodi na nivou celokupne trgovine tog trgovca na tržištu Republike Srbije.

Za daljinsku trgovinu evidencija se vodi na nivou celokupne daljinske trgovine tog trgovca na tržištu Republike Srbije ili posebno za pojedine organizacione celine u skladu sa prethodno donetom odlukom trgovca.

Trgovac je dužan da evidenciju iz stava 2. ovog člana učini dostupnom na prodajnom mestu.

Trgovac je dužan da evidenciju iz st. 3. i 4. ovog člana učini dostupnom na mestu koje se prijavi ministarstvu nadležnom za poslove trgovine (u daljem tekstu: Ministarstvo).

Ministar bliže propisuje sadržinu, oblik, način vođenja i mesto čuvanja evidencije iz stava 1. ovog člana.

Oznaka poverenja

Član 31.

Oznaka poverenja je oznaka kojom se trgovac, odnosno pružalac usluge, roba/usluga ističe u odnosu na konkurente, prema unapred utvrđenim kriterijumima.

Izdavalac oznake poverenja je pravno lice koje ne obavlja trgovinu robom/uslugama na koju se oznaka poverenja odnosi, kao i povezano lice u smislu zakona kojim se uređuju privredna društva.

Izdavalac oznake poverenja može biti i državni organ, organizacija kojoj su poverena javna ovlašćenja, organ autonomne pokrajine ili jedinice lokalne samouprave.

Uslovi izdavanja oznake poverenja, odnosno kriterijumi za ocenu svojstava trgovca, pružaoca usluge, robe/usluge i izdavanja oznake, određuje izdavalac oznake svojim aktom.

Uslovi iz stava 4. ovog člana moraju biti u neposrednoj vezi sa trgovcem, pružaocem usluge, robom ili uslugom, obuhvatom robe/usluga na koju može da se odnosi i kriterijuma za izdavanje.

Izdavalac oznake poverenja dužan je da trgovcu, odnosno pružaocu usluge izda akt o ispunjenosti uslova i kriterijuma iz stava 4. ovog člana.

Izdavalac oznake poverenja, odnosno trgovac i pružalac usluge, dužni su da učine dostupnim akt iz st. 4. i 6. ovog člana, svakom zainteresovanom licu, na mestu prodaje, putem interneta ili na drugi način kojim se omogućava jednostavan i besplatan pristup tom dokumentu.

2. Posebni uslovi za obavljanje trgovine na malo i pružanje usluga potrošačima

Podaci o trgovcu i pružaocu usluge

Član 32.

Trgovac i pružalac usluge su dužni da na prodajnom mestu vidno istaknu poslovno ime, matični broj i adresu sedišta.

Trgovac i pružalac usluge koji su fizička lica, dužni su da na prodajnom mestu vidno istaknu ime i prezime, adresu i broj iz odgovarajućeg registra.

Trgovac i pružalac usluge su dužni da na prodajnom objektu pored podataka iz st. 1. i 2. ovog člana, vidno istaknu i adresu tog prodajnog objekta.

Ako trgovac na prodajnom objektu ističe vrstu trgovinskog formata, dužan je da prodajni objekat klasifikuju u skladu sa članom 14. stav 4. ovog zakona.

Trgovac i pružalac usluge u daljinskoj trgovini dužni su da potrošaču pre kupovine učine dostupnim podatke iz st. 1. i 2. ovog člana.

Radno vreme

Član 33.

Trgovac i pružalac usluge samostalno određuju radno vreme u skladu sa ovim zakonom i posebnim propisom jedinice lokalne samouprave.

Trgovac i pružalac usluge su dužni da na jasan, nesumnjiv i lako uočljiv način istaknu radno vreme na prodajnom mestu, kao i da se u svakom trenutku pridržavaju označenog radnog vremena.

U slučaju vanrednih promena, prekida ili drugih oblika privremenog prestanka obavljanja trgovine na određenom prodajnom mestu, trgovac i pružalac usluge su dužni da te izmene označe na način iz stava 2. ovog člana, pre prestanka obavljanja trgovine.

Deklaracija

Član 34.

Roba u trgovini na malo mora da ima deklaraciju koja sadrži podatke o nazivu i vrsti robe, tipu i modelu u skladu sa prirodom robe, količini izraženoj u jedinici mere

ili komadu u skladu sa svojstvima robe, poslovnom imenu proizvođača, a za robu iz uvoza poslovnom imenu uvoznika i zemlji proizvodnje.

Proizvođač, odnosno za robu iz uvoza uvoznik, dužan je da snabde robu deklaracijom sa tačnim podacima iz stava 1. ovog člana.

Podaci iz deklaracije za robu koja se nalazi u trgovini na malo ne mogu da se menjaju ili uklanjaju.

Deklaracija mora da se istakne uočljivo na jedan od sledećih načina:

- 1) na robi ili na njenom pakovanju (uključujući privezak, etiketu, alkicu, omot i sl.);
- 2) neposredno pored robe na mestu prodaje;
- 3) u katalogu ili drugom materijalu sa ponudom te robe koji je besplatno dostupan potrošačima na prodajnom mestu, pre kupovine na način na koji se potrošači ne dovode u zabludu.

U daljinskoj trgovini trgovci su dužni da učine dostupnim podatke iz stava 1. ovog člana potrošaču pre kupovine u obliku i na način koji je neposredno i stalno dostupan.

Svi podaci iz stava 1. ovog člana moraju da budu navedeni na jasan, lako uočljiv i čitljiv način, na srpskom jeziku, na ćirilicom ili latiničkom pismu.

Kao zemlja proizvodnje u smislu stava 1. ovog člana, može da se navede Evropska unija (u daljem tekstu: EU), ako se roba proizvodi u zemlji koja je članica EU.

Roba mora da bude označena GTIN identifikacijom (bar-kod), odnosno QR kodom.

Roba može da bude označena i podacima na stranim jezicima, kao i žigom i drugim podacima ili piktogramima, kojima se bliže identifikuju roba i njena svojstva.

Pored podataka iz stava 1. ovog člana koje sadrži deklaracija, roba se deklarira i u skladu sa posebnim propisom kojim se uređuje deklarisanje i označavanje.

Isticanje cene

Član 35.

Trgovac je dužan da na jasan, nesumnjiv, lako uočljiv i čitljiv način istakne prodajnu cenu na robi odnosno ambalaži, neposredno pored robe ili u slučaju daljinske trgovine neposredno pored prikaza ili opisa robe.

Trgovac koji obavlja trgovinu na prodajnom mestu u objektu u koji potrošač ne može da uđe ili trgovinu ličnim nuđenjem, dužan je da istakne prodajnu cenu na način iz stava 1. ovog člana ili na vidnom mestu u cenovniku.

Prodajna cena je konačna cena po jedinici robe, uključujući poreze i dažbine.

Prodajna cena se za prethodno upakovanu robu obračunava za datu količinu prethodno upakovane robe.

Prethodno upakovana roba je roba upakovana bez prisustva kupca, pri čemu se količina te robe ne može promeniti bez promene pakovanja odnosno bez otvaranja pakovanja pri čemu nastaje vidno oštećenje.

Prodajna cena se za robu koja nije upakovana nego se meri u prisustvu potrošača, obračunava po kilogramu, litru, metru, kvadratnom metru, kubnom metru ili drugoj jedinici mere koja se uobičajeno koristi za određenu robu.

Trgovac je dužan da za prethodno upakovanu robu istakne pored prodajne cene i jediničnu cenu.

Jedinična cena jeste konačna cena, uključujući i porez, po jedinici mere, kao što je kilogram, litar, metar, kvadratni metar, kubni metar ili druga jedinica mere koja se uobičajeno koristi u prometu određene robe/usluge.

Jedinična cena se ne mora posebno isticati ako je jednaka prodajnoj ceni.

Ministar bliže propisuje vrstu robe za koji se ističe jedinična cena i način isticanja.

U prodajnom objektu u kojem se obavlja trgovina na malo pored trgovine na veliko, trgovac je dužan da jasno, na uočljiv način istakne prodajnu (maloprodajnu) cenu i veleprodajnu cenu za svaku robu koju nudi na prodaju.

Trgovac je dužan da ukoliko oglašava prodajnu cenu robe, navede i jediničnu cenu robe.

Pružalac usluge je dužan da na vidnom mestu na jasan, nesumnjiv, lako uočljiv i čitljiv način istakne samo jediničnu cenu usluge (npr. prema satu, kilometru, kilovat-satu i sl.).

Cena se ističe u dinarima.

Izuzetno od stava 14. ovog člana, trgovac koji obavlja elektronsku trgovinu koja je istovremeno usmerena na potrošače u Republici Srbiji i na potrošače u inostranstvu, može isticati cenu i u stranoj valuti na način kojim se potrošaču daje mogućnost da izabere valutu u kojoj će se prikazati prodajna cena robe/usluge iz celokupne ponude tog trgovca. U slučaju iz ovog stava, trgovac je dužan da obezbedi da se potrošaču koji elektronskoj trgovini pristupa iz Republike Srbije cena prikazuje prvo u dinarima.

Izuzetno od st. 14. i 15. ovog člana, trgovac može da ističe cenu samo u stranoj valuti u sledećim slučajevima:

1) sa naznakom obračunskog kursa, u trgovini uslugama u turizmu koje su u neposrednoj vezi sa inostranstvom, vozilima odnosno u drugim slučajevima kada je u skladu sa posebnim propisima dozvoljeno isticanje cene u Republici Srbiji u stranoj valuti, a plaćanje se izvršava u dinarima;

2) ako se u skladu sa zakonom kojim se uređuje devizno poslovanje plaćanje robe/usluge u Republici Srbiji može izvršiti i u devizama;

3) ako elektronska trgovina nije usmerena na potrošače u Republici Srbiji.

U slučaju iz stava 16. tačka 1) ovog člana, trgovac je dužan da pri isticanju i naplaćivanju cene naznači i kao obračunski kurs, primenjuje zvanični srednji kurs dinara.

Odredbe ovog člana ne primenjuju se na prodaju putem javnog nadmetanja.

Prodajni podsticaji

Član 36.

Prodajni podsticaj je ponuda robe/usluge pod povoljnijim uslovima u odnosu na redovnu ponudu, i to naročito sa sniženom cenom, posebnim uslovima prodaje, isporuke, sa obećanjem nagrade, sa pratećim poklonima, u programima lojalnosti, odnosno drugim pogodnostima.

Ponuda prodajnog podsticaja naročito sadrži:

1) vrstu podsticaja;

- 2) precizno i jasno određenje robe/usluge na koju se odnosi;
- 3) period važenja podsticaja, sa naznakom datuma početka i datuma isteka, a u slučaju rasprodaje sa naznakom „dok traju zalihe“;
- 4) sve eventualne posebne uslove vezane za ostvarivanje prava na podsticaj.

Ako se prodajni podsticaj nudi za robu kojoj je umanjena upotrebna vrednost (roba sa greškom, oštećenje, pred istekom roka trajanja i sl.), taj razlog se mora jasno i nedvosmisleno istaći na prodajnom mestu.

Vaučer, kupon ili drugo sredstvo, koje se izdaje radi ostvarivanja prava na podsticaj, pored podataka iz stava 2. ovog člana, mora da sadrži i podatke o izdavaocu, kao i novčanoj vrednosti ili visini popusta.

Prodaja robe/usluge u okviru posebnih programa lojalnosti (kartice lojalnosti, sakupljanje bodova i sl.) predstavlja poseban prodajni podsticaj gde trgovac i pružalac usluge pod jasno definisanim i objavljenim uslovima određenim pogodnostima nagrađuju kupce za njihovu vernost.

Pri ponudi prodajnog podsticaja sa pratećim poklonom, trgovac može da koristi reči „besplatno“, „plati jedan, uzmi dva“, „dva za jedan“ i sl. samo ako kupac ne snosi nikakav trošak osim neizbežnog troška isporuke.

Ponuda pratećeg poklona moguća je samo ako trgovac, odnosno pružalac usluge već nudi robu/uslugu bez pratećeg poklona.

Ukoliko se poklon odnosi na dodatnu količinu prethodno upakovanog proizvoda, jedinična cena ne sme da bude viša od jedinične cene proizvoda bez poklona i u tom slučaju trgovac snosi teret dokazivanja.

Promotivna prodaja je prodaja robe koja se prvi put uvodi u ponudu trgovca i koja se stoga nudi po nižoj ceni od cene koja će biti formirana u redovnoj ponudi.

Prodaja sa sniženom cenom

Član 37.

Prodaja sa sniženom cenom može da bude:

- 1) rasprodaja;
- 2) sezonsko sniženje;
- 3) akcijska prodaja.

U slučaju prodaje robe/usluge sa sniženom cenom, trgovac, odnosno pružalac usluge je dužan da pored ponude prodajnog podsticaja, u skladu sa članom 36. stav 2. ovog zakona, na prodajnom mestu jasno istakne i sniženu i prethodnu cenu.

Rasprodaja robe je prodaja po nižoj ceni u odnosu na prethodnu cenu, u slučaju prestanka poslovanja trgovca, prestanka poslovanja u određenim objektima ili prestanka prodaje određene robe.

Trgovac je dužan da fizički izdvoji robu koja je predmet rasprodaje od prodaje robe pod redovnim uslovima. Od objavljivanja rasprodaje do kraja njenog trajanja trgovac ne sme da naručuje i uključuje u rasprodaju nove količine robe koja je predmet rasprodaje.

Sezonsko sniženje je prodaja robe po sniženoj ceni nakon proteka sezone i najviše dva puta godišnje. Sezonsko sniženje započinje u razdoblju između 25. decembra i 10. januara i 1. i 15. jula.

Sezonsko sniženje iz stava 5. ovog člana može trajati najviše 60 dana po sezonskom sniženju.

Akcijska prodaja je prodaja robe/usluge po ceni koja je niža od prethodne cene te robe/usluge i traje ne duže od 31 dan.

Trgovac i pružalac usluge koji organizuju akcijsku prodaju sa rokom važenja do tri dana ne moraju da istaknu sniženu i prethodnu cenu, već jasno određenje procenta sniženja.

Oglašavanje prodajnih podsticaja

Član 38.

Zabranjeno je oglašavanje prodajnih podsticaja za robu koje ima u tako maloj količini da je očigledno da se time namerava privlačenje kupaca radi navođenja na kupovinu druge robe, osim ako nije naznačena jasno raspoloživa količina na dan početka prodajnog podsticaja.

Kod oglašavanja procenta sniženja, najveći procenat sniženja može da se navede ukoliko se odnosi na najmanje jednu petinu robe u asortimanu trgovca na svakom prodajnom mestu na koji se prodajni podsticaj odnosi.

Kod oglašavanja procenta sniženja, najveći procenat sniženja može da se navede ukoliko se odnosi na najmanje jednu petinu robe u asortimanu trgovca koji obavlja daljinsku trgovinu ili trgovinu ličnim nuđenjem.

Zabranjeno je oglašavanje prodajnih podsticaja kojim se oglašava navodna rasprodaja ili prividno sniženje cene robe ili usluga, obim sniženja ili sl, ako je ranija cena neistinито prikazana ili je roba/usluga bila ponuđena po ranijoj ceni u zanemarljivo kratkom periodu.

Ako se oglašavaju roba ili usluga po cenama povlašćenim za određene kategorije lica, za određeno područje, prodajno mesto i određeni period vremena, mora se tačno označiti kategorija lica, područje, prodajno mesto i period za koje cena važi.

Ako se u oglasnoj poruci porede cene robe ili usluga različitog kvaliteta, odnosno cene robe sa nedostatkom i bez njega, mora se navesti da je niža cena uslovljena nižim kvalitetom, odnosno nedostatkom.

Na oglašavanje prodajnih podsticaja, ukoliko ovim zakonom nije drugačije propisano, primenjuju se odredbe zakona kojim se uređuje oglašavanje.

IV. ZAŠTITA TRŽIŠTA I UNAPREĐENJE TRGOVINE

Privremene mere zaštite tržišta

Član 39.

Radi sprečavanja poremećaja na tržištu ili otklanjanja štetnih posledica poremećaja na tržištu u pogledu snabdevanja robom i uslugama od vitalnog značaja za život i zdravlje ljudi i za rad privrednih subjekata, ustanova i drugih organizacija od opšteg interesa, Vlada može da odredi privremene mere koje se odnose na određenu vrstu robe i usluga, određenu kategoriju trgovaca, pružalaca usluga ili potrošača, radno vreme, na potrebu sprovođenja obaveza preuzetih međunarodnim ugovorom, na cene, kao i na druge uslove za obavljanje trgovine, osim mera koje se odnose na uvoz i izvoz robe.

Vlada će odrediti privremene mere iz stava 1. ovog člana, kao i vremenski period primene tih mera, srazmerno cilju i očekivanim rezultatima, koji ne može biti duži od šest meseci od dana određivanja privremene mere, odnosno najduže do

ispunjenja obaveze kada je u pitanju sprovođenje obaveza preuzetih međunarodnim ugovorom, osim ako posebnim zakonom nije drugačije određeno.

Podsticajne mere

Član 40.

U cilju unapređenja i razvoja trgovine i/ili elektronske trgovine u Republici Srbiji, Vlada može da odredi podsticajne mere koje se naročito odnose na određenu kategoriju trgovaca ili pružalaca usluga, određenu vrstu robe ili usluga, oblik i vrstu trgovine, kao i način obavljanja trgovine.

Vlada bliže uređuje podsticajne mere iz stava 1. ovog člana, kao i vremenski period primene tih mera, srazmerno cilju i očekivanim rezultatima njihove primene.

Nepoštena tržišna utakmica

Član 41.

Nepoštena tržišna utakmica (nelojalna konkurencija) je radnja trgovca ili pružaoca usluge usmerena protiv drugog trgovca, pružaoca usluge, odnosno konkurenta, kojom se krše kodeksi poslovnog morala i dobri poslovni običaji i kojom se prouzrokuje ili može prouzrokovati šteta drugom trgovcu, odnosno pružaoču usluge (konkurentu), a naročito:

1) iznošenjem neistinitih i uvredljivih tvrdnji o drugom trgovcu ili pružaoču usluge;

2) iznošenjem podataka o drugom trgovcu ili njegovoj robi, pružaoču usluge ili usluzi, koji su usmereni na narušavanje ugleda i poslovanja tog trgovca ili pružaoca usluga;

3) prodajom robe sa oznakama, podacima ili oblikom, kojima se opravdano stvara zabuna kod potrošača u pogledu izvora, kvaliteta i drugih svojstava te robe ili usluge;

4) sticanjem, korišćenjem i odavanjem poslovne tajne bez saglasnosti njenog imaoca, radi otežavanja njegovog položaja na tržištu;

5) obećanje, odnosno davanje poklona veće vrednosti, imovinskih ili drugih pogodnosti drugim trgovcima ili pružaočima usluga, kako bi se njihovom davaocu obezbedila prednost u odnosu na konkurente;

6) neovlašćeno isticanje oznake kvaliteta, oznake poverenja ili sličnog znaka od strane trgovca.

Nepoštena tržišna utakmica je zabranjena.

Trgovac i pružalac usluge koji pretrpi štetu zbog radnje nepoštene tržišne utakmice, ima pravo na naknadu te štete.

Tužbom zbog nepoštene tržišne utakmice (nelojalne konkurencije), može se zahtevati utvrđivanje radnje nepoštene tržišne utakmice, zabrana njenog daljeg vršenja, otklanjanje nastalih posledica, kao i naknada štete.

Oštećeni trgovac i pružalac usluge (konkurent) ima pravo na naknadu materijalne štete, kao i nematerijalne štete zbog povrede poslovnog ugleda.

Sud će dosuditi pravičnu novčanu naknadu nematerijalne štete, ako nađe da okolnosti slučaja to opravdavaju, a naročito značaj, trajanje i intenzitet povrede, efekat povrede na poslovanje tužioca, značaj povređenog dobra i cilj kome služi ta naknada štete, kao i tome da se njome ne pogoduje težnjama koje nisu spojive sa njenom prirodom i društvenom svrhom.

Tužba se može podneti u roku od šest meseci od saznanja za štetu i štetnika, a najkasnije u roku od tri godine od okončanja radnje.

Sud može narediti da se presuda kojom se usvaja tužbeni zahtev, objavi u „Službenom glasniku Republike Srbije”, na trošak štetnika.

Postupak po tužbi zbog nepoštene tržišne utakmice je hitan.

Nedozvoljena špekulacija

Član 42.

Zabranjene su radnje trgovca kojima je cilj, odnosno posledica značajan poremećaj na tržištu, kao i sprečavanje ili otežavanje sprovođenja propisanog ograničenja obavljanja trgovine iz člana 39. ovog zakona, a naročito prikrivanjem određene robe, ograničavanjem ili obustavljanjem njene prodaje, zaključivanjem prividnih ugovora o prodaji određene robe kojima se bitno menja ponuda ili tražnja i nivo cena na tržištu (nedozvoljena špekulacija).

Zabrana piramidalne trgovine

Član 43.

Zabranjeno je organizovanje, obavljanje, reklamiranje i podsticanje piramidalne trgovine.

Piramidalna trgovina, u smislu ovog zakona, predstavlja trgovinu kojom se kupcima omogućava kupovina robe ili usluge isključivo od lica uključenih u lanac ili mrežu preprodaje robe ili usluga (članovi mreže), i to kada prodavac uslovljava kupovinu:

1) obavezom plaćanja članarine ili druge naknade organizatoru mreže ili drugom članu mreže;

2) obavezom kupovine iste ili druge robe u količini ili vrednosti za koje prodavac zna ili mora znati da su nerazumno visoke;

3) obavezom nalaženja drugih lica koja će se baviti preprodajom robe iz ponude prodavca, ako je pravo na nagradu za nalaženje tih lica uslovljeno prethodnim plaćanjem ili davanjem posebne naknade prodavcu.

Praćenje trgovine i tržišta

Član 44.

Ministarstvo pribavlja od trgovaca i državnih organa podatke o trgovini i trgovinskoj mreži, radi iniciranja i praćenja efekata mera ekonomske politike u oblasti tržišta i trgovine.

Trgovac je dužan da dostavi Ministarstvu podatke iz stava 1. ovog člana, o kojima se ne vodi službena evidencija u skladu sa drugim propisom, jednom godišnje, najkasnije do 31. marta sa stanjem na dan 31. decembar prethodne godine.

Podaci iz stava 1. ovog člana daju se u elektronskoj formi.

Pribavljeni podaci i izveštaji se daju na zahtev i po potrebama državnih organa, radi oblikovanja ekonomske politike, razmatranja i donošenja mera razvoja i zaštite strukture tržišta, kao i za druge potrebe u skladu sa zakonom.

Ako podaci iz stava 1. ovog člana predstavljaju poslovnu tajnu u smislu zakona kojim se uređuje zaštita poslovne tajne, trgovac je dužan da obavesti Ministarstvo o tome.

Vlada bliže propisuje oblik i sadržinu obrasca, način za dostavu i čuvanje podataka iz stava 1. ovog člana.

V. NADZOR

Pojam

Član 45.

Nadzor nad primenom ovog zakona i propisa donetih na osnovu ovog zakona, sprovodi Ministarstvo, kao i drugi državni organi u skladu sa svojim delokrugom uređenim posebnim propisima.

Inspekcijski nadzor

Član 46.

Inspekcijski nadzor nad sprovođenjem ovog zakona i propisa donetih na osnovu ovog zakona vrše:

- 1) Ministarstvo, preko tržišnih inspektora;
- 2) jedinice lokalne samouprave, preko komunalnih inspektora u delu nadzora nad trgovinom ličnim nuđenjem, trgovinom iz člana 14. stav 1. tač. 2) i 3) ovog zakona, izuzev kioska, kao i u pogledu isticanja i pridržavanja radnog vremena i isticanja podataka iz člana 32. st. 1- 3. ovog zakona;
- 3) drugi državni organi u skladu sa svojim delokrugom, prema posebnim propisima.

Poslove iz stava 1. tačka 2) ovog člana, jedinice lokalne samouprave obavljaju kao poverene poslove.

Glavni tržišni inspektor rukovodi poslovima inspekcijskog nadzora koji obavljaju tržišni inspektori, kao i poslove koordinacije, odnosno razmene podataka u vezi sa obavljanjem tržišnog nadzora.

Lice koje obavlja poslove tržišnog inspektora mora da ima stečeno visoko obrazovanje na studijama drugog stepena (diplomske akademske studije - master, specijalističke akademske studije, specijalističke strukovne studije), odnosno na osnovnim studijama u trajanju od najmanje četiri godine, odnosno druge uslove određene zakonom koji uređuje prava i dužnosti državnih službenika, drugim propisom i aktom o unutrašnjem uređenju i sistematizaciji radnih mesta u Ministarstvu, kao i položen ispit za inspektora, u skladu sa zakonom kojim se uređuje inspekcijski nadzor i poseban stručni ispit za tržišnog inspektora.

Glavni tržišni inspektor, pored uslova iz stava 4. ovog člana, mora da ispunjava uslove za rad na položaju, u skladu sa zakonom kojim se uređuju prava i dužnosti državnih službenika i uslove za rukovodioca inspekcije, u skladu sa zakonom kojim se uređuje inspekcijski nadzor.

Komunalni inspektor koji obavlja poslove nadzora iz stava 1. tačka 2) ovog člana, mora da ima položen ispit za inspektora, u skladu sa zakonom kojim se uređuje inspekcijski nadzor i poseban stručni ispit za tržišnog inspektora.

Program i način polaganja posebnog stručnog ispita za tržišnog inspektora uređuje ministar.

Na pitanja inspekcijskog nadzora nad primenom ovog zakona i propisa donetih na osnovu ovog zakona, koja nisu posebno uređena ovim zakonom, primenjuje se zakon kojim se uređuje inspekcijski nadzor.

Službena legitimacija i oprema

Član 47.

Tržišni inspektor prilikom vršenja nadzora ima službenu legitimaciju, značku i odgovarajuću vrstu odeće, obuće i opreme.

Ministar propisuje izgled značke i odgovarajuću vrstu odeće, obuće i opreme koju nosi tržišni inspektor.

Ovlašćenja tržišnog inspektora

Član 48.

U vršenju inspekcijskog nadzora, tržišni inspektor ima ovlašćenje da:

- 1) pregleda poslovni prostor, odnosno prostor u kojem se obavlja trgovinska delatnost;
- 2) vrši uvid u poslovne knjige, evidencije, isprave, elektronske dokumente, kao i u drugu dokumentaciju u vezi sa obavljanjem trgovine, a koju nije mogao da pribavi po službenoj dužnosti, kao i da je kopira ili na drugi način preuzme;
- 3) vrši identifikaciju lica koja obavljaju trgovinsku delatnost, putem uvida u ličnu ispravu ili drugu javnu ispravu sa fotografijom;
- 4) uzima pisane i usmene izjave lica koja obavljaju trgovinu, odnosno svedoka ili službenih lica, kao i da poziva ova lica da daju izjave, o pitanjima od značaja za predmet nadzora;
- 5) fotografiše, vrši video-snimanje prostora u kojem se vrši nadzor, odnosno robe i drugih predmeta koji su predmet nadzora;
- 6) vrši pregled vozila, u slučaju saznanja da je to vozilo u funkciji obavljanja trgovine;
- 7) određuje, odnosno uzima uzorke robe i drugih predmeta;
- 8) prikuplja podatke relevantne za predmet nadzora;
- 9) naloži popis robe, odnosno evidenciju prometa;
- 10) zatraži od nadležnog suda da donese odluku kojom se dozvoljava uviđaj u stambenom i pratećem prostoru, odnosno nalog za pretres stambenog ili pratećeg prostora u slučaju saznanja odnosno sumnje da se u tom prostoru obavlja nedozvoljenu delatnost;
- 11) zahteva asistenciju policije, odnosno komunalne policije, ako osnovano proceni da je to potrebno prema prilikama određenog slučaja;
- 12) obavi prikrivenu kupovinu;
- 13) preduzima druge radnje u skladu sa zakonom.

Pod poslovnim prostorom iz stava 1. tačka 1) ovog člana, smatra se i stan, prateća prostorija ili drugi prostor stambenog karaktera, koji je registrovan kao sedište ili kao mesto u kojem se obavlja delatnost, u skladu sa propisima o registraciji privrednih subjekata, odnosno drugim propisima kojima se uređuju posebne delatnosti.

Prikrivena kupovina

Član 49.

Prikrivena kupovina obavlja se na način koji je predviđen propisima koju regulišu inspekcijski nadzor.

Nalog za inspekcijski nadzor koji sadrži navođenje metoda prikrivene kupovine, sa propisanim elementima i obrazloženjem, izdaje lice ovlašćeno za izdavanje naloga za inspekcijski nadzor.

Po obavljenoj prikrivenoj kupovini u daljinskoj trgovini, tržišni inspektor ne predočava nadziranom subjektu službenu legitimaciju, dok mu nalog za službeni nadzor može dostaviti elektronskim putem, sa zvanične službene elektronske adrese.

Dužnosti tržišnog inspektora

Član 50.

U vršenju inspekcijskog nadzora, tržišni inspektor je dužan da:

1) u pisanom obliku obavesti nadziranog subjekta o predstojećem inspekcijskom nadzoru, na propisan način i u propisanom roku, osim u slučajevima izuzetaka koji su propisani zakonom kojim se uređuje inspekcijski nadzor;

2) pre početka obavljanja radnji u kontroli, predoči službenu legitimaciju i uruči nadziranom subjektu nalog za inspekcijski nadzor, odnosno pokaže mu nalog i predoči njegovu sadržinu kada nadzirani subjekat odbije uručenje naloga za inspekcijski nadzor;

3) inspekcijski nadzor, nadziranog subjekta koji je pravno lice, preduzetnik ili drugi organizacioni oblik preko koga fizičko ili pravno lice obavlja delatnost ili vrši aktivnost, vrši u radno vreme tog nadziranog subjekta, osim u situacijama koje su predviđene zakonom;

4) se pridržava granica svog ovlašćenja;

5) se pridržava sadržaja predmeta naloga i vremena planiranog trajanja inspekcijskog nadzora, osim u slučajevima izuzetaka koji su propisani zakonom;

6) u vršenju inspekcijskog nadzora prema organizacionoj jedinici nadziranog subjekta, sve podatke u pogledu zajedničkih elemenata, opštih akata i procesa nadziranog subjekta ako su potrebni, pribavi preko inspekcije nadležne prema mestu sedišta nadziranog subjekta;

7) u slučaju uviđaja u stambenom prostoru, pribavi pisanu odluku nadležnog suda ili pisani pristanak vlasnika ili korisnika prostora i sprovede uviđaj najkasnije u roku od 15 dana od dana izdavanja odluke nadležnog suda;

8) potpisom inspektora i nadziranog subjekta, odnosno prisutnog lica overi kontrolne liste iz inspekcijskog nadzora koje su propisane sadržine sa činjenicama konstatovanim u njima i takve uruči kontrolisanom subjektu kao sastavni deo zapisnika;

9) preduzme, predloži i odredi mere ili radnje za koje je ovlašćen;

10) izda potvrdu nadziranom subjektu o oduzetim predmetima;

11) odmah pošto utvrdi da subjekat neregistrovano obavlja delatnost donese rešenje o izricanju mera i oduzme robu koja je zatečena kod neregistrovanog subjekta;

12) obezbedi da sve kopije dokumentacije, koje su u funkciji predmeta inspekcijskog nadzora, budu verne originalu;

13) podnese prijavu nadležnom organu, odnosno zahtev za pokretanje prekršajnog postupka ili izda prekršajni nalog za kažnjive radnje;

14) vodi evidenciju o inspekcijskom nadzoru u elektronskoj formi kroz upravljački informacioni sistem;

15) sa oduzetim predmetima postupa u skladu sa zakonom;

16) ne izrekne meru prema nadziranom subjektu, ako je isti postupio prema aktu o primeni propisa u pogledu predmeta akta o primeni propisa, a da nije došlo do ostvarenja izuzetnih uslova za izricanje mera u skladu sa zakonom;

17) pohađa predviđene obuke i druge oblike stručnog usavršavanja za obavljanje inspekcijskog nadzora;

18) postupa profesionalno, u skladu sa kodeksom ponašanja državnih službenika, sa uvažavanjem i poštovanjem prema licima koja se pojavljuju u postupku inspekcijskog nadzora, kao i da poštuje načelo srazmernosti u pogledu načina preduzimanja radnji u postupku, tako da se smetnje u obavljanju poslovanja svedu da nužnu meru;

19) se uzdrži od obavljanja privredne ili druge delatnosti i poslova za sebe ili drugog poslodavca iz oblasti u kojoj vrši inspekcijski nadzor, učestvovanja u radu stručnih grupa ili tela nadziranih subjekata, odnosno lica koja podležu inspekcijskom nadzoru ili od obavljanja druge službe, poslova i postupaka koji su u suprotnosti sa položajem i ulogom inspektora i štete njegovoj samostalnosti i vršenju posla.

Povreda radne dužnosti iz stava 1. tač. 4), 9), 13) i 19) ovog člana, predstavljaju teže povrede radnih dužnosti.

Ovlašćenja i dužnosti komunalnog inspektora

Član 51.

U obavljanju poslova iz člana 46. stav 1. tačka 2) ovog zakona, komunalni inspektor ima ista ovlašćenja i dužnosti kao tržišni inspektor, u skladu sa ovim zakonom.

Mere u postupku inspekcijskog nadzora

Član 52.

U vršenju inspekcijskog nadzora, tržišni inspektor je ovlašćen da izrekne sledeće mere:

- 1) preventivne mere;
- 2) otklanjanje utvrđene nezakonitosti;
- 3) privremenu zabranu trgovine određenom robom, odnosno vršenja određene usluge;
- 4) privremeno zatvaranja prodajnog objekta;
- 5) privremenu zabranu obavljanja trgovine ličnim nuđenjem;
- 6) privremenu zabranu obavljanja daljinske trgovine;
- 7) oduzimanje robe.

Troškovi vezani za sprovođenje propisanih mera padaju na teret lica protiv kojeg je mera određena.

Otklanjanje nezakonitosti

Član 53.

Ako otkrije nezakonitost u poslovanju ili postupanju nadziranog subjekta, tržišni inspektor će zapisnikom o inspekcijskom nadzoru naložiti otklanjanje utvrđene nezakonitosti sa primerenim rokom za otklanjanje nezakonitosti.

Rok iz stava 1. ovog člana ne može biti kraći od 24 sata, ni duži od dva meseca, osim ako je za određenu nezakonitost ili povredu zakona ovim ili posebnim zakonom drugačije propisano.

Ako inspektor utvrdi da je nadzirani subjekt preduzeo mere koje su mu naložene i otklonio nezakonitost, okončava postupak inspekcijskog nadzora dostavljanjem nadziranom subjektu zapisnika u kome se navodi da su otklonjene nezakonitosti u njegovom poslovanju ili postupanju.

Ako nadzirani subjekt u ostavljenom roku ne otkloni utvrđenu nezakonitost, inspektor donosi rešenje kojim izriče meru za otklanjanje nezakonitosti i štetnih posledica i ispunjenja propisanih obaveza sa primerenim rokom iz stava 2. ovog člana.

Inspektor može bez odlaganja doneti rešenje kojim izriče mere za otklanjanje nezakonitosti, bez prethodnog ukazivanja na nezakonitost i ostavljanja roka za otklanjanje nezakonitosti i štetnih posledica i ispunjavanje propisanih obaveza, ako to nalaže neophodnost preduzimanja hitnih mera radi sprečavanja ili otklanjanja neposredne opasnosti po život ili zdravlje ljudi, životnu sredinu ili biljni ili životinjski svet, usled nebezbednog i neusaglašenog proizvoda, radi sprečavanja poremećaja na tržištu ili otklanjanja štetnih posledica poremećaja na tržištu u pogledu snabdevanja robom i uslugama od vitalnog značaja za život i zdravlje ljudi i za rad privrednih subjekata, ustanova i drugih organizacija od opšteg interesa.

Inspektor može istovremeno izreći više mera za otklanjanje nezakonitosti.

Mera otklanjanja nezakonitosti ne isključuje istovremenu primenu drugih mera propisanih zakonom.

Privremena zabrana trgovine određenom robom, odnosno pružanje određene usluge

Član 54.

Tržišni inspektor će izreći meru privremene zabrane trgovine određenom robom, odnosno vršenja određene usluge, ako se utvrdi da nisu ispunjeni propisani uslovi za trgovinu tom robom, odnosno uslugom.

Zabranom iz stava 1. ovog člana zabranjuje se stavljanje na tržište, uključujući nuđenje, izlaganje, isporučivanje i činjenje dostupnim robe, odnosno na drugi način onemogućava prodaja robe koja je predmet zabrane.

Roba koja je predmet zabrane može biti određena po vrsti, seriji, komadu, količini, odnosno na drugi način identifikacije robe koja ne ispunjava propisane uslove za stavljanje u promet.

Zabranom iz stava 1. ovog člana nalaže se prestanak vršenja određene usluge, odnosno zabranjuje početak pružanja određene usluge koja je predmet zabrane, uključujući zabranu prodaje robe koja prati pružanje usluge.

Lice kome je izrečena mera privremene zabrane trgovine određenom robom, odnosno vršenje određene usluge, ne može istu staviti na tržište, izvesti, uništiti na odgovarajući način ili raspolagati na bilo koji način, odnosno nastaviti vršenje usluge, dok tržišni inspektor u potvrđujućem vanrednom inspekcijskom nadzoru ne potvrdi da su otklonjeni razlozi zbog kojih je izrečena mera iz stava 1. ovog člana, odnosno da je roba trajno uklonjena sa tržišta.

Privremeno zatvaranje prodajnog objekta

Član 55.

Tržišni inspektor će izreći meru privremenog zatvaranja prodajnog objekta:

- 1) ako prodajni objekat ne ispunjava propisane uslove za trgovinu koja se u njemu obavlja;
- 2) ako ne ispunjava uslove iz člana 25. ovog zakona;
- 3) ako se ne postupi po nalogu za otklanjanje nezakonitosti iz člana 53. ovog zakona, u ostavljenom roku, u odnosu na prodajni objekat u kojem su utvrđene te nepravilnosti;
- 4) ako postupi suprotno meri zabrane trgovine određene robe/usluge iz člana 54. ovog zakona.

Meru iz stava 1. ovog člana može da izrekne Glavni tržišni inspektor, ako ne postoji stvarna mogućnost za obavljanje kontrole u tom objektu, odnosno ako postupajući tržišni inspektor bude sprečen ili onemogućen da sprovede kontrolu.

Privremeno zatvaranje prodajnog objekta se određuje do otklanjanja utvrđene nepravilnosti, odnosno do sprovođenja kontrole u smislu stava 1. tačka 3) ovog člana, a najduže do šest meseci.

Mera iz stava 1. ovog člana sprovodi se zatvaranjem prodajnog objekta, isticanjem rešenja kojim je određena mera i pečačenjem ulaza u taj objekat.

Privremena zabrana obavljanja trgovine ličnim nuđenjem

Član 56.

Tržišni inspektor će izreći meru privremene zabrane obavljanja trgovine ličnim nuđenjem ako se utvrdi povreda uslova propisanih ovim zakonom.

Zabrana iz stava 1. ovog člana može da se odnosi na određeni oblik trgovine ličnim nuđenjem, određenu vrstu robe, područje, lica koja obavljaju trgovinu, odnosno druge uslove u pogledu kojih je utvrđena povreda ovog zakona.

Mera iz stava 1. ovog člana određuje se u trajanju do ispunjenja propisanih uslova, a najduže šest meseci.

Privremena zabrana obavljanja daljinske trgovine

Član 57.

Tržišni inspektor će izreći meru privremene zabrane obavljanja daljinske trgovine ako se utvrdi povreda uslova propisanih ovim zakonom.

Zabrana iz stava 1. ovog člana može da se odnosi na određeni oblik daljinske trgovine, određenu vrstu robe, područje, lica koja obavljaju trgovinu, odnosno druge uslove u pogledu kojih je utvrđena povreda ovog zakona.

Mera iz stava 1. ovog člana određuje se u trajanju do ispunjenja propisanih uslova, a najduže šest meseci.

Oduzimanje robe

Član 58.

Tržišni inspektor će oduzeti robu licu:

- 1) koje zatekne u obavljanju trgovine, odnosno u pripremi robe radi stavljanja u promet, a koje nije trgovac u smislu ovog zakona;
- 2) koje obavlja trgovinu ličnim nuđenjem, trgovinu iz člana 14. st. 2) i 3) ovog zakona, izuzev kioska, suprotno meri privremene zabrane obavljanja trgovine iz čl. 54. i 56. ovog zakona.

Predmet mere oduzimanja iz ovog člana je roba koja se zatekne na mestu i u vreme obavljanja kontrole, i to roba koja je stavljena u promet, odnosno pripremljena

radi stavljanja u promet (uskladištena, spremljena i sl.), koja se nalazi u posedu lica iz stava 1. ovog člana, bez obzira na podatke o svojini na toj robi i druge podatke iz isprava koje prate robu.

Prilikom oduzimanja robe, izdaje se potvrda sa podacima o vrsti i količini oduzete robe.

Roba koja se zatekne na mestu kontrole, a koja je očigledno napuštena, uklanja se i ima svojstvo oduzete robe, o čemu se donosi rešenje.

Inspektor je dužan da u slučaju oduzimanja robe iz stava 4. ovog člana istakne rešenje kojim je izrekao mere vidno na objektu ili mestu koje je bilo predmet inspekcijskog nadzora, čime se smatra da je izvršena uredna dostava, što se konstatuje u zapisniku o inspekcijskom nadzoru.

Čuvanje, prodaja, ustupanje bez naknade i uništavanje oduzete robe

Član 59.

Inspekcija obezbeđuje čuvanje oduzete robe.

Ako su oduzeti predmeti podložni kvarenju ili ako su troškovi čuvanja predmeta znatni tržišni inspektor će odrediti da se oni prodaju, ako ovi predmeti ispunjavaju propisane uslove za stavljanje na tržište i o tome obaveštava lice, odnosno organizacionu jedinicu za vođenje odgovarajućeg postupka, tržišni inspektor sačinjava video ili fotografski zapis ove robe.

Oduzetu robu koja ispunjava propisane uslove za stavljanje na tržište po konačnosti rešenja o oduzimanju, prodaje organ preko čijih inspektora je oduzeta roba.

Sredstva ostvarena prodajom robe, iz stava 2. ovog člana, po odbitku troškova, uplaćuju se u budžet Republike Srbije, ako je roba oduzeta preko tržišnih inspektora, odnosno u budžet jedinice lokalne samouprave, ako je oduzeta preko komunalne inspekcije.

Vlada, odnosno nadležni organ jedinice lokalne samouprave, može robu iz stava 2. ovog člana i robu čija prodaja nije moguća, ustupiti bez naknade za humanitarne svrhe državnim organima, ustanovama socijalne zaštite, vaspitno-obrazovnim ustanovama, ustanovama kulture, humanitarnim organizacijama i drugim korisnicima humanitarne pomoći, kao i za druge opravdane svrhe.

Ako se procenom utvrdi da prodaja oduzete robe nije ekonomski opravdana ili ako prodaja te robe iz drugih razloga nije stvarno ili pravno moguća, odnosno ako je uništavanje oduzete robe predviđeno posebnim propisima, uništava se na način i pod uslovima koji omogućavaju efikasnost i bezbednost postupanja, po konačnosti rešenja o oduzimanju.

Troškove uništavanja robe snosi lice kojem je ta roba oduzeta.

Vlada bliže uređuje ustupanja oduzete robe bez naknade.

Ministar bliže uređuje uništavanje, način i uslove prodaje oduzete robe.

Prestanak pravnog dejstva mere

Član 60.

Pravno dejstvo mere iz člana 52. stav 1. tač. 2)-6) ovog zakona prestaje da važi kada se utvrdi da su otklonjeni razlozi za izricanje mere.

Pravno dejstvo mere prestaje da važi po sili zakona, protekom najdužeg zakonskog roka za određenu meru.

Pokretanje postupka inspekcijskog nadzora

Član 61.

Postupak inspekcijskog nadzora u smislu ovog zakona vrši se po službenoj dužnosti ili po zahtevu stranke.

Inspekcijski nadzor počinje kad tržišni inspektor uruči nadziranom subjektu, odnosno prisutnom licu nalog za inspekcijski nadzor.

Ako nadzirani subjekat, odnosno prisutno lice odbija uručenje naloga za inspekcijski nadzor, smatra se da inspekcijski nadzor počinje pokazivanjem naloga i predočavanjem njegove sadržine nadziranom subjektu, odnosno prisutnom licu.

Kada u skladu sa zakonom nalog za inspekcijski nadzor nije izdat, inspekcijski nadzor počinje preduzimanjem prve radnje tržišnog inspektora s tim ciljem.

Prijave povrede zakona, odnosno druge informacije i akti drugog naziva podneti radi iniciranja inspekcijskog nadzora, imaju dejstvo inicijative za pokretanje postupka, a podnosioci tih inicijativa, nemaju svojstvo stranke u postupku koji se može pokrenuti na osnovu te inicijative.

Zapisnik

Član 62.

O svim radnjama u postupku inspekcijskog nadzora od značaja za utvrđivanje činjeničnog stanja, tržišni inspektor sastavlja zapisnik, u skladu sa zakonom o kojim se uređuje opšti upravni postupak i zakonom kojim se uređuje inspekcijski nadzor.

O pitanjima koja nisu od neposrednog značaja za utvrđivanje činjeničnog stanja, tržišni inspektor sastavlja službenu belešku.

Zapisnik se dostavlja stranci u skladu sa zakonom odmah po okončanju radnje u postupku, a ako to nije moguće, najkasnije u roku od osam radnih dana od dana izvođenja radnje u postupku.

Digitalizacija spisa predmeta

Član 63.

Spisi predmeta inspekcijskog nadzora, kao i pojedine isprave u spisima mogu da se vode u obliku elektronskog dokumenta u skladu sa zakonom koji uređuje elektronski dokument.

Obezbeđenje dokaza

Član 64.

Radi obezbeđenja dokaza, tržišni inspektor može privremeno oduzeti određene predmete (stvari, opremu, isprave i sl.), koji su u neposrednoj vezi sa utvrđivanjem činjeničnog stanja u postupku inspekcijskog nadzora.

O obezbeđenju dokaza, koje se vrši po službenoj dužnosti, donosi se zaključak.

Rok za donošenje rešenja

Član 65.

Ako utvrdi nezakonitost i na zapisnik naloži otklanjanje nezakonitosti, a nadzirani subjekt ne otkloni utvrđenu povredu u ostavljenom roku, tržišni inspektor će doneti rešenje u skladu sa svojim ovlašćenjem, u roku od pet dana od dana izdavanja zapisnika o kontrolnom inspekcijskom nadzoru.

Ako utvrđena nezakonitost zahteva da se bez odlaganja donese rešenje kojim se izriče mera za otklanjanje nezakonitosti, bez prethodnog nalaganja otklanjanja nezakonitosti na zapisnik, kao i mere iz člana 52. stav 1. tač. 3) - 7) ovog zakona, tržišni inspektor će doneti rešenje u skladu sa svojim ovlašćenjem, najkasnije u roku od osam radnih dana od dana dostavljanja zapisnika.

U slučaju preduzimanja mera protiv neregistrovanog subjekta rešenje se donosi odmah pošto inspektor utvrdi da subjekt neregistrovano obavlja delatnost.

Žalba

Član 66.

Protiv rešenja tržišnog inspektora, odnosno komunalnog inspektora, dopuštena je žalba ministru u roku 15 dana od dana prijema rešenja.

Rešenje ministra je konačno u upravnom postupku, i protiv njega može da se pokrene upravni spor.

Žalba ne odlaže izvršenje rešenja kojim se izriče mera iz člana 54. i čl. 56 - 58. ovog zakona.

VI. KAZNE NE ODREDBE

Član 67.

Novčanom kaznom od 50.000,00 do 200.000,00 dinara kazniće se za prekršaj pravno lice ako:

- 1) ne vodi evidenciju prometa na potpun i propisan način (član 30);
- 2) nema istaknute podatke o trgovcu, odnosno pružaocu usluga potrošačima, ili podatke o prodajnom objektu (član 32);
- 3) ne istakne radno vreme ili se ne pridržava označenog radnog vremena (član 33);
- 4) prodaje robu sa neurednom ili nepropisnom deklaracijom (član 34);
- 5) ne istakne cenu u skladu sa članom 35. ovog zakona;
- 6) ne dostavi podatke u skladu sa članom 44. ovog zakona.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se fizičko lice ili odgovorno lice u pravnom licu novčanom kaznom od 5.000,00 do 20.000,00 dinara.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se preduzetnik novčanom kaznom od 10.000,00 do 50.000,00 dinara.

Član 68.

Novčanom kaznom od 500.000,00 do 2.000.000,00 dinara kazniće se za prekršaj pravno lice ako:

- 1) obavlja trgovinu na prodajnom mestu koje nije određeno aktom nadležnog organa jedinice lokalne samouprave u skladu sa članom 14. stav 5. ovog zakona;
- 2) obavlja trgovinu ličnim nuđenjem suprotno odredbama člana 16. ovog zakona;
- 3) obavlja delatnost sajma, organizatora privrednih izložbi i tradicionalnih manifestacija, pijace, veletržnice ili aukcijske kuće, suprotno čl. 20 - 24. ovog zakona;
- 4) obavlja trgovinu suprotno članu 26. ovog zakona;
- 5) ne poštuje odluku Vlade o cenama iz člana 28. stav 3. ovog zakona;

- 6) ne poseduje odgovarajuće isprave koje prate robu na propisan način (član 29);
- 7) ne vodi evidenciju prometa (član 30);
- 8) izdaje ili ističe oznaku poverenja suprotno članu 31. ovog zakona;
- 9) prodaje robu bez deklaracije (član 34);
- 10) nudi robu, odnosno usluge potrošačima sa naročitim prodajnim podsticajima suprotno čl. 36. i 37. ovog zakona;
- 11) oglašava prodajne podsticaje suprotno članu 38. ovog zakona;
- 12) ne poštuje privremene mere zaštite tržišta u skladu sa članom 39. ovog zakona;
- 13) obavlja špekulaciju (član 42);
- 14) organizuje, obavlja, reklamira ili podstiče piramidalnu trgovinu (član 43);
- 15) postupi suprotno meri zabrane trgovine određene robe, odnosno vršenja određene usluge ili raspolaže robom, odnosno nastavi vršenje usluge, dok tržišni inspektor u potvrđujućem vanrednom inspekcijskom nadzoru ne potvrdi da su otklonjeni razlozi zbog kojih je izrečena meri zabrane trgovine određene robe, odnosno vršenja određene usluge, odnosno da je roba trajno uklonjena sa tržišta (član 54);
- 16) postupi suprotno meri privremenog zatvaranja prodajnog objekta (član 55);
- 17) postupi suprotno meri privremene zabrane obavljanje trgovine ličnim nuđenjem (član 56);
- 18) postupi suprotno meri privremene zabrane obavljanje daljinske trgovine (član 57);

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se fizičko lice ili odgovorno lice u pravnom licu novčanom kaznom od 50.000,00 do 150.000,00 dinara.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se preduzetnik novčanom kaznom od 50.000,00 do 500.000,00 dinara.

Uz prekršajnu kaznu iz stava 1. ovog člana, pravnom licu se može izreći i zaštitna mera zabrane obavljanja određene delatnosti u trajanju od šest meseci do dve godine, kao i zaštitna mera javnog objavljivanja presude.

Uz prekršajnu kaznu iz stava 2. ovog člana, odgovornom licu u pravnom licu može se izreći zaštitna mera zabrane da vrši određene poslove u trajanju od tri meseca do jedne godine.

Uz prekršajnu kaznu iz stava 1. ovog člana, preduzetniku i fizičkom licu se može izreći i zaštitna mera zabrane vršenja određene delatnosti u trajanju od šest meseci do dve godine.

Član 69.

Novčanom kaznom od 50.000,00 do 500.000,00 dinara kazniće se fizičko lice ako obavlja trgovinu robom/uslugom, a nije trgovac, odnosno pružalac usluge u smislu člana 25. ovog zakona.

Uz prekršajnu kaznu iz stava 1. ovog člana, fizičkom licu se može izreći i zaštitna mera zabrane vršenja određene delatnosti u trajanju od šest meseci do dve godine.

Član 70.

Prekršajni postupak za prekršaje iz čl. 67. i 68. ovog zakona ne može se pokrenuti niti voditi ako proteknu dve godine od dana kada je prekršaj učinjen.

Prekršajni postupak za prekršaj iz člana 69. ovog zakona ne može se pokrenuti niti voditi ako proteknu tri godine od dana kada je prekršaj učinjen.

Na pitanja zastarelosti pokretanja i vođenja prekršajnog postupka koja nisu uređena ovim zakonom primenjuju se odredbe zakona kojim se uređuju prekršaji.

VII. PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE**Član 71.**

Na predmete inspekcijskog nadzora koji nisu okončani do dana stupanja na snagu ovog zakona, primenjivaće se odredbe zakona po kojem su započeti.

Do donošenja podzakonskih akata na osnovu ovlašćenja iz ovog zakona primenjivaće se podzakonski akti doneti do dana stupanja na snagu ovog zakona, osim odredaba koje su u suprotnosti sa ovim zakonom.

Podzakonski akti koji se donose na osnovu ovog zakona biće doneti u roku od 12 meseci od dana stupanja na snagu ovog zakona.

Član 72.

Danom početka primene ovog zakona prestaju da važe odredbe:

- 1) Zakona o trgovini („Službeni glasnik RS”, br. 53/10, 10/13 i 44/18 - dr. zakon);
- 2) člana 16. i člana 78. stav 1. tačka 6) Zakona o oglašavanju („Službeni glasnik RS”, broj 6/16).

Član 73.

Ovaj zakon stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u „Službenom glasniku Republike Srbije”.

O B R A Z L O Ž E N J E

I. USTAVNI OSNOV

Ustavni osnov za donošenje ovog zakona sadržan je u članu 97. tačka 6. Ustava Republike Srbije, kojim se utvrđuje da Republika Srbija, uređuje i obezbeđuje, između ostalog, jedinstveno tržište, pravni položaj privrednih subjekata i sistem obavljanja pojedinih privrednih i drugih delatnosti.

II. RAZLOZI ZA DONOŠENJE ZAKONA

Razvoj trgovinskog, a posebno maloprodajnog sektora privrede ima direktan i indirektan efekat na ostale ekonomske sektore i njihove učesnike. Modernizacija i rast maloprodajnog sektora direktno preliva i na razvoj svih ostalih sektora privrede. U zvaničnim dokumentima Evropske unije ističe se da „maloprodaja predstavlja ključnu vezu između proizvođača i finalnih potrošača”, ali i da takođe „ima glavni uticaj na okruženje obezbeđujući direktne veze između razvoja ruralnih i urbanih područja, na korisnike i ponuđače logističkih i transportnih usluga, na upotrebu energije, na subjekte koji se bave otpadom, kao i na međugranične kupce proizvoda”.

U trgovini je zaposleno oko 19% od ukupnog broja zaposlenih. Udeo trgovine u BDP-u kreće se oko 10%.

Delatnost trgovine institucionalno je uređena Zakonom o trgovini („Službeni glasnik RS”, br. 53/10 i 10/13 – u daljem tekstu: Zakon) kojim su uređeni uslovi za obavljanje ove delatnosti.

Zakonom o trgovini („Službeni glasnik RS”, broj 53/10) sprovedene su značajne izmene u pogledu opštih uslova za obavljanje trgovine na unutrašnjem tržištu, uvedena je savremena nomenklatura i klasifikacija oblika i načina trgovine, novi instituti (trgovinski format, posebne tržišne institucije i sl.), kao i pravni okvir za unapređenje trgovine, naročito radi uspostavljanja i očuvanja povoljne strukture trgovinskih objekata i razvoj preduzetništva, a sve u cilju razvoja tržišne utakmice i ravnopravnosti trgovaca. Sprovedena je reforma inspekcijskog nadzora koji vrši tržišna inspekcija, novim organizacionim i procesnopravnim zakonskim rešenjima, u pravcu izgradnje savremenog i efikasnog sistema kontrole poštovanja propisanih uslova u prometu robe i usluga, koji istovremeno obezbeđuje pravnu sigurnost subjekata u tom prometu.

Primena je pokazala da određene odredbe treba preispitati. Potreba da se odgovori zahtevima prakse koji su se pojavili tokom primene uslovlili su potrebu za donošenjem osavremenjenog propisa. Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija je 2016. godine formiralo Radnu grupu za izradu analizu propisa iz delokruga rada ministarstva, a naročito propise koji uređuju funkcionisanje tržišta. Radna grupa je izvršila analizu Zakona i utvrdila da je potrebno uraditi izmene velikog broja članova kako bi se obezbedila efikasnija primena zakona i nesmetanog funkcionisanja tržišta.

U cilju boljeg razumevanja i preglednosti zakona bilo je potrebno uraditi novu sistematiku i podelu Zakona.

Napravljena je nova podela trgovine koja je usklađena sa pravima i obavezama u Zakonu o zaštiti potrošača. Bilo je neophodno opredeliti gde se u sistemu nalazi prodaja putem tezge, štandovi, kiosci, specijalizovana vozila i sl.

Imajući u vidu da Internet prodaja ima sve veće učešće u ukupnom maloprodajnom prometu javila se potreba za njenim detaljnijim regulisanjem. Njenim razvojem javljaju se i određene devijacije usled nepreciznih zakonskih rešenja, pa je bilo neophodno predvideti adekvatne mehanizme kojima će se ovo ponašanje sankcionisati.

Osim toga, u međuvremenu su usvojeni horizontalni propisi kojima se na opšti način reguliše postupak inspeksijskog nadzora i pravila opšteg upravnog postupka.

Zakonom o inspeksijskom nadzoru („Službeni glasnik RS”, broj 36/15) je propisano u članu 4. stav 4. da se u postupku vršenja inspeksijskog nadzora i službene kontrole koji proizlaze iz posebnih zakona, potvrđenih međunarodnih ugovora ili usklađivanja zakonodavstva Republike Srbije pravnim tekovinama Evropske unije neposredno primenjuju odredbe posebnog zakona, ako su u određenim oblastima inspeksijski nadzor i službena kontrola tim zakonom uređeni drukčije. Međutim, u prelaznim i završnim odredbama ovog zakona u članu 69. je u cilju harmonizacije i ujednačavanja unutrašnjeg zakonodavnog okvira, predviđena obaveza i postupak usaglašavanja posebnih propisa sa ovim zakonom.

Zakon o opštem upravnom postupku („Službeni glasnik RS”, broj 18/16) reguliše upravni postupak kao skup pravila koja državni organi i organizacije, organi i organizacije pokrajinske autonomije i organi i organizacije jedinica lokalne samouprave, ustanove, javna preduzeća, posebni organi preko kojih se ostvaruje regulatorna funkcija i pravna i fizička lica kojima su poverena javna ovlašćenja primenjuju kada postupaju u upravnim stvarima. Shodno članu 3. ovaj zakon se primenjuje na postupanje u svim upravnim stvarima, a pojedina pitanja upravnog postupka mogu posebnim zakonom da se urede samo ako je to u pojedinim upravnim oblastima neophodno, ako je to u saglasnosti sa osnovnim načelima određenim ovim zakonom i ne smanjuje nivo zaštite prava i pravnih interesa stranaka zajemčenih ovim zakonom. U vezi sa navedenim u članu 214. je propisano da se posebni zakoni kojima su uređena pojedina pitanja upravnog postupka u pojedinim upravnim oblastima usklađuju sa odredbama ovog zakona.

Na osnovu prethodno navedenog razlog za zakonodavnu intervenciju bio je i usklađivanje sa Zakonom o inspeksijskom nadzoru i Zakonom o opštem upravnom postupku.

Budući da je zbog navedenog usklađivanja bilo neophodno izvršiti intervenciju u više od polovine odredaba u važećem Zakonu, a u skladu sa Jedinstvenim metodološkim pravilima za izradu propisa, neophodno je bilo da se predloži novi zakon koji uređuje delatnost trgovine.

III. OBJAŠNJENJE OSNOVNIH PRAVNIH INSTITUTA I POJEDINAČNIH REŠENJA

Prva glava - Osnovne odredbe

Čl. 1. do 3. Predloga zakona definišu se predmet zakona, primena, kao i značenje pojedinih izraza upotrebljenih u zakonu.

U odnosu na važeći Zakon javila se potreba da se uvedu nove definicije i postojeće usaglase. Pre svega, definisan je pojam robe. Pravo poznaje stvari koje mogu biti u prometu, međutim kako se u ovom zakonu i u mnogim drugim koristi pojam robe bilo je veoma važno uvesti tu definiciju. Takođe, novinu predstavlja i pojam elektronske platforme i elektronske prodavnice.

Čl. 4. do 9. Predloga zakona propisana su načela trgovine: načelo slobode trgovine, načelo ravnopravnosti i zabrane diskriminacije, načelo jedinstvenog tržišta, načelo poštenja, načelo stabilnosti i snabdevenosti i načelo srazmernosti.

Druga glava – Trgovina

Član 10. Predloga zakona određuje definiciju trgovine u smislu ovog zakona, i to kao promet robe, odnosno usluga, u cilju ostvarivanja dobiti. Na ovaj način se sveobuhvatno uređuju opšti uslovi obavljanja prometa robe i usluga, odnosno svi komercijalni poslovi i druge poslovne aktivnosti na unutrašnjem tržištu Republike Srbije.

U čl. 11. do 13. Predloga zakona uređena je osnovna klasifikacija trgovine, kao trgovine na veliko, trgovine na malo i pružanje usluga potrošačima.

Prema ovim odredbama, trgovina na veliko (veleprodaja, veletrgovina) je skup svih poslovnih aktivnosti u vezi sa kupovinom robe radi dalje prodaje i/ili pružanjem usluga pravnim ili fizičkim licima upisanim u odgovarajući registar. Prema tome, trgovina na veliko obuhvata sve oblike prometa robe u cilju daljeg prometa ili obavljanja poslovne aktivnosti (prerada, dorada, dalja prodaja, korišćenje u poslovne svrhe i sl).

Trgovina na malo (maloprodaja) je prodaja robe i/ili pružanje usluga potrošačima radi zadovoljavanja ličnih potreba ili potreba domaćinstva.

U Izveštaju WTO od 10. novembra 2001. (prilog 3) definiše se veletrgovina: „...the sale of goods/merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional, or other professional business users or to other wholesalers and related subordinated services.”, dok se trgovina na malo definiše kao: „sale of goods/merchandise for personal or household consumption either from a fixed

location (e.g. store, kiosk, etc.) or away from a fixed location and related subordinated service”.

Klasifikacija je značajna sa aspekta uslova koji su propisani u daljem tekstu zakona, i to pretežno u delu trgovine na malo i pružanja usluga potrošačima. Propisani su uslovi koje trgovac mora da ispuni ukoliko obavlja trgovinu na veliko, odnosno trgovinu na malo, pa se trgovina mora posmatrati i ugla trgovca. U osnovi se pravi znak jednakosti između potrošača i finalnih kupaca. I u najnovijoj teoriji iz oblasti maloprodaje i menadžmenta odnosa sa potrošačima ne pravi se oštro razgraničenje između finalnih potrošača i finalnih kupaca. Glavna razlika je u tome što finalni kupac u maloprodaji ne mora uvek da bude i finalni potrošač. Moguće je da finalni kupac obavlja kupovinu robe i usluga ne isključivo za sopstvene potrebe, već može da obavlja kupovinu i za potrebe svog domaćinstva ili za bilo koje drugo fizičko lice. U definiciji trgovine na malo polazi se od svrhe za koju potrošač kupuje robu. Smatra se da postoji i kad potrošač kupuje robu ne samo za lične potrebe, već i za potrebe svog domaćinstva. „Potrebe domaćinstva” ima šire značenje nego „lične i porodične potrebe”. Npr. u seoskim domaćinstvima kupovina hrane i lekova za stoku u poljoprivrednim apotekama svakako su potrebe domaćinstva i treba da se svrstaju u trgovinu na malo, umesto u trgovinu na veliko.

Imajući u vidu da se Zakon o trgovini primenjuje i na sve vrste usluga koje nisu regulisane posebnim propisom, a zbog specifičnosti usluga, pre svega neopipljivosti, nemogućnosti razdvajanja proizvodnje i potrošnje i nemogućnosti skladištenja neke odredbe koje se primenjuju za robu ne mogu se primeniti na pružanje usluga. Iz tog razloga precizirane su obaveze pružaoca usluga.

U čl. 14. do 17. Predloga zakona uređena je podela trgovine na malo i pružanja usluga potrošačima prema načinu obavljanja.

Prema načinu obavljanja trgovina na malo i pružanje usluga potrošačima se obavlja kao:

- 1) trgovina na prodajnom mestu;
- 2) trgovina ličnim nuđenjem;
- 3) daljinska trgovina.

Podela je napravljena vodeći računa o specifičnim pravilima koje trgovci moraju da ispune za pojedine načine obavljanja trgovine.

Na ovaj način pravi se paralela i sa obavezama trgovca prema potrošačima koje su definisani u Zakonu o zaštiti potrošača („Službeni glasnik RS”, br. 62/14, 6/16 – dr. zakon i 44/18) kojim je definisano zaključenje ugovora u poslovnim prostorijama, van poslovnih prostorija i ugovora na daljinu.

Najčešći način obavljanja trgovine je na prodajnom mestu u objektima sa fiksnom lokacijom. Prodajni objekat je prostor koji čini jedinstvenu fizičku, funkcionalnu i tehničko-tehnološku celinu, koji ima namenu ili mogućnost obavljanja trgovine, trajnog ili privremenog građevinskog karaktera, zatvorenog ili otvorenog tipa (prodajni plac, boks i sl).

Prodajni objekti mogu biti različitog formata, odnosno različitog organizaciono-tehničkog oblika obavljanja trgovine i strategije prema kupcima i konkurentima.

Osim toga, trgovina može da se obavlja i u prenosivim objektima tipa kioska, tezge, automat ili slična sredstva i oprema koja je relativno vezana za određeno mesto, kao i sa pokretnih sredstava ili opreme.

Podzakonskim aktom će biti uređena klasifikacija trgovinskih formata, vrsta prenosivih objekata i oblici trgovine sa pokretnih sredstava i opreme. U prethodnom zakonu nije postojala definicija kioska i tezge. Imajući u vidu da se prodajno mesto na javnoj ili drugoj površini na kojem se obavlja trgovina u prenosivim prodajnim objektima, kao i vreme i mesto, odobrava aktom nadležnog organa lokalne samouprave, propisi lokalnih samouprava sadržali su različite definicije. Definisanjem i oblika prodaje sa pokretnih sredstava i opreme na jedinstven način otklanjaju se nedoumice što bi, između ostalog olakšalo i inspeksijski nadzor.

Za razliku od prethodnog zakona gde je postojala obaveza isticanja trgovinskog formata, sada je propisano da, samo ukoliko trgovac ističe trgovinski format to mora uraditi u skladu sa pravilnikom. Česte su situacije da se naziva diskont ili outlet nešto što to nije i da se na taj način potrošači navede na kupovinu koju inače ne bi učinili. Struktura trgovinskih formata je veoma važna za praćenje tokova, međutim samo njeno isticanje bez odgovarajuće statistike nema mnogo značaja, pa je ovim zakonom predviđen drugačiji model prikupljanja podataka o trgovini i trgovinskoj mreži.

Drugi način obavljanja trgovine na malo i pružanja usluga potrošačima je ličnim nuđenjem koju obavlja trgovac, odnosno pružalac usluge tako što nudi robu ili uslugu putem neposredne ponude potrošaču koji nije tražio da mu se učini ponuda, a koji je lično prisutan na mestu ponude, van prodajnog mesta. Posebno je propisan način obavljanja trgovine ličnim nuđenjem, kao i uslovi za ovaj oblik trgovine preko punomoćnika.

Potrošač mora da zna ko mu se obraća i kome se može obratiti ukoliko se, npr. javi potreba za reklamacijom. Podzakonskim aktom biće propisana forma i oblik pisane potvrde, koja pre svega mora da sadrži osnovne podatke o trgovcu, robi/uslugama i uslovima značajnim za donošenje odluke o kupovini, a u funkciji pravovremenog i pravovaljanog obaveštavanja potrošača. Unificirana forma je i u interesu trgovaca koji na ovaj način dobijaju precizna uputstva koje informacije moraju da obezbede potrošaču.

Brz tehnološki napredak i sve veća upotreba tehnologija stvaraju uslove za stalno unapređenje poslovanja i uvođenje novih načina obavljanja trgovine. Trgovci imaju mogućnost da dostave ponudu potencijalnim potrošačima putem različitih sredstava komunikacija, i kada je potrošač fizički udaljen, odnosno bez njegovog neposrednog prisustva. Prodaja putem sredstava komunikacije na daljinu je u zakonu definisana kao daljinska trgovina i može se obavljati kao elektronska trgovina i ostala trgovina putem drugih sredstava, i to kataloška prodaja, kao i TV prodaja, trgovina putem pošte, štampanih pošiljki, reklamnih materijala sa narudžbenicom,

telefona, tekstualnih ili multimedijalnih poruka u mobilnoj telefoniji i govornih automata. Daljinska trgovina zahteva posebnu regulaciju, s obzirom da je reč o trgovini u kojoj kupac nije u prilici da „licem u lice” pregovara sa trgovcem i ne može da sagleda ponudu u realnom prostoru i vremenu.

Definisani su najčešći oblici elektronske trgovine, koji su prepoznati kao najzastupljeniji modeli elektronskog poslovanja na digitalnom tržištu. Ovim stavom zakona nisu onemogućeni eventualno drugačiji načini obavljanja elektronske trgovine. Posebno su definisani sledeći oblici elektronske trgovine:

1) Prodaja preko elektronske prodavnice trgovca koji nudi robu/usluge predstavlja osnovni oblik elektronske trgovine. Trgovac na sopstvenoj Internet prezentaciji ima e-prodavicu (webshop) u kome nudi robu/usluge potrošačima. Potrošač naručuje robu direktno od trgovca, a trgovac robu isporučuje iz svog magacina/skladišta;

2) Prodaja robe/usluge preko elektronske platforme koja povezuje trgovce i potrošače, pri čemu su ugovornom kupoprodajnom odnosu trgovac i potrošač - Kod ovog oblika elektronske trgovine, elektronska platforma povezuje potrošača i trgovca, a vrlo često platforma pruža i usluge naplate i isporuke. Potrošač je u ugovornom odnosu sa trgovcem, ali sama procedura naručivanja, plaćanja i isporuke može da se obavlja preko platforme koja je u ugovornom odnosu (B2B) sa trgovcem (npr. Alibaba, Amazon i sl). Platforma takođe može i prodavati robu potrošačima, odnosno može imati svojstvo trgovca. U odnosu prema potrošaču, platforma: 1) može imati svojstvo trgovca robom, ali 2) češći je slučaj da platforma zapravo jeste samo spona između trgovca i potrošača;

3) Prodaja robe potrošačima preko elektronske prodavnice ili preko elektronske platforme, pri čemu se roba isporučuje potrošaču direktno iz magacina proizvođača/veletrgovca („dropshipping” oblik elektronske trgovine) Kod ovog modela elektronske trgovine, potrošač je u ugovornom odnosu sa trgovcem, koji preuzima sve obaveze prema potrošaču koje proizilaze iz zaključenog ugovora o prodaji. Roba se isporučuje potrošaču direktno iz magacina proizvođača/veletrgovca. Isporuka robe na adresu potrošača predstavlja izvršenje ugovora koji je potrošač zaključio sa trgovcem.

Imajući u vidu da je Zakonom o zaštiti potrošača u potpunosti transponovana Direktiva 97/7/EZ o zaštiti potrošača kod sklapanja ugovora o prodaji na daljinu, odredbama u članu 17. se definiše daljinska trgovina na malo u smislu uslova koje treba da ispune lica koja se bave ovim načinom trgovine.

Sva lica koja obavljaju daljinsku trgovinu u Republici Srbiji moraju da poštuju pravila ovog i drugih zakona koja se odnose na trgovinu. Internet kao savremeno sredstvo komunikacije predstavlja veliki problem za nadzorne organe, a naročito činjenica da se veliki deo sive ekonomije obavlja preko Interneta. Iz tih razloga od suštinskog je značaja odrediti šta se smatra obavljanjem daljinske trgovine u Republici Srbiji i koji su to presudni kriterijum koji se uzimaju prilikom ocene da li je daljinska trgovina usmerena na potrošače iz Srbije.

Strano lice obavlja daljinsku trgovinu u Srbiji ako je usmerena na potrošače u Srbiji. Postavljeni su uslovi koji određuju kada se smatra da je daljinska trgovina usmerena na potrošače u Srbiji naročito ako koristi jezik u upotrebi u Republici Srbiji ili valutu platnog prometa u Republici Srbiji i nudi isporuku robe na teritoriji Republike

Srbije. Na ovaj način se pokušavaju onemogućiti izvesne zloupotrebe koje su se javljale u praksi.

U čl. 18. do 24. Predloga zakona uređene su posebne tržišne institucije. Posebne tržišne institucije su posebni (specijalizovani) i uređeni oblici tržišta koji organizuju susret prodavaca i kupaca robe/usluga, u cilju njene prodaje ili promocije. Kao takve u velikoj meri opredeljuju funkcionisanje tržišta i trgovine. Sa njihovim obuhvatom u Zakonu kompletira se tretman ukupne trgovine i trgovinske mreže na tržištu. Radi se o institucijama, kao što su:

1) *robna berza* - posebna tržišna institucija koja organizuje susret kupaca i prodavaca standardizovane i zamenljive (fungibilne) robe. Robne berze se uređuju posebnim zakonom;

2) *sajam* je tržišna institucija koja se bavi organizovanjem sajamskih privrednih izložbi, kao i pružanjem pratećih usluga, a naročito iznajmljivanja, projektovanja i pripremanja izložbenih mesta u sajamskom prostoru, skladištenja robe ili izdavanje skladišnog prostora, organizovanja ili obavljanja prevoza robe za izlagače, utovara, istovara i pakovanja robe, marketinških, ugostiteljskih i drugih usluga u vezi sa organizovanjem priredbe. Pod sajamskom izložbom se podrazumeva izložba robe ograničenog trajanja i određene periodike, na određenom prostoru posebne namene (sajamski prostor, sajmište), na kojem izlagači predstavljaju svoju ponudu i upoznaju zainteresovane kupce sa robom, odnosno uslugama iz svoje ponude;

3) *privredne izložbe i tradicionalne manifestacije* su izložbe robe/usluga, privremenog ili povremenog karaktera, van sajamskog prostora. *Tradicionalne manifestacije* su vašari, festivali i druge manifestacije na kojima se u sklopu kulturnih, muzičkih, sportskih i drugih društvenih aktivnosti, prodaje određena roba, a u skladu sa običajima vezanim za odvijanje tih aktivnosti i za to područje (npr. „Dani vina”, „Roštiljijade”, „Kosidbe” i sl).

Za razliku od prethodnog Zakona, propisano je da se na ovakvim manifestacijama prodaja roba/usluge koje su predmet i svrha organizovanja izložbi i manifestacija. Takođe, privredna izložba i manifestacija može trajati najduže 60 dana u toku kalendarske godine.

Propisane su i obaveze za organizatora koji mora da istakne ime, trajanje manifestacije, obeleži prostor, vodi evidenciju lica koja izlažu ili prodaju robu, kao i da obezbedi uslove za prisustvo i rad nadležnih inspekcija.

Razlozi za bliže uređenje ovih tržišnih institucija su velike zloupotrebe koje su bile prisutne u praksi.

Trgovac koji prodaje robu na privrednim izložbama i manifestacijama mora da ispunjava uslove koji su propisani za trgovinu na prodajnom mestu.

4) *pijaca* je posebna tržišna institucija koja se bavi organizovanjem trgovine na malo, putem uređivanja, održavanja i izdavanja specijalizovanog prostora za obavljanje pijačne prodaje robe, kao i pratećih usluga. Pod pijačnom prodajom se podrazumeva prodaja robe naročito na tezgama, boksovima ili posebnim prodajnim objektima, i to svežih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, proizvoda domaće radinosti i zanatskih proizvoda, druge robe široke potrošnje, kao i pružanje pratećih usluga;

5) *veletržnica* je posebna tržišna institucija koja se bavi organizovanjem trgovine na veliko, putem uređivanja, održavanja i izdavanja specijalizovanog prostora za izlaganje i prodaju voća, povrća i drugih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, ostale robe široke potrošnje, kao i pružanje pratećih usluga, a naročito skladištenje robe, njena dorada, prerada, pakovanje i druge usluge u vezi sa rukovanjem i prevozom;

6) *aukcijska kuća* je posebna tržišna institucije koje organizuje kupovinu i prodaju nestandardizovane robe putem javnog nadmetanja, odnosno prodaja robe kupcu koji prodavcu, povodom njegovog javnog poziva, istakne povoljniju ponudu u odnosu na ostale učesnike u nadmetanju.

Prodaju i kupovinu putem javnog nadmetanja mogu da organizuju i trgovci za svoj račun i u tom slučaju se neće smatrati aukcijskom kućom.

Treća glava – Uslovi za obavljanje trgovine

U čl. 25. do 28. Predloga zakona propisani su opšti uslovi za trgovinu, i to uslovi u pogledu: lica koja obavljaju trgovinu, odnosno pružaju usluge, minimalnih tehničkih uslova, robe i cena po kojoj se roba nudi.

Trgovinu, odnosno pružanje usluga mogu da obavljaju pravna lica i preduzetnici, kao i poljoprivrednici, lica koja vrše prodaju ulovljene divljači, ribe, gljiva, divlje flore i faune i ostalih šumskih plodova, kao i fizička lica koja u vidu zanimanja obavljaju delatnost slobodne profesije registrovani u skladu sa posebnim propisima. Za obavljanje trgovine moraju biti ispunjeni minimalno tehnički uslovi u pogledu prostora, opreme i uređaja koji će biti propisani podzakonskim aktom.

Obrazovanje cena na tržištu Republike Srbije je slobodno, osim ukoliko nekim posebnim zakonom nije drugačije utvrđeno.

U čl. 29. i 30. Predloga zakona precizirano je da isprave moraju da prate robu u prometu i da je trgovac dužan da vodi evidenciju prometa. Sadržina, oblik, način vođenja i mesto čuvanja evidencije biće bliže uređeni podzakonskim aktom.

Članom 31. Predloga zakona definisana je oznaka poverenja. Oznake poverenja označavaju da trgovac, odnosno pružalac usluge, roba ili usluga imaju određena kvalitativna svojstva koja su procenjena i potvrđena od treće, nezavisne strane, odnosno izdavaoca te oznake. Oznake poverenja je u osnovi sistem reputacije koji je razrađen nezavisno od samog trgovca, pružaoca usluge, robe ili usluge na koju je postavljen. Zakonom je propisano ko može biti izdavalac, a kriterijumi moraju biti transparentni i dostupni svakom zainteresovanom licu, ali i u vezi sa predmetnom robom, odnosno uslugom.

U čl. 32. do 35. Predloga zakona propisani su uslovi koji se odnose na trgovinu na malo i pružanje usluga potrošačima, i to u pogledu identifikacije trgovca, označavanja robe i isticanja cena.

Trgovac koji obavlja trgovinu na prodajnom mestu dužan je da istakne ime i radno vreme.

Roba u maloprodaji mora imati deklaraciju. Ovim zakonom je propisan minimum koji deklaracija mora da sadrži, dok je za pojedine vrste proizvoda posebnim propisima definisano šta deklaracija mora da sadrži. Zakonom je precizirano gde deklaracija mora biti istaknuta i da proizvođač mora da snabde robu deklaracijom.

Imajući u vidu značaj cene prilikom kupovine, evropsko zakonodavstvo je posebnu pažnju posvetilo ovom segmentu. Naime, doneta je Direktiva 98/6 o zaštiti potrošača u označavanju cena proizvoda koji se nude na prodaju potrošačima koja je transponovana članom 35. ovog zakona.

U Evropskoj uniji je 2009. godine ukinut propis o obavezanim standardizovanim pakovanjima, pa se u ponudi trgovaca može naći veliki broj proizvoda različitih modaliteta i količina. Imajući u vidu da se potrošačima, kao najslabijoj strani na tržištu mora garantovati visok stepen zaštite u cilju što boljeg funkcionisanja tržišta, samo isticanje prodajne cene više nije dovoljno.

Ovim članom se pored obaveznog isticanje prodajne cene, konačne cene po jedinici robe, uključujući poreze, propisuje i isticanje jedinične cene, odnosno informacija koja bi cena bila kada bi se roba prodavala u pakovanjima u jedinici mere, kao što je kilogram, litar, metar, kvadratni metar, kubni metar ili druga jedinica mere koja se uobičajeno koristi u prometu određene robe/usluge. Na ovaj način potrošaču je omogućeno da poredi cene različitih pakovanja i da na osnovu jedinične cene donese ekonomsku odluku o kupovini.

U ovom članu takođe je prezirano isticanje cena robe/usluga koje se prodaju potrošačima elektronskim putem. U e-prodavicama, na elektronskim platformama, odnosno na sajtovima trgovaca, cene se ističu na način da se potrošačima omogućava prikaz cene u valuti platnog prometa u Republici Srbiji (dinar), a opciono i u stranoj valuti (evro, dolar i sl). Ovo iz razloga što na sajtu trgovca (u e-prodavnici) mogu da kupuju kako potrošači iz Republike Srbije, tako i potrošači iz Evropske unije ili drugih zemalja sveta, te je potrebno omogućiti isticanje cene i u drugim valutama, osim u domaćoj valuti. Ovakvo zakonsko rešenje omogućava da potrošač prilikom odlaska na sajt trgovca i u procesu razgledanja proizvoda/usluga ima mogućnost da odabere valutu (jednu od ponuđenih) i u izabranoj valuti da (mu) se prikažu prodajne cene svih proizvoda/usluga iz ponude tog trgovca. Izbor valute se omogućava potrošaču na nivou sajta, odnosno kompletne ponude trgovca, a ne na nivou svakog pojedinačnog proizvoda iz ponude. Takođe, propisani su i izuzeci kada je moguće cenu istaknuti i u stranoj stranoj valuti.

Podzakonskim aktom biće propisani način i uslovi isticanja jedinične cene i za koje vrste proizvoda se mora isticati jedinična cena.

Čl. 36. do 38. Predloga zakona propisani su uslovi i način nuđenja robe/usluga sa naročitim prodajnim podsticajima i oglašavanje prodaje robe sa prodajnim podsticajima.

Hiperprodukcija u sferi proizvodnje i ograničeni resursi na strani potrošnje nameću stalnu borbu za potrošače koji smišljaju nove načine podsticanja prodaje. U regulisanju različitih oblika povećanja obima prodaje napravljena je razlika između unapređenja prodaje i oglašavanja načina unapređenja prodaje. Unapređenje prodaje podrazumeva podsticanje prodaje na samom mestu prodaje, odnosno prilikom sklapanja kupoprodajnog ugovora i imajući u vidu da se tada donosi konačna odluka o kupovini propisan je set podataka koji moraju biti obezbeđeni.

S druge strane, članom 38. Predloga zakona propisano je šta ne sme da sadrži oglasna poruka koja se odnosi na prodajni podsticaj. Jasno je da će oglasna poruka biti kraća, naročito kada se emituje preko medija masovnog komuniciranja, ali je jako važno da odlučujuće informacije budu transparentne. Ovim članom definisan je minimum o kome se mora voditi računa prilikom oglašavanja kako bi potrošač dobio preciznu informaciju.

Imajući u vidu da je ovim odredbama bliže uređeno oglašavanje prodajnih podsticaja, prelaznim i završnim odredbama Predloga zakona stavljen je van snage član 16. Zakona o oglašavanju („Službeni glasnik RS”, broj 6/16).

U važećem Zakonu prodajni podsticaju su bili uopšteno definisana, međutim to je u praksi izazvalo niz nejasnoća. Od početka primene važećeg Zakona najveći broj zahteva za mišljenje odnosio se na član kojim su definisani prodajni podsticaji. Sve to je ukazivalo da odredbe moraju biti preciznije.

Osim toga, u praksi su korišćeni različiti termini koji na pravi način ne obaveštavaju potrošača. Primećeno je da se veoma često koristi reč „rasprodaja” koja upućuje da je reč o robi koja se više neće prodavati ili bar ne kod tog trgovca i da su cene niže, međutim u kratkom roku se taj isti proizvod često pojavi kod tog istog trgovca u redovnoj ponudi. To često navodi potrošače da donese odluke koju inače ne bi doneli.

Postojala je potreba da se navedu osnovni oblici sniženja i za svaka od njih posebna pravila. Ovim zakonom je definisana akcijska prodaja, sezonsko sniženje i rasprodaja. Kod sezonskih sniženja reč je i o pitanju konkurentnosti domaće trgovine u odnosu na zemlje u okruženju i to u smislu utvrđenih rokova sezonskih sniženja.

Definisanje perioda sniženja je dato na osnovu analize uporedne prakse zemalja članica Evropske unije. Sezonska sniženja su propisana u 10 zemalja članica i to uglavnom dva puta godišnje, zimsko i letnje sniženje u trajanju od 60 dana i odnose se na tekstil i obuću.

Npr. Slovenija ima dva utvrđena termina, zimsko ne može započeti pre prvog radnog ponedeljka u januaru, a drugo pre drugog radnog ponedeljka u julu i u tom utvrđenom razdoblju trgovci sami određuju kada im počinje sniženje i ne sme trajati duže od 60 dana. Dva termina sezonskih sniženja ima i Hrvatska u kojoj se sprovode od 27. decembra zimsko i od 1. jula letnje koja ne smeju trajati duže od 60 dana.

U Italiji svaka regija određuje svoje termine sniženja. U Francuskoj trgovci mogu imati samo dva sezonska sniženja godišnje, zimsko i letnje i mogu trajati najduže 6 nedelja.

Četvrta glava – Zaštita tržišta i unapređenje trgovine

U članu 39. Predloga zakona propisani su način i uslovi određivanja privremenih mera zaštite tržišta, koje može da odredi Vlada radi obezbeđivanja redovnog snabdevanja potrošača, u određenim situacijama. Ove mere se određuju srazmerno cilju i očekivanim rezultatima, najduže na godinu dana ili na duži period koji je uslovljen obavezama preuzetim međunarodnim ugovorom.

U članu 40. Predloga zakona predviđa se mogućnost određivanja podsticajnih mera čija primena treba da doprinese razvoju trgovine na domaćem tržištu, a koje se naročito odnose na određenu kategoriju trgovaca ili pružalaca usluga, vrstu robe/usluga, oblik i vrstu trgovine, kao i način obavljanja trgovine. Imajući u vidu da je, s jedne strane, sve više domaćih trgovaca koji nude robu/usluge preko interneta i da je elektronska trgovina u ekspanziji na domaćem tržištu, kao i činjenicu da je mogućnost trgovanja elektronskim putem lako dostupna i neregistrovanim trgovcima, ovaj član se odnosi i na određivanje podsticajnih mera posebno u oblasti elektronske trgovine, a u sve cilju njenog razvoja i smanjenja obima sive ekonomije na domaćem tržištu. Podsticajne mere i vremenski period njihove primene biće bliže uređeni aktom Vlade.

U članu 41. Predloga zakona propisana je zabrana *nelojalne konkurencije*, odnosno nepoštene tržišne utakmice u užem smislu, kao radnje trgovca usmerene protiv drugog trgovca, odnosno konkurenta, kojom se krše kodeksi poslovnog morala i dobri poslovni običaji, i kojom se nanosi ili može naneti šteta drugom trgovcu (konkurentu), kao i karakteristične situacije u kojima se ona javlja. Kod nelojalne konkurencije propisana je privatno-pravna zaštita.

U članu 42. Predloga zakona propisana je zabrana *nedozvoljene špekulacije*, kao radnje trgovca kojima je cilj, odnosno posledica značajan poremećaj na tržištu, odnosno sprečavanje ili otežavanje sprovođenja privremenih mera zaštite tržišta, a naročito prikrivanjem određene robe, ograničavanjem ili obustavljanjem njene prodaje, zaključivanjem prividnih ugovora o prometu određene robe kojima se bitno menja ponuda ili tražnja i nivo cena na tržištu.

Član 43. Predloga zakona sadrži zabranu *piramidalne trgovine*, kao posebnog oblika trgovine u kojem se kupcima omogućava kupovina robe ili usluge isključivo od lica uključenih u lanac ili mrežu preprodaje robe ili usluga (članovi mreže), koja je posebno uslovljena na način propisan ovom odredbom.

U članu 44. Predloga zakona predviđeno je prikupljanje podataka o trgovini i trgovinskoj mreži. U skladu sa članom 13. Zakona o državnoj upravi organi državne uprave prate i utvrđuju stanje u oblastima iz svog delokruga, proučavaju posledice utvrđenog stanja i, zavisno od nadležnosti, ili sami preduzimaju mere ili predlažu Vladi donošenje propisa i preduzimanje mera za koje je ovlašćen. Nadležnost ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija određena je članom 8. Zakona o ministarstvima. Tako je ministarstvo nadležno da obavlja poslove državne uprave koji se odnose na funkcionisanje tržišta, politiku razvoja trgovine i praćenje trgovinskih tokova, snabdevenost tržišta i cene, sprečavanje monopolskog delovanja i nelojalne konkurencije i inspekcijски nadzor. U cilju izvršenja navedenih nadležnosti neophodni su precizni podaci o trgovini i trgovinskoj mreži, a za šta u ovom trenutku ne postoji pravni osnov.

Iako se jedan deo podataka može obezbediti iz baza drugih institucija koje se dostavljaju na zahtev neki veoma važni podaci se ne prikupljaju, a značajni su sa aspekta vođenja trgovinske politike.

Da bi ministarstvo, kao organ državne uprave, obavljalo poslove u skladu sa članom 21. Zakona o državnoj upravi, odnosno prikupljalo i proučavalo podatke u oblastima iz svog delokruga i na osnovu toga sačinjavalo odgovarajuće analize, izveštaje i informacije u cilju razvoja oblasti iz svog delokruga Predlogom zakona predviđeno je prikupljanje podataka.

Podzakonskim aktom biće bliže uređeni sadržina i način prikupljanja podataka, pri čemu se mora voditi računa da to ne budu podaci koje već prikupljaju druge institucije.

Osim toga, Strategija razvoja trgovine Republike Srbije do 2020. godine kao jedan od ciljeva predviđa uspostavljanje adekvatne baze podataka te je neophodno predvideti pravni osnov za uspostavljanje mehanizma koji će omogućiti prikupljanje i ažuriranje ovih podataka.

Peta glava – Nadzor

U čl. 45. do 65. Predloga zakona propisani su nadzor i stvarna nadležnost nad sprovođenjem zakona i propisa donetih na osnovu ovog zakona, inspekcijски nadzor, odnosno ovlašćenja i dužnosti tržišnog inspektora, kao i upravne mere.

U pogledu stvarne nadležnosti za vršenje inspekcijskog nadzora, ovaj zakon zadržava ranije zakonodavno rešenje da se poveravaju poslovi inspekcijskog nadzora jedinicama lokalne samouprave (opštine, gradovi i grad Beograd), ali shodno novoj podeli trgovine, u delu nadzora nad trgovinom ličnim nuđenjem, trgovinom iz člana 14. stav 1. tač. 2) i 3), izuzev kioska, kao i u pogledu isticanja i pridržavanja radnog vremena i isticanja poslovnog imena. Na ovaj način se vrši decentralizacija dela poslova inspekcijskog nadzora, koji su u tesnoj vezi sa komunalnim redom (tzv. ulična trgovina, tezge i sl), kao i poslovima lokalne samouprave. S druge strane, zadržava se jedinstveno organizaciono rešenje tržišne inspekcije, u delu poslova inspekcijskog nadzora nad prometom robe i usluga koji je od suštinskog značaja za jedinstvo i celovitost tržišta Republike Srbije, kao i jednaki pravni položaj subjekata na njemu. Novina u pogledu stvarne nadležnosti za sprovođenje inspekcijskog nadzora nad poslovanjem kioska, opravdana je sa razloga što je po pravilu reč o velikim privrednim subjektima koji svoju delatnost obavljaju decentralizovano, na području više jedinica lokalne samouprave, s tim da određena prodajna mesta ovih subjekata nisu nužno smeštena na javnoj površini, kao objekti relativno vezani za određenu površinu, već se javljaju i u formi prodajnog objekta sa fiksnom lokacijom, a za koje shodno novoj podeli trgovine, važe ista pravila. Imajući u vidu navedeno ne bi bilo opravdano i celishodno sa stanovišta ujednačavanja prakse organa, predvideti različitu stvaranu nadležnost za pojedina prodajna mesta istog trgovca.

Jedinice lokalne samouprave će poverene poslove obavljati preko komunalnih inspektora, koji ispunjavaju uslove propisane zakonom, a koji u vršenju nadzora imaju iste dužnosti i ovlašćenja kao tržišni inspektora.

Stoga je shodno Zakonu o inspekcijskom nadzoru, u članu 45. ovog zakona propisano da lice koje obavlja poslove tržišnog inspektora mora da ima stečeno visoko obrazovanje na studijama drugog stepena (diplomske akademske studije - master, specijalističke akademske studije, specijalističke strukovne studije), odnosno na osnovnim studijama u trajanju od najmanje četiri godine, odnosno druge uslove određene zakonom koji uređuje prava i dužnosti državnih službenika, drugim propisom i aktom o unutrašnjem uređenju i sistematizaciji radnih mesta u ministarstvu, kao i položen ispit za inspektora, u skladu sa zakonom kojim se uređuje inspekcijski nadzor, i poseban stručni ispit za tržišnog inspektora, a da glavni tržišni inspektor, pored ovih uslova, mora da ispunjava uslove za rad na položaju, u skladu sa zakonom kojim se uređuju prava i dužnosti državnih službenika i uslove za rukovodioca inspekcije, u skladu sa zakonom kojim se uređuje inspekcijski nadzor.

U čl. 48. i 49. Predloga zakona propisana su ovlašćenja nadležnog organa. Važnu novinu u ovom delu zakona predstavlja uvođenje ovlašćenja inspektora da obavi prikrivenu kupovinu. U članu 49. Predloga zakona propisano je da u vršenju inspekcijskog nadzora, tržišni inspektor ima ovlašćenje da u skladu sa propisima kojim se uređuje inspekcijski nadzor obavi prikrivenu kupovinu robe/usluge. U pitanju je inspekcijski metod koji poznaju i evropski upravni i inspekcijski prostor. Naime, slovenački Zakon o inspekcijskom nadzoru, sadrži ovo ovlašćenje inspekcije (eng. mystery shopping) u član 19. stav 1. pretposlednja alineja (uneto kroz izmene i dopune tog zakona). Osnovni motiv za uvođenje ovog instituta jeste veća efikasnost u otkrivanju nelegalne trgovine, suzbijanju sive ekonomije i sprečavanju nelojalne konkurencije, budući da se na ovaj način nadležnom ogranu daje adekvatan instrument za prikupljanje dokaza, a što je ključno za utvrđivanje činjeničnog osnove za izricanje upravne mere. Ovu okolnost je posebno teško utvrditi kada je reč o daljinskoj trgovini putem interneta, koja je posebno aktuelna.

U članu 50. Predloga zakona detaljno su pobrojane dužnosti nadležnog organa u inspekcijskom nadzoru imajući u vidu između ostalog i Zakon o inspekcijskom nadzoru, kako bi za nadziranog subjekta i postupajuće službeno lice na jednom mestu bile objedinjene obaveze, kao i precizirane posledice pojedinih povreda. Na ovaj način se izbegava samovolja inspektora, korupcija i doprinosi se pravnoj sigurnosti privrednih subjekata. Cilj je da se znatno jasnije nego do sad urede dužnosti inspektora u odnosu na nadzirana lica, kao i postupak inspekcijskog pregleda i kontrole.

U čl. 52. do 60. Predloga zakona uređene su mere koje izriče tržišna inspekcija u sklopu svojih ovlašćenja, uslovi i način određivanja mera, kao i prestanak izrečene mere. Upravne mere propisane ovim zakonom su:

- 1) preventivne mere;
- 2) otklanjanje utvrđene nezakonitosti;
- 3) privremena zabrana trgovine određenom robom, odnosno vršenja određene usluge;
- 4) privremeno zatvaranja prodajnog objekta;

- 5) privremena zabrana obavljanja trgovine ličnim nuđenjem;
- 6) privremena zabrana obavljanja daljinske trgovine;
- 7) oduzimanja robe.

Mere su navedene prema redosledu prioriteta u izricanju, odnosno prema težini u odnosu na subjekta kojem se izriču. Na taj način je obezbeđen maksimalan nivo zaštite prava i interesa nadziranih subjekata i sprečavanje zloupotrebe ovlašćenja u postupku inspeksijskog nadzora, usmeravanjem mera prema otklanjanju utvrđenih nedostataka, uklanjanju robe koja ne ispunjava propisane uslove iz prometa, kao i prema prodajnom objektu u kojem su utvrđeni teži oblici povrede propisanih uslova. U skladu sa Zakonom o inspeksijskom nadzoru predviđena je mogućnosti izricanja preventivne mere. Takođe, po analogiji je regulisano nalaganje otklanjanja nepravilnosti zapisnikom i precizirani izuzeci kada nadležni organ može odmah izreći meru rešenjem, a to je u slučaju neophodnosti preduzimanja hitnih mera radi sprečavanja ili otklanjanja neposredne opasnosti po život ili zdravlje ljudi, životnu sredinu ili biljni ili životinjski svet usled nebezbednog i neusaglašenog proizvoda, radi sprečavanja poremećaja na tržištu ili otklanjanja štetnih posledica poremećaja na tržištu u pogledu snabdevanja robom i uslugama od vitalnog značaja za život i zdravlje ljudi i za rad privrednih subjekata, ustanova i drugih organizacija od opšteg interesa. Na ovaj način se smanjuje potencijalna mogućnost zloupotrebe ovog zakonskog izuzetka.

Kada je reč o meri privremene zabrane trgovine određenom robom, odnosno vršenja određene usluge, imajući u vidu da se u dosadašnjoj praksi dešavalo da nadzirani subjekt suprotno zabrani, nezakonito raspolaže robom, kako bi se sprečila potencijalna zloupotreba u članu 54. Zakon uvodi novinu da lice kome je izrečena mera privremene zabrane trgovine određenom robom, odnosno vršenje određene usluge, ne može istu staviti na tržište, izvesti, uništiti na odgovarajući način ili raspolagati na bilo koji način, odnosno nastaviti vršenje usluge, dok tržišni inspektor u potvrđujućem vanrednom inspeksijskom nadzoru ne potvrdi da su otklonjeni razlozi zbog kojih je izrečena mera iz stava 1. ovog člana, odnosno da je roba trajno uklonjena sa tržišta, a za šta je popisana i poseban prekršaj.

Najteža mera, oduzimanja robe, izriče se u samo dva slučaja, kada se zatekne u obavljanju trgovine neregistrovani subjekat, odnosno lice koje ne ispunjava uslov iz člana 25. Zakona („divlja trgovina”) ili lice koje obavlja trgovinu ličnim nuđenjem, trgovinu iz člana 14. stav 2) i 3), izuzev kioska, suprotno meri privremene zabrane obavljanja trgovine iz čl. 54. i 56. ovog zakona, odnosno u situacijama kada nije moguće meru vezati za lice (trgovca) ili prodajni objekat. Oduzeta roba, kao i ona koja ima isto svojstvo (očigledno napuštena, naročito slučaj kod akcija kontrole „ulične trgovine”), se prodaje, uništava ili poklanja u dobrotvorne svrhe, na način propisan odredbama člana 59. Predviđeno je da Vlada bliže uređuje ustupanja oduzete robe bez naknade, a Ministar bliže uređuje uništavanje, način i uslove prodaje oduzete robe.

Predviđeno je u članu 60. pravno dejstvo mera, odnosno da mera iz člana 52. stav 1. tač. 2) – 6) ovog zakona prestaje da važi kada se utvrdi da su otklonjeni

razlozi za izricanje mere. Pravno dejstvo mere prestaje da važi po sili zakona, protekom najdužeg zakonskog roka za određenu meru.

U čl. 61. do 66. Predloga zakona posebno se uređuju određena pitanja upravno-procesnog karaktera, i to pokretanje postupka inspekcijskog nadzora, sačinjavanje zapisnika, digitalizacija spisa predmeta, rok za donošenje rešenja i pravni lek protiv rešenja tržišnog inspektora, odnosno komunalnog inspektora, po kojem odlučuje ministar, kao i vođenje upravnog spora. U ovom delu novinu predstavlja usklađivanje sa novousvojenim procesnim zakonima, Zakonom o inspekcijskom nadzoru i Zakonu o opštem upravnom postupku. Stoga, predviđeno je u članu 61. Predloga zakona da se postupak inspekcijskog nadzora u smislu ovog zakona vrši po službenoj dužnosti, ili po zahtevu stranke i započinje uručivanjem ili pokazivanjem pisanog naloga za inspekcijski nadzor i predočavanjem njegove sadržine, odnosno preduzimanjem prve radnje tržišnog inspektora u postupku inspekcijskog nadzora. Prijave povrede zakona, odnosno druge informacije i akti drugog naziva podneti radi iniciranja inspekcijskog nadzora, imaju dejstvo inicijative za pokretanje postupka, a podnosioci tih inicijativa, nemaju svojstvo stranke u postupku koji se može pokrenuti na osnovu te inicijative. Navedeno znači da ova lice nemaju automatski svojstvo stranke, ali zainteresovano lice može nadležnom organu u skladu sa Zakonom o opštem upravnom postupku u konkretnom slučaju podneti zahtev za priznavanje svojstva stranke, ukoliko smatra da na njihova prava, obaveze ili pravni interes može da utiče ishod postupka, o čemu odlučuje nadležni organ u svakoj pojedinačnoj stvari.

U članu 62. Predloga zakona predviđeno je da se o svim radnjama u postupku inspekcijskog nadzora od značaja za utvrđivanje činjeničnog stanja, tržišni inspektor sastavlja zapisnik. O pitanjima koja nisu od neposrednog značaja za utvrđivanje činjeničnog stanja, tržišni inspektor sastavlja službenu belešku. Primerak zapisnika se izdaje stranci odmah po okončanju radnje u postupku, a ako to nije moguće, najkasnije u roku od 8 radnih dana od dana izvođenja radnje u postupku. Na ostala pitanja sačinjavanja zapisnika primenjivaće se opšta pravila Zakona o inspekcijskom nadzoru i Zakona o opštem upravnom postupku.

U članu 64. Predloga zakona propisano je da radi obezbeđenja dokaza, tržišni inspektor može privremeno oduzeti određene predmete (stvari, opremu, isprave i sl), koji su u neposrednoj vezi sa utvrđivanjem činjeničnog stanja u postupku inspekcijskog nadzora. O obezbeđenju dokaza, koje se vrši po službenoj dužnosti, donosi se zaključak. Na ovaj način su opšta pravila upravnog postupka precizirana i upodobljena predmetu ovog zakona i prirodi inspekcijskog nadzora.

U članu 65. Predloga zakona propisani su zakonski rokovi za pojedine specifične situacije u kojima je nadležni organ dužan da, u cilju efikasnosti i pravne sigurnosti, okonča postupak donošenjem rešenja.

Ako utvrdi nezakonitost i na zapisnik naloži otklanjanje nezakonitosti, a nadzirani subjekt ne otkloni utvrđenu povredu u ostavljenom roku, tržišni inspektor će doneti rešenje u skladu sa svojim ovlašćenjem, u roku od 5 dana od dana izdavanja zapisnika o kontrolnom inspekcijskom nadzoru.

U slučaju preduzimanja mera protiv neregistrovanog subjekta rešenje se donosi odmah pošto inspektor utvrdi da subjekat neregistrovano obavlja delatnost.

Ako utvrđena nezakonitost zahteva da se bez odlaganja donese rešenje kojim se izriče mera za otklanjanje nepravilnosti, bez prethodnog nalaganja otklanjanja nezakonitosti na zapisnik, kao i mere iz člana 52. stav 1. tač. 3) – 7), tržišni inspektor će doneti rešenje u skladu sa svojim ovlašćenjem, najkasnije u roku od 8 radnih dana od dana izdavanja zapisnika. Ovaj zakon produžava raniji rok od 3 dana od izdavanja zapisnika na 8 radnih dana, kako bi se ispoštovao zakonski rok od 5 radnih dana za dostavu primedbi na zapisnik, koji je propisao Zakon o inspekcijskom nadzoru, te otklonile protivrečnosti dva zakona.

U cilju usklađivanja sa Zakonom o inspekcijskim nadzoru i Zakonom o opštem upravnom postupku, ovaj zakon sada propisuje da je rok za žalbu opšti rok od 15 dana od dana prijema rešenja, kao i da žalba po pravilu ima suspenzivno dejstvo, odnosno da odlaže izvršenje rešenja, izuzev taksativno navedenih slučajeva, a to su mere iz člana 54. i čl. 56 - 58. ovog zakona.

Šesti deo – KAZNENE ODREDBE

U čl. 67. do 70. Predloga zakona propisane su prekršajne sankcije za pravna lica, preduzetnike i fizička lica. Novčani iznosi prekršaja usklađeni su sa Zakonom o prekršajima i Zakonom o inspekcijskom nadzoru.

Sedmi deo – PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

U čl. 71. do 73. Predloga zakona propisan je prestanak važenja Zakona o trgovini („Službeni glasnik RS”, br. 53/10 i 10/13) i prestanak važenja člana 16. i člana 78. stav 1. tačka 6) Zakona o oglašavanju („Službeni glasnik RS”, broj 6/16), stupanje na snagu i početak primene ovog zakona, kao i rok od 12 meseci za donošenje podzakonskih akata.

IV. FINANSIJSKA SREDSTVA POTREBNA ZA PRIMENU ZAKONA

Za sprovođenje ovog zakona nije potrebno obezbediti dodatna finansijska sredstva u budžetu Republike Srbije.

V. ANALIZA EFEKATA ZAKONA

1. Analiza postojećeg stanja i pravilno definisanje promena koje se predlažu

Analiza stanja

Razvoj tržišta i trgovine ima direktan i indirektan efekat na ostale ekonomske sektore i njihove učesnike. Modernizacija i rast maloprodajnog sektora direktno preliva i na razvoj svih ostalih sektora privrede. U zvaničnim dokumentima Evropske unije ističe se da „maloprodaja predstavlja ključnu vezu između proizvođača i finalnih potrošača”, ali i da takođe „ima glavni uticaj na okruženje obezbeđujući direktne veze između razvoja ruralnih i urbanih područja, na korisnike i ponuđače logističkih i transportnih usluga, na upotrebu energije, na subjekte koji se bave otpadom, kao i na međugranične kupce proizvoda”.

Maloprodavci sve više preuzimaju odgovornost za ukupno praćenje i usluživanje potrošača i postaju pokretačka snaga održivog privrednog razvoja. Za obezbeđenje adekvatnog „paketa ponude” robe i usluga, subjekti maloprodaje imaju interaktivan odnos sa velikim brojem učesnika u lancu snabdevanja na globalnom tržištu. Takav odnos naročito uspostavljaju sa proizvođačima i grosistima, transportnim i logističkim kompanijama, bankarskim i osiguravajućim institucijama, zatim institucijama za promocije i ostale marketinške usluge. Modernizacija trgovinskog sektora privrede ima višestruke pozitivne efekte na razvoj industrijskog i poljoprivrednog sektora privrede. Modernizacija i napredak trgovine mogu pomoći razvoju industrije i poljoprivrede.

U 2017. godini trgovinu na veliko i malo u Republici Srbiji obavljalo je 33.254 privredna društva što čini 32,9% od ukupnog broja registrovanih privrednih društava. U strukturi privrednih društava dominiraju mikro i mala privredna društva kojih ima 33%, odnosno 33,7%.

Od 2013. godine beleži se blago povećanje broja velikih privrednih društava i smanjenje broja mikro privrednih društava.

Pored privrednih društava trgovinu obavlja i veliki broj preduzetnika. Prema poslednjim podacima objavljenim za 2015. godinu delatnost trgovine na veliko i malo i popravku motornih vozila obavljalo je 55.875 preduzetnika. Broj preduzetnika se smanjuje i to brže u delatnosti trgovine na veliko i malo nego u ukupnoj privredi. Od 2012. godine prosečna stopa smanjenja preduzetnika bila je 1,3%, a u trgovini na veliko - 4,06%.

Trgovinski sektor zapošljava preko 20% od ukupnog broja zaposlenih. Broj zaposlenih se povećava u velikim privrednim društvima dok se u mikro privrednim društvima smanjuje. U 2017. godini, u mikro privrednim društvima bilo je zaposleno 25% od ukupno broja zaposlenih u trgovini na veliko i malo, 20% u malim društvima.

U 2017. godini trgovina se obavljala u 61.906 prodajnih objekata taj broj je iznosio 61.185 prodavnica. Najveći zvanično evidentirani broj od 109.212 prodavnice zabeležen je 2005. godine.

Još jedan od izraženijih trendova na tržištu maloprodaje je i rast trgovine putem Interneta. Broj potrošača koji je u 2018. godini kupovao putem Interneta bio je

1.800.000 što predstavlja povećanje od oko 130.000 u odnosu na prethodnu godinu. U 2016. godini bilo je registrovano preko 360 privrednih društava za obavljanje trgovine putem pošte i Interneta i njihov promet je činio oko 0,67% ukupnog maloprodajnog prometa. U 2017. godini taj broj je 407. Međutim, ovi podaci nisu najprecizniji jer jedan broj trgovaca koristi Internet samo kao jedan, a ne i jedini kanal prodaje, pa se iz raspoloživih baza ne mogu videti precizni podaci.

Tržište maloprodaje visoko obrtnih proizvoda u Republici Srbiji karakteriše umeren nivo koncentracije na osnovu vrednosti Herfindal-Hiršmanovog indeksa. Na osnovu podataka o vrednostima Herfindal-Hiršmanovog indeksa i smernica Evropske komisije, tržište moderne maloprodaje u zemljama Evropske unije je umereno i/ili visoko koncentrisano. Sve do 2010. godine, prema definiciji Evropske komisije, tržište maloprodaje visoko obrtnih proizvoda u Republici Srbiji smatralo se slabo koncentrisanim, dok se od 2012. godine tržište smatra umereno koncentrisanim. Glavni razlog velikog rasta Herfindal-Hiršmanovog indeksa u Republici Srbiji je značajniji rast tržišnog učešća velikih maloprodavaca u 2012. godini, s obzirom da je Herfindal-Hiršmanov indeks veoma osetljiv na promene vodećih preduzeća na tržištu. Kako je prosečna vrednost Herfindal-Hiršmanovog indeksa u 2012. godini za izabrane evropske zemlje na nivou od 2.159 poena, dok je njegova vrednost u Republici Srbiji (1.256 poena) i daleko je ispod proseka. U narednom periodu bi trebalo očekivati nastavak procesa koncentracije.

Međutim, niska vrednost Herfindal-Hiršmanovog indeksa u Republici Srbiji ne znači da je intenzitet konkurencije viši u poređenju sa većinom evropskih zemalja, posebno imajući u vidu tržišno učešće tri najveća maloprodavaca. Zapravo, na tržištu Republike Srbije postoji manja grupa preduzeća sa velikim tržišnim učešćem i velika grupa preduzeća sa malim tržišnim učešćem. U 2012. godini tri maloprodavca na tržištu maloprodaje visoko obrtnih proizvoda imali su tržišno učešće od 48%. Razlika između prva dva maloprodavca i njihovih pratilaca ne garantuje visok nivo ravnopravne konkurencije i zahteva pažljiv nadzor. Takođe, ukрупnjavanje pratilaca dodatno osnažuje ovu preporuku.

Struktura maloprodajnih formata na tržištu Republike Srbije se od 2008. godine sporo menja, te još uvek dominiraju male prodavnice. Razvoj maloprodaje može da se posmatra kroz promenu njene strukture koja podrazumeva promene i razvoj maloprodajnih formata. Struktura maloprodaje je značajno promenjena u periodu od 2003. do 2012. godine. Iako još uvek dominiraju male prodavnice, učešće modernih maloprodajnih formata u posmatranom periodu se povećalo. Od 2003. do 2012. godine, učešće modernih formata (hipermarketi, supermarketi i „cash and carry” objekti) se povećalo sa 17% na 34% u prometu visokoobrnih proizvoda. Učešće malih prodavnica u posmatranom periodu je značajno smanjeno (sa 71% na 51,5%). Prema definiciji Europanela, male prodavnice su objekti do 400 m², što bi prema našoj klasifikaciji odgovaralo superetama i minimarketima, odnosno prodavnicama susedstva. Najveći broj ovih objekata su samostalne trgovinske radnje, mada se ovi maloprodajni formati nalaze i u portfelju velikih maloprodajnih lanaca. Najveći pad učešća malih prodavnica ostvaren je u periodu od 2009. godini i iznosio je 50,5%, dok je najveće učešće bilo u 2003. i 2004. godini od 71%. S druge strane, najveći rast učešća ostvarili su moderni maloprodajni formati. „Cash and carry” objekti u posmatranoj klasifikaciji su definisani kao prodavnice sa specifičnim načinom plaćanja i/ili specifičnim članskim kartama.

Na osnovu navedenih podataka, može se potvrditi pozitivan trend rasta modernih maloprodajnih formata. Međutim, maloprodaja u Republici Srbiji je još uvek znatno manje razvijena u poređenju sa većinom evropskih zemalja. Tako, na primer, u Republici Hrvatskoj je u 2011. godini učešće supermarketa i hipermarketa u prometu iznosilo 68%.

U zvaničnim statistikama Republike Srbije nedostaju kvalitetni podaci o veličini i strukturi prodajnog prostora. Na osnovu podataka Nielsen retail audit, prosečna prodajna površina u Republici Srbiji u 2011. godini iznosila je 50,7 m². Ovaj podatak potvrđuje tendenciju rasta prodajnih površina u Republici Srbiji. Prema proceni istraživača, koja je objavljena u prethodnoj Strategiji razvoja trgovine Republike Srbije, prosečna prodavnica u Republici Srbiji u 2007. godini je imala površinu od 41,6 m², dok je u 2001. godini površina iznosila 42,4 m².

Nivo maloprodajnih usluga, meren prodajnom površinom po stanovniku, u Republici Srbiji je značajno niži nego u Evropskoj uniji. Prodajni prostor u 2007. godini bio je na 4.240 hiljada m², što znači da bi ocenjena površina u m² po stanovniku bila 0,58 m².

Proces koncentracije dovodi do stvaranja novih maloprodajnih formata, ali su i novi formati imali povratni uticaj na ubrzavanje procesa koncentracije i promenu tržišne strukture.

Modernizacija kanala marketinga u Republici Srbiji zaostaje za tržištima zemalja Evropske unije. U strukturi prometa prema maloprodajnim formatima, primetan je rast učešća modernih maloprodajnih formata u evropskim zemljama, koji je 2009. godine prosečno iznosio 66,8%, da bi 2012. godine dostigao nivo od 70,4%.

Trgovina, a posebno maloprodaja u Republici Srbiji je još uvek u fazi rasta i razvoja, te u budućem periodu treba očekivati značajan rast učešća modernih maloprodajnih formata. Iako se u razvijenim zemljama Evropske unije, supermarketi i hipermarketi nalaze u fazi zrelosti i saturacije, moderni maloprodajni formati, posebno kao lanci na nacionalnom nivou, treba da budu nosioci razvoja maloprodajne mreže. Glavni razlog ovakvog stanja je, pre svega, u niskoj kupovnoj moći potrošača u malim gradskim sredinama i seoskim područjima koja nisu u fokusu najvećih maloprodajnih lanaca.

Važeći propisi i uočeni problemi u primeni

Delatnost trgovine institucionalno je uređena Zakonom o trgovini („Službeni glasnik RS”, br. 53/10 i 10/13) kojim su uređeni uslovi za obavljanje ove delatnosti.

Zakonom o trgovini („Službeni glasnik RS”, broj 53/10) sprovedene su značajne izmene u pogledu opštih uslova za obavljanje trgovine na unutrašnjem tržištu, uvedena je savremena nomenklatura i klasifikacija oblika i načina trgovine, novi instituti (trgovinski format, posebne tržišne institucije i sl), kao i pravni okvir za unapređenje trgovine, naročito radi uspostavljanja i očuvanja povoljne strukture trgovinskih objekata i razvoj preduzetništva, a sve u cilju razvoja tržišne utakmice i ravnopravnosti trgovaca. Sprovedena je reforma inspekcijuskog nadzora koji vrši tržišna inspekcija, novim organizacionim i procesnopravnim zakonskim rešenjima, u pravcu izgradnje savremenog i efikasnog sistema kontrole poštovanja propisanih uslova u prometu robe i usluga, koji istovremeno obezbeđuje pravnu sigurnost subjekata u tom prometu.

Međutim, dugogodišnja primena pokazala je da određene odredbe treba preispitati. Potreba da se odgovori zahtevima prakse koji su se pojavili tokom primene uslovi su potrebu za donošenjem osavremenjenog propisa. Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija je 2016. godine formiralo Radnu grupu za izradu analizu propisa iz delokruga rada ministarstva, a naročito propise koji uređuju funkcionisanje tržišta. Radna grupa je izvršila analizu Zakona o trgovini i utvrdila da je potrebno uraditi izmene velikog broja članova kako bi se obezbedila efikasnija primena zakona i nesmetanog funkcionisanja tržišta. Bilo je neophodno rešiti sledeće probleme:

1. U cilju boljeg razumevanja i preglednosti zakona bilo je potrebno uraditi novu sistematiku i podelu zakona.

Napravljena je nova podela trgovine koja je usklađena sa pravima i obavezama u Zakonu o zaštiti potrošača. Bilo je neophodno opredeliti gde se u sistemu nalazi prodaja putem tezge, štandovi, kiosci, specijalizovana vozila i sl.

2. Imajući u vidu da Internet prodaja ima sve veće učešće u ukupnom maloprodajnom prometu javila se potreba za njenim detaljnijim regulisanjem. Njenim razvojem javljaju se i određene devijacije usled nepreciznih zakonskih rešenja, pa je bilo neophodno predvideti adekvatne mehanizme kojima će se ovo ponašanje sankcionisati.

Nema preciznih podataka o broju subjekata koji se bave elektronskom trgovinom jer ne postoje odgovarajući registri, a pored toga i mnogi neregistrovani subjekti obavljaju svoje poslovne aktivnosti na Facebook-u ili Instagramu. Istraživački tim koji je radio na projektu „Jačanje elektronske trgovine u Srbiji“ koji je rađen za potrebe ministarstva nadležnog za poslove trgovine uz pomoć USAID projekta je, na osnovu dubinskih intervjua i sekundarnih istraživanja došao do podataka da je okvirna veličina populacije između 1000 i 2000 Internet trgovaca. U Agenciji za privredne registre registrovano je preko 400 privrednih društava za obavljanje trgovine putem pošte i Interneta. Međutim, ovi podaci nisu najprecizniji jer jedan broj trgovaca koristi Internet samo kao jedan, a ne i jedini kanal prodaje, pa se iz raspoloživih baza ne mogu videti precizni podaci.

Iako postoje neprecizni podaci značajan broj lica obavlja neregistrovano delatnost trgovine i imajući u vidu specifičnosti ovog oblika poslovanja jako je teško izvršiti nadzor nad ovim subjektima.

3. Zakonom o državnoj upravi predviđeno je da organi državne uprave prate i utvrđuju stanje u oblastima iz svog delokruga, proučavaju posledice utvrđenog stanja i, zavisno od nadležnosti, ili sami preduzimaju mere ili predlažu Vladi donošenje propisa i preuzimanje mera za koje je ovlašćen. Nadležnost ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija određena je članom 8. Zakona o ministarstvima. Tako je ministarstvo nadležno da obavlja poslove državne uprave koji se odnose na

funkcionisanje tržišta, politiku razvoja trgovine i praćenje trgovinskih tokova, snabdevenost tržišta i cene, sprečavanje monopolskog delovanja i nelojalne konkurencije i inspekcijски nadzor. U cilju izvršenja navedenih nadležnosti neophodni su precizni podaci o trgovini i trgovinskoj mreži, a za šta u ovom trenutku ne postoji pravni osnov.

Iako se jedan deo podataka može obezbediti iz baza drugih institucija koje se dostavljaju na zahtev neki veoma važni podaci se ne prikupljaju, a značajni su sa aspekta vođenja trgovinske politike.

Podaci koji se trenutno prikupljaju o trgovini Republike Srbije obuhvataju dve kategorije: 1) Podatke vezane za oblast unutrašnje trgovine; 2) Poslovno-finansijske indikatore trgovinskih preduzeća. Ovi podaci su u određenoj formi dostupni u vidu izveštaja kroz saopštenja Republičkog zavoda za statistiku, dok se manji deo nalazi u osnovnom stanju i moguće ga je dobiti od administrativnog izvora na upit.

Podaci za oblast unutrašnje trgovine koji se trenutno prikupljaju odnose se na opšte podatke za ukupnu trgovinu, kao i indikatore razvoja trgovine. Unutrašnja trgovina je po klasifikaciji delatnosti razdvojena na tri oblasti: trgovinu na veliko i malo i popravku motornih vozila i motocikala (šifra 45), trgovinu na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima (šifra 46) i trgovinu na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima (šifra 47). Treba napomenuti da se u podacima koje objavljuje zvanična statistika prikazuje robni promet koji se ostvaruje posredstvom trgovinske delatnosti (trgovina na malo i trgovina na veliko). Promet koji se ostvaruje neposredno između proizvođača, kao i između proizvođača i potrošača, nije obuhvaćen. Nisu obuhvaćene ni usluge u prometu robe (zastupničke, agencijske, komisijone i dr.).

Sva istraživanja iz kojih se dobijaju podaci za oblast unutrašnje trgovine su sprovedena korišćenjem metoda uzorka. Posmatranim uzorkom su obuhvaćena pravna lica (preduzeća i organizacije) ili njihovi delovi koji se bave trgovinom, a kod trgovine na malo su pored pravnih lica, obuhvaćeni i preduzetnici. Anketiraju se sva velika i sva srednja pravna lica čija je pretežna delatnost trgovina, dok su mala izabrana metodom slučajnog uzorka. U ocenu je uključen i određen broj preduzeća čija pretežna delatnost nije trgovinska, ali imaju delove koji ih obavljaju. Podaci koji se na ovaj način prate pokrivaju sledeće segmente: 1) Promet i indeksi prometa po oblastima delatnosti trgovine pri čemu se podaci posmatraju za nivo Republike Srbije a vrši se i podela na nivo „Srbija sever” i „Srbija jug”, što je nedovoljno za adekvatno upravljanje razvojem trgovine; 2) Broj prodajnih objekata u trgovini na malo na godišnjem nivou i broj preduzeća u trgovini; 3) Broj zaposlenih po oblastima trgovine i sl.

Poslovno-finansijski indikatori predstavljaju podatke koji se odnose na poslovne performanse trgovinskih preduzeća. Ovi podaci se trenutno prikupljaju kroz završne račune koje trgovinska preduzeća podnose na kraju svake godine Agenciji za privredne registre. Na taj način formira se baza podataka o finansijskim i poslovnim karakteristikama trgovinskih preduzeća, koja je pretraživa po različitim kriterijumima. Problem koji se javlja kod ovih podataka je što preduzeća nisu adekvatno podeljena po oblastima trgovine tako da su neki tipični maloprodavci kategorisani kao veleprodaja i obrnuto. Zbog toga je u velikoj meri upitna validnost navedenih podataka za potrebe daljih analiza i razumevanja tokova u trgovini, a posebno po pojedinim sektorima trgovine.

Podaci o trgovinskoj mreži Republike Srbije potrebni su do nivoa pojedinačnog prodajnog objekta. Takvi podaci bi omogućili analizu trgovinske mreže po dubini prostornih nivoa. Trenutno ovi podaci postoje samo za nacionalni nivo i to za broj

objekata i dobijeni su na bazi uzorka, tj. procene. Podaci o trgovinskoj mreži do nivoa objekta neophodni su, ne samo za potrebe analize trgovinske mreže, već i za potrebe upravljanja trgovinom i njenim planiranjem na teritoriji cele zemlje.

Podaci o prometu do nivoa pojedinačnog prodajnog objekata potrebni su za adekvatnu analizu stanja trgovine i njeno planiranje. Njihovim prikupljanjem formiraće se baza podataka o trgovinskoj mreži Republike Srbije, koja će biti pretraživa po različitim kriterijumima i različitim prostornim nivoima. Veličina prodajnog i skladišnog prostora u trgovini je nepoznanica i na nacionalnom nivou. Neophodno je da donosioci odluka od državnog ali i poslovnog značaja, imaju podatke o strukturi trgovinske mreže po formatima. Takođe su potrebni podaci o drugim bilansnim podacima kao što su nabavna vrednost prodate robe, zalihe i sl.

4. Osim toga, u međuvremenu su usvojeni horizontalni propisi kojima se na opšti način reguliše postupak inspeksijskog nadzora i pravila opšteg upravnog postupka.

Zakonom o inspeksijskom nadzoru („Službeni glasnik RS”, broj 36/15) je propisano u članu 4. stav 4. da se u postupku vršenja inspeksijskog nadzora i službene kontrole koji proizlaze iz posebnih zakona, potvrđenih međunarodnih ugovora ili usklađivanja zakonodavstva Republike Srbije pravnim tekovinama Evropske unije neposredno primenjuju odredbe posebnog zakona, ako su u određenim oblastima inspeksijski nadzor i službena kontrola tim zakonom uređeni drukčije. Međutim, u prelaznim i završnim odredbama ovog zakona u članu 69. je u cilju harmonizacije i ujednačavanja unutrašnjeg zakonodavnog okvira, predviđena obaveza i postupak usaglašavanja posebnih propisa sa ovim zakonom.

Zakon o opštem upravnom postupku („Službeni glasnik RS”, broj 18/16) reguliše upravni postupak kao skup pravila koja državni organi i organizacije, organi i organizacije pokrajinske autonomije i organi i organizacije jedinica lokalne samouprave, ustanove, javna preduzeća, posebni organi preko kojih se ostvaruje regulatorna funkcija i pravna i fizička lica kojima su poverena javna ovlašćenja primenjuju kada postupaju u upravnim stvarima. Shodno članu 3. ovaj zakon se primenjuje na postupanje u svim upravnim stvarima, a pojedina pitanja upravnog postupka mogu posebnim zakonom da se urede samo ako je to u pojedinim upravnim oblastima neophodno, ako je to u saglasnosti sa osnovnim načelima određenim ovim zakonom i ne smanjuje nivo zaštite prava i pravnih interesa stranaka zajemčenih ovim zakonom. U vezi sa navedenim u članu 214. je propisano da se posebni zakoni kojima su uređena pojedina pitanja upravnog postupka u pojedinim upravnim oblastima usklađuju sa odredbama ovog zakona.

Na osnovu prethodno navedenog razlog za zakonodavnu intervenciju bio je i usklađivanje sa Zakonom o inspeksijskom nadzoru i Zakonom o opštem upravnom postupku.

Strategijom razvoja trgovine Republike Srbije do 2020. godine („Službeni glasnik RS”, broj 100/16) - u delu IV. Prioritetna područja u trgovinskoj politici, u tački 6. Definisane nužne mere za adekvatan podsticaj u razvoju malih trgovinskih preduzeća i preduzetnika u kojoj je dat pregled mera za unapređenje pravnog i administrativnog okvira poslovanja koji pruža pravnu sigurnost malih trgovinskih preduzeća i preduzetnika. Jedna od mera predviđenih Strategijom je reformisanje propisa koji utiču na unapređenje okvira poslovanja malih trgovinskih preduzeća i preduzetnika.

Prilikom pripreme ovog zakona analizirani su propisi Slovenije po pitanju uređenja prikrivene kupovine. Osim toga, analizirana su iskustva zemalja članica Evropske unije po pitanju uređenja prodajnih podsticaja i isticanja jedinične cene što je i obaveza propisana evropskom Direktivom. U okviru Tvining projekta „Jačanje zaštite potrošača u Republici Srbiji” analizirana je implementacija Direktive 1998/6/EZ u Slovačkoj i Mađarskoj čija su rešenja uzeta u razmatranje prilikom transponovanja Direktive u pravni sistem Republike Srbije.

2. Ključna pitanja za utvrđivanje ciljeva

Osnovni cilj ovog zakona je da obezbedi stabilno i snabdeveno tržište, uz što manje mešanje države u trgovinu, kako bi se obezbedila što efikasnija tržišna privreda. Ograničenje trgovine koje je nužno za uspostavljanje i održanje stabilnosti i snabdevenosti tržišta, određuje se izuzetno i samo pod propisanim uslovima i mora biti ukinuto čim se utvrdi da je prestao razlog zbog kojeg je preduzeta mera ograničenja ili ako se određenom merom ne može ostvariti cilj radi čijeg ostvarenja je mera određena.

U sistemu propisa koji uređuju promet robe i usluga, Zakon o trgovini ima centralno mesto, jer uređuje celokupan promet (nabavku i prodaju) i ponašanje učesnika u tom prometu, odnosno promet robe i usluga na opšti način.

Pored navedenog cilja, zakon treba da obezbedi i sprovođenje niza specifičnih ciljeva:

- 1) Rešavanje problema uočenih u primeni zakona;
- 2) Usklađivanje sa Zakonom o inspekcijskom nadzoru;
- 3) Usklađivanje sa Zakonom o opštem upravnom postupku;
- 4) Modernizacija trgovinskog sektora i razvoj konkurencije na tržištu Republike Srbije;
- 5) Razvoj informatičke baze za adekvatno vođenje trgovinske politike.

Utvrđivanje efekata predviđenih ciljeva:

1. Smanjenje nivoa sive ekonomije/Broj otkrivenih neregistrovanih subjekata koji vrše prodaju putem Interneta

U zvaničnim dokumentima nisu navedene referentne vrednosti.

2. Modernizacija trgovinskog sektora

- 2.1. Povećanje nivoa koncentracije na tržištu Republike Srbije no Herfindal-Hiršmanovim indeksom – približavanje proseku Evropske unije od 2.000 poena

- 2.2. Povećanje učešća modernih trgovinskih formata – povećanje učešća modernih trgovinskih formata na oko 50%

- 2.3. Povećanje maloprodajnog prostora

- 2.4. Povećanje veličine prosečne prodavnice

3. Uspostavljena baza podataka o trgovini i trgovinskoj mreži

3. Ključna pitanja za identifikovanje opcija javnih politika

U toku analize razmatrano je nekoliko mogućnosti za prevazilaženje problema u primeni zakona:

- 1) status quo – nemenjanje važećeg Zakona o trgovini;
- 2) donošenje Zakona o izmenama i dopunama Zakona o trgovini;
- 3) donošenje novog Zakona.

U slučaju status quo opcije, odnosno nepreduzimanja mera državne intervencije, koje mogu biti neregulatorne i regulatorne, nije moguće rešiti opisane probleme. Naime, razlozi za donošenje novog propisa kojim se uređuje delatnost trgovine je usklađivanje sa Zakonom o inspekcijskom nadzoru („Službeni glasnik RS”, br. 36/15, 44/18 – dr. zakon 95/18) i Zakonom o opštem upravnom postupku („Službeni glasnik RS”, br. 18/16 i 95/18 – autentično tumačenje).

Zakonom o inspekcijskom nadzoru („Službeni glasnik RS”, br. 36/15, 44/18 – dr. zakon 95/18) je propisano u članu 4. stav 4. da se u postupku vršenja inspekcijskog nadzora i službene kontrole koji proizlaze iz posebnih zakona, potvrđenih međunarodnih ugovora ili usklađivanja zakonodavstva Republike Srbije pravnim tekovinama Evropske unije neposredno primenjuju odredbe posebnog zakona, ako su u određenim oblastima inspekcijski nadzor i službena kontrola tim zakonom uređeni drukčije. Međutim, u prelaznim i završnim odredbama ovog zakona u članu 69. je u cilju harmonizacije i ujednačavanja unutrašnjeg zakonodavnog okvira, predviđena obaveza i postupak usaglašavanja posebnih propisa sa ovim zakonom.

Zakon o opštem upravnom postupku („Službeni glasnik RS”, br. 18/16 i 95/18 – autentično tumačenje) reguliše upravni postupak kao skup pravila koja državni organi i organizacije, organi i organizacije pokrajinske autonomije i organi i organizacije jedinica lokalne samouprave, ustanove, javna preduzeća, posebni organi preko kojih se ostvaruje regulatorna funkcija i pravna i fizička lica kojima su poverena javna ovlašćenja primenjuju kada postupaju u upravnim stvarima. Shodno članu 3. ovaj zakon se primenjuje na postupanje u svim upravnim stvarima, a pojedina pitanja upravnog postupka mogu posebnim zakonom da se urede samo ako je to u pojedinim upravnim oblastima neophodno, ako je to u saglasnosti sa osnovnim načelima određenim ovim zakonom i ne smanjuje nivo zaštite prava i pravnih interesa stranaka zajemčenih ovim zakonom. U vezi sa navedenim u članu 214. je propisano da se posebni zakoni kojima su uređena pojedina pitanja upravnog postupka u pojedinim upravnim oblastima usklađuju sa odredbama ovog zakona.

Na osnovu prethodno navedenog razlog za zakonodavnu intervenciju bio je i usklađivanje sa Zakonom o inspekcijskom nadzoru i Zakonom o opštem upravnom postupku.

Imajući u vidu da je bilo neophodno izvršiti intervencije u samom zakonu, razmatrane su opcije da se to uradi izmenama i dopunama postojećeg zakona. Međutim, broj odredaba koje je trebalo uskladiti sa dva pomenuta zakona bio je više od polovine odredaba u važećem Zakonu o trgovini, pa je u skladu sa Jedinostvenim metodološkim pravilima za izradu propisa, jedini način bio donošenje novog zakona koji uređuje delatnost trgovine.

Analizom drugih mogućnosti za rešavanje problema ustanovljeno je da je, između svih alternativa, najcelishodniji i najpouzdaniji način za rešavanje napred

navedenih problema – donošenje novog zakona koji će, pre svega, biti usklađen sa Zakonom o inspeksijskom nadzoru i Zakonom o opštem upravnom postupku.

4. Ključna pitanja za analizu finansijskih efekata

Donošenje novog zakona kojim se uređuje delatnost trgovine predstavlja kontinuitet i nadogradnju prethodnog propisa, tako da nisu potrebna dodatna sredstva za njegovu primenu. Sredstva potrebna u narednim godinama obezbediće se u okviru limita i u skladu sa bilansnim mogućnostima budžeta Republike Srbije u okviru razdela ministarstva nadležnog za poslove trgovine.

Novim zakonom predviđeno je prikupljanje podataka o trgovini i trgovinskoj mreži radi iniciranja i praćenja efekata mera ekonomske politike u oblasti tržišta i trgovine. Međutim, to ne zahteva organizacione promene u ministarstvu nadležnom za poslove trgovine imajući u vidu da će podzakonskim aktom biti propisano da se podaci dostavljaju elektronskim putem.

5. Ključna pitanja za analizu ekonomskih efekata

Donošenje novog zakona neće nametnuti nove troškove privredi. Jedina dodatna obaveza je popunjavanje obrasca za prikupljanje podataka. Međutim, imajući u vidu da će to biti samo podaci koji se ne mogu obezbediti iz drugih evidencija, obrazac neće sadržati veliki broj stavki. Prikupljanje podataka će podrazumevati, pre svega, podatke o maloprodajnim objektima. Na tržištu Republike Srbije najveći trgovac ima oko 400 maloprodajnih objekata te bi dostavljanje ovog podatka zahtevalo angažovanje jednog radnika godišnje u periodu od nekoliko radnih sati za najveće trgovce i mnogo manje za male i srednje privredne subjekte.

Osim toga, veliki broj zahteva za davanje mišljenja ukazivao je da postoje određene nejasnoće u pogleda razumevanja pojedinih pravnih instituta. Pojašnjenjem odredaba, za koje je bilo najviše zahteva za davanje mišljenja olakšaće poslovanje privrednih subjekata, naročito malih i srednjih preduzeća za koje taksa za davanje mišljenja predstavlja značajan izdatak. U Republici Srbiji oko 99% privrednih subjekata spada u grupu mikro, malih i srednjih preduzeća, pa će transparentniji uslovi posebno njima olakšati poslovanje.

Analize pokazuju da efikasnost poslovanja ovih privrednih subjekata značajno zaostaje za velikim, te je teško očekivati da imaju pravne savetnike koji bi im pomogli u tumačenju različitih odredbi. Jasni i transparentni uslovi će olakšati poslovanje i otvaranje novih privrednih subjekata u ovoj oblasti. Trgovina je i inače delatnosti koja beleži najveći broj novoosnovanih firmi.

Ključna pojašnjenja koja će omogućiti jednostavniju primenu propisa:

1. Novim propisom u oblasti trgovine propisano su osnovni oblici elektronske trgovine koji su prepoznati kao najzastupljeniji modeli elektronskog poslovanja.

Broj korisnika računara i Interneta u Republici Srbiji neprestano raste. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku u 2018. godini preko 3.750.000 lica koristilo je računar u poslednja tri meseca što čini 70,7% građana. Za 3,3% se povećao broj korisnika računara u odnosu na 2017. godinu, za 4,5% u odnosu na 2016. godinu, a za 5,9% u odnosu na 2015. godinu. Osim toga, preko 3.890.000 lica koristilo je Internet u poslednja tri meseca, što čini 73,4% stanovništva. Za 1,4% povećao se broj korisnika Interneta u odnosu na 2017. godinu, za 4,0% u odnosu na 2016. godinu, a za 6,4% u odnosu na 2015. godinu. Kada govorimo o privrednim subjektima, 100% njih koristi računar, dok 99,7% koristi Internet.

Porastao je i broj plaćanja transakcija kupovine robe i usluga putem Interneta. Beleži se povećanje sa 2.757.790 transakcija u 2015. godini na 10.223.964 u 2018. godini. U 2015. godini plaćanja su vršena platnom karticom i na domaćim sajtovima je realizovano 26,86% transakcijama, dok je na inostranim 73,14%. U 2018. godini plaćanja su vršena pored platnih karticama i upotrebom e-novca, kao i elektronskim bankarstvom. Na domaćim sajtovima je realizovano 32,27% transakcija, dok je na inostranim 67,73%.

Imajući u vidu rastući značaj ovog oblika trgovine, posebno su definisani sledeći oblici elektronske trgovine:

4) Prodaja preko elektronske prodavnice trgovca koji nudi robu/usluge predstavlja osnovni oblik elektronske trgovine. Trgovac na sopstvenoj Internet prezentaciji ima e-prodavicu (webshop) u kome nudi robu/usluge potrošačima. Potrošač naručuje robu direktno od trgovca, a trgovac robu isporučuje iz svog magacina/skladišta;

5) Prodaja robe/usluge preko elektronske platforme koja povezuje trgovce i potrošače, pri čemu su ugovornom kupoprodajnom odnosu trgovac i potrošač - Kod ovog oblika elektronske trgovine, elektronska platforma povezuje potrošača i trgovca, a vrlo često platforma pruža i usluge naplate i isporuke. Potrošač je u ugovornom odnosu sa trgovcem, ali sama procedura naručivanja, plaćanja i isporuke može da se obavlja preko platforme koja je u ugovornom odnosu (B2B) sa trgovcem (npr. Alibaba, Amazon i sl). Platforma takođe može i prodavati robu potrošačima, odnosno može imati svojstvo trgovca u odnosu prema potrošaču, platforma: 1) može imati svojstvo trgovca robom, ali 2) češći je slučaj da platforma zapravo jeste samo spona između trgovca i potrošača;

6) Prodaja robe potrošačima preko elektronske prodavnice ili preko elektronske platforme, pri čemu se roba isporučuje potrošaču direktno iz magacina proizvođača/veletrgovca („dropshipping“ oblik elektronske trgovine) Kod ovog modela elektronske trgovine, potrošač je u ugovornom odnosu sa trgovcem, koji preuzima sve obaveze prema potrošaču koje proizilaze iz zaključenog ugovora o prodaji. Roba se isporučuje potrošaču direktno iz magacina proizvođača/veletrgovca. Isporučka robe na adresu potrošača predstavlja izvršenje ugovora koji je potrošač zaključio sa trgovcem.

Dalje kroz tekst zakona su precizirane obaveze trgovaca koji obavljaju elektronsku trgovinu, kao i isticanja podataka o trgovcu i robi koju prodaju. Razlog za preciziranje odredaba koje se odnosi na trgovce koji obavljaju elektronsku trgovinu je analiza sprovedena u okviru projekta „Jačanje elektronske trgovine u Republici Srbiji“ koju je nadležno ministarstvo radilo uz pomoć USAID i koja pokazuje da je

jedan od razloga zašto trgovci nemaju razvijenu elektronsku trgovinu nepreciznost obaveza koje moraju da ispune u skladu sa zakonom.

Takođe, u Strategiji razvoja trgovine Republike Srbije do 2020. godine, akcenat je na razvoju elektronske trgovine treba da utiče na obim prometa koji se ostvari u elektronskoj trgovini, ali i na efekte koje elektronska trgovina ima na sve učesnike na tržištu. Cilj je da se stvori okruženje u kome će sinergetski efekti kombinovanja tradicionalne i elektronske trgovine u punoj meri doći do izražaja. Višekanalni pristup u trgovini ili strategija višestrukih kanala marketinga se pokazala kao veoma uspešna u razvijenim zemljama i u velikoj je ekspanziji.

Osim toga, pomenuta analiza je pokazala da je jedna od barijera za razvoj elektronske trgovine veliki udeo sive ekonomije. Imajući u vidu Internet kao savremeno sredstvo komunikacije predstavlja veliki problem za nadzorne organe, a naročito činjenica da se veliki deo sive ekonomije obavlja preko Interneta ovu snažnu novinu u ovom delu zakona predstavlja uvođenje ovlašćenja inspektora da obavi prikrivenu kupovinu. U članu 50. propisano je da u vršenju inspekcijanskog nadzora, tržišni inspektor ima ovlašćenje da u skladu sa propisima kojim se uređuje inspekcijanski nadzor obavi prikrivenu kupovinu robe/usluge. U pitanju je inspekcijanski metod koji poznaju i evropski upravni i inspekcijanski prostor. Naime, slovenački Zakon o inspekcijanskom nadzoru, sadrži ovo ovlašćenje inspekcije (eng. mystery shopping) u član 19. stav 1. preposlednja alineja (uneto kroz izmene i dopune tog zakona). Osnovni motiv za uvođenje ovog instituta jeste veća efikasnost u otkrivanju nelegalne trgovine, suzbijanju sive ekonomije i sprečavanju nelojalne konkurencije, budući da se na ovaj način nadležnom ogranu daje adekvatan instrument za prikupljanje dokaza, a što je ključno za utvrđivanje činjeničnog osnove za izricanje upravne mere. Ovu okolnost je posebno teško utvrditi kada je reč o daljinskoj trgovini putem interneta, koja je posebno

Suštinski je bilo važno odrediti šta se smatra obavljanjem daljinske trgovine u Republici Srbiji i koji su to presudni kriterijum koji se uzimaju prilikom ocene da li je daljinska trgovina usmerena na potrošače iz Srbije.

Strano lice obavlja daljinsku trgovinu u Srbiji ako je usmerena na potrošače u Srbiji. Postavljeni su uslovi koji određuju kada se smatra da je daljinska trgovina usmerena na potrošače u Srbiji naročito ako koristi jezik u upotrebi u Republici Srbiji ili valutu platnog prometa u Republici Srbiji i nudi isporuku robe na teritoriji Republike Srbije. Na ovaj način se pokušavaju onemogućiti izvesne zloupotrebe koje su se javljale u praksi.

2. Propisane su obaveze organizatora privrednih izložbi i tradicionalnih manifestacija koji mora da istakne ime, trajanje manifestacije, obeleži prostor, vodi evidenciju lica koja izlažu ili prodaju robu, kao i da obezbedi uslove za prisustvo i rad nadležnih inspekcija.

Razlozi za bliže uređenje ovih tržišnih institucija su velike zloupotrebe koje su bile prisutne u praksi. Ideja je da se na takvim manifestacijama prodaje roba koja je u skladu sa običajima vezanim za odvijanje tih aktivnosti i za to područje (npr. „Dani vina”, „Roštiljijade”, „Kosidbe” i sl).

Jasno su propisane i obaveze trgovaca koji prodaju robu na privrednim izložbama i manifestacijama koji mora da ispunjava uslove koji su propisani za trgovinu na prodajnom mestu.

3. Novim zakonom kojim se uređuje trgovina bliže su propisani uslovi i način nuđenja robe/usluga sa naročitim prodajnim podsticajima i oglašavanje prodaje robe sa prodajnim podsticajima.

U važećem zakonu prodajni podsticaju su bili uopšteno definisani, međutim

to je u primeni izazvalo niz nejasnoća. Od početka primene važećeg Zakona o trgovini najveći broj zahteva za mišljenje odnosio se na član kojim su definisani prodajni podsticaji. Sve to je ukazivalo da odredbe moraju biti preciznije.

Osim toga, u praksi su korišćeni različiti termini koji na pravi način ne obavestavaju potrošača. Primećeno je da se veoma često koristi reč „rasprodaja” koja upućuje da je reč o robi koja se više neće prodavati ili bar ne kod tog trgovca i da su cene niže, međutim u kratkom roku se taj isti proizvod često pojavi kod tog istog trgovca u redovnoj ponudi. To često navodi potrošače da donese odluke koju inače ne bi doneli. Postojala je potreba da se navedu osnovni oblici sniženja i za svaka od njih posebna pravila. Zakonom je definisana akcijska prodaja, sezonsko sniženje i rasprodaja. Kod sezonskih sniženja reč je i o pitanju konkurentnosti domaće trgovine u odnosu na zemlje u okruženju i to u smislu utvrđenih rokova sezonskih sniženja.

Definisanje perioda sniženja je dato na osnovu analize uporedne prakse zemalja članica Evropske unije. Sezonska sniženja su propisana u 10 zemalja članica i to uglavnom dva puta godišnje, zimsko i letnje sniženje u trajanju od 60 dana i odnose se na tekstil i obuću. Npr. Slovenija ima dva utvrđena termina, zimsko ne može započeti pre prvog radnog ponedeljka u januaru, a drugo pre drugog radnog ponedeljka u julu i u tom utvrđenom razdoblju trgovci sami određuju kada im počinje sniženje i ne sme trajati duže od 60 dana. Dva termina sezonskih sniženja ima i Hrvatska u kojoj se sprovode od 27. decembra zimsko i od 1. jula letnje koja ne smeju trajati duže od 60 dana. U Italiji svaka regija određuje svoje termine sniženja. U Francuskoj trgovci mogu imati samo dva sezonska sniženja godišnje, zimsko i letnje i mogu trajati najduže šest nedelja.

Napravljena je razlika između unapređenja prodaje i oglašavanja načina unapređenja prodaje. Unapređenje prodaje podrazumeva podsticanje prodaje na samom mestu prodaje, odnosno prilikom sklapanja kupoprodajnog ugovora i imajući u vidu da se tada donosi konačna odluka o kupovini propisan je set podataka koji moraju biti obezbeđeni.

Propisano je i šta ne sme da sadrži oglasna poruka koja se odnosi na prodajni podsticaj. Jasno je da će oglasna poruka biti kraća, naročito kada se emituje preko medija masovnog komuniciranja, ali je jako važno da odlučujuće informacije budu transparentne. Ovim članom definisan je minimum o kome se mora voditi računa prilikom oglašavanja kako bi potrošač dobio preciznu informaciju.

S obzirom na ciljeve, koje bi trebalo Zakonom ostvariti, a pre svega izbegavanje različitih tumačenja pojedinih odredaba, kao i smanjenje troškova privrede i koristi koje to donosi sa sobom prevazilaze troškove.

Da li propis utiče na razvoj konkurencije i na koji način?

Trgovina predstavlja segment privrede u kome je sve veća konkurentna borba.

Naime, mnogo je teže prodati nego proizvesti robu, pa trgovina kao delatnost sve više dobija na značaju. Tržište Republike Srbije je još uvek umereno koncentrisano, pa će jednostavniji i transparentniji uslovi poslovanja dovesti do otvaranja novih privrednih i dolaska međunarodnih trgovinskih lanca.

Dodatna pojašnjenja određenih instituta, kako bi se izbegla razna tumačenja koja se u praksi mogu pojaviti i uneti pravnu nesigurnost treba da dovede do pojave novih privrednih subjekata u oblasti trgovine.

Trgovina je i inače delatnost koja beleži najveći broj novoosnovanih privrednih subjekata, međutim, veliki broj se i zatvara. Uglavnom je reč o preduzetnicima gde je najveća stopa opadanja upravo u delatnosti trgovine na veliki i malo. Rastuća koncentracija koja je karakteristična za tržišta u razvoju je i ovde došla do izražaja.

Propisi kojima se uređuje tržište treba da budu takvi da omogućavaju lak pristup tržištu i fer i jednake uslove poslovanja. Zakon o trgovini ne propisuje ograničenja i trgovina predstavlja pogodno tlo za razvoj novih oblika poslovanja, naročito mikro i malih preduzeća.

6. Ključna pitanja za analizu efekata na društvo

Odredbe novog zakona ne prouzrokuju dodatne troškove građanima. Propisi kojima se uređuje funkcionisanje tržišta na jednostavniji i transparentniji način i koji nemaju barijere utiču na podizanje efikasnosti privrede, ali i razvoj konkurencije u trgovinskom sektoru. Snažna konkurencija dovešće do snižavanja cena, a sve u cilju dobiti potrošača.

Osim toga, pojedine odredbe koje se odnose na uslove koje moraju da ispune trgovci na malo utiču na mogućnost da potrošači donose ekonomski opravdane odluke. Pre svega, odredbe kojima se propisuje obaveza isticanja jedinične cene koja predstavlja transponovanje evropske Direktive 98/6 o zaštiti potrošača u označavanju cena proizvoda koji se nude na prodaju potrošačima, ali i transparentniji uslovi u pogledu prodajnih podsticaja.

7. Ključna pitanja za analizu efekata na životnu sredinu

Predlog zakona o trgovini ne utiče na životnu sredinu.

8. Ključna pitanja za analizu upravljačkih efekata

Nova zakonska rešenja ne zahtevaju organizacione promene u nadležnom ministarstvu. Osim toga, u pogledu stvarne nadležnosti za vršenje inspekcijskog nadzora, ovaj zakon zadržava ranije zakonodavno rešenje da se poveravaju poslovi inspekcijskog nadzora jedinicama lokalne samouprave (opštine, gradovi i grad Beograd), ali shodno novoj podeli trgovine, u delu nadzora nad trgovinom ličnim nuđenjem, trgovinom iz člana 14. stav 1. tač. 2) i 3), izuzev kioska, kao i u pogledu isticanja i pridržavanja radnog vremena i isticanja poslovnog imena. Na ovaj način se vrši decentralizacija dela poslova inspekcijskog nadzora, koji su u tesnoj vezi sa komunalnim redom (tzv. ulična trgovina, tezge i sl.), kao i poslovima lokalne samouprave. S druge strane, zadržava se jedinstveno organizaciono rešenje tržišne inspekcije, u delu poslova inspekcijskog nadzora nad prometom robe i usluga koji je od suštinskog značaja za jedinstvo i celovitost tržišta Republike Srbije, kao i jednaki

pravni položaj subjekata na njemu. Novina u pogledu stvarne nadležnosti za sprovođenje inspekcijskog nadzora nad poslovanjem kioska, opravdana je sa razloga što je po pravilu reč o velikim privrednim subjektima koji svoju delatnost obavljaju decentralizovano, na području više jedinica lokalne samouprave, s tim da određena prodajna mesta ovih subjekata nisu nužno smeštena na javnoj površini, kao objekti relativno vezani za određenu površinu, već se javljaju i u formi prodajnog objekta sa fiksnom lokacijom, a za koje shodno novoj podeli trgovine, važe ista pravila. Imajući u vidu navedeno ne bi bilo opravdano i celishodno sa stanovišta ujednačavanja prakse organa, predvideti različitu stvaranu nadležnost za pojedina prodajna mesta istog trgovca.

Jedinice lokalne samouprave će poverene poslove obavljati preko komunalnih inspektora, koji ispunjavaju uslove propisane zakonom, a koji u vršenju nadzora imaju iste dužnosti i ovlašćenja kao tržišni inspektora, sa izuzetkom iniciranja i obavljanja prikrivene kupovine.

9. Ključna pitanja za analizu rizika

Prilikom izrade teksta Nacrta zakona o trgovini zainteresovane strane imale su priliku da dostave konkretne predloge za izmene određenih članova zakona. Radna grupa formirana da pripremi Nacrt zakona o trgovini imala članove iz NALED-a i Privredne komore Srbije koji su predstavljali interese privrede.

Svi predlozi su razmatrani i nastojalo se da se nađe najbolje rešenje za prevazilaženje nejasnoća, a rezultat tog procesa je Nacrt zakona koji ukida i menja upravo one odredbe na koje su zainteresovane strane ukazale i oko kojih smo smatrali da je neophodno intervenisati.

Osim toga, tokom javne rasprave koja je sprovedena od 5. do 21. februara 2019. godine sve zainteresovane strane su imale priliku da dostave predloge, sugestije i primedbe na predloženi Nacrt zakona. Prihvaćene su u celini ili delimično primedbe i sugestije koji su relevantne sa stanovišta predmeta zakona i unete su u tekst Nacrta zakona o trgovini, i to: dodata je definicija proizvođača u pojmove; izmenjen je naslov člana 16. Nacrta zakona, precizirano je na koje alternativne načine se ističe deklaracija; preciziran je način označavanja perioda važenja prodajnog podsticaja u ponudi; proširena je nadležnost komunalne inspekcije u pogledu isticanja podataka o trgovcu i pružaocu usluga; izmenjen je član 53. stav 3. Nacrta zakona.

**IZJAVA O USKLAĐENOSTI PROPISA SA PROPISIMA
EVROPSKE UNIJE**

1. Ovlašćeni predlagač propisa – Vlada

Obrađivač – Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija

2. Naziv propisa

Predlog zakona o trgovini

Draft Law on Trade

3. Usklađenost propisa s odredbama Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između Evropskih zajednica i njihovih država članica, sa jedne strane, i Republike Srbije sa druge strane („Službeni glasnik RS”, broj 83/08) (u daljem tekstu: Sporazum):

a) Odredba Sporazuma koja se odnosi na normativnu sadržinu propisa

VI Usklađivanje prava, primena prava i pravila konkurencije

Član 78. (Zaštita potrošača) Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju

b) Prelazni rok za usklađivanje zakonodavstva prema odredbama Sporazuma

/

v) Ocena ispunjenosti obaveze koje proizlaze iz navedene odredbe Sporazuma

/

g) Razlozi za delimično ispunjavanje, odnosno neispunjavanje obaveza koje proizlaze iz navedene odredbe Sporazuma

/

d) Veza sa Nacionalnim programom za usvajanje pravnih tekovina Evropske unije

Zakon o trgovini pripada poglavlju 3.28.1. (Zaštita potrošača) Nacionalnog programa za integraciju Republike Srbije u Evropsku uniju (NPI), a u NPI bazi se nalazi pod oznakom 2012-415.

4. Usklađenost propisa sa propisima Evropske unije:

a) Navođenje odredbi primarnih izvora prava Evropske unije i ocene usklađenosti sa njima

/

b) Navođenje sekundarnih izvora prava Evropske unije i ocene usklađenosti sa njima

Direktiva 98/6/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 16. februara 1998. godine o isticanju cena proizvoda namenjenih potrošačima – Directive 98/6/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers.

Ovaj zakon je usklađen sa Direktivom.

v) Navođenje ostalih izvora prava Evropske unije i usklađenost sa njima

/

g) Razlozi za delimičnu usklađenost, odnosno neusklađenost

/

d) Rok u kojem je predviđeno postizanje potpune usklađenosti propisa sa propisima Evropske unije

/

5. Ukoliko ne postoje odgovarajuće nadležnosti Evropske unije u materiji koju reguliše propis, i/ili ne postoje odgovarajući sekundarni izvori prava Evropske unije sa kojima je potrebno obezbediti usklađenost, potrebno je obrazložiti tu činjenicu. U ovom slučaju, nije potrebno popunjavati Tabelu usklađenosti propisa. Tabelu usklađenosti nije potrebno popunjavati i ukoliko se domaćim propisom ne vrši prenos odredbi sekundarnog izvora prava Evropske unije već se isključivo vrši primena ili sprovođenje nekog zahteva koji proizilazi iz odredbe sekundarnog izvora prava (npr. Predlogom odluke o izradi strateške procene uticaja biće sprovedena obaveza iz člana 4. Direktive 2001/42/EZ, ali se ne vrši i prenos te odredbe direktive).

6. Da li su prethodno navedeni izvori prava Evropske unije prevedeni na srpski jezik?

Ne.

7. Da li je propis preveden na neki službeni jezik Evropske unije?

Da, na engleski jezik.

8. Saradnja sa Evropskom unijom i učešće konsultanata u izradi propisa i njihovo mišljenje o usklađenosti.

Ne, ali će ovaj zakon biti prosleđen Evropskoj komisiji na mišljenje.

| | |
|--|--|
| <p>1. Naziv propisa Evropske unije :</p> <p>Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers</p> <p>Direktiva 98/6/EZ Parlamenta i Saveta od 16 februara 1998 o zaštiti potrošača u označavanju cena proizvoda koji se nude potrošačima</p> | <p>2. „CELEX” oznaka EU propisa</p> <p>31998L0006</p> |
| <p>3. Ovlašćeni predlagač propisa – Vlada</p> <p>Obrađivač – Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija</p> | <p>4. Datum izrade tabele:</p> <p>14.01.2019. godine</p> |
| <p>5. Naziv propisa čije odredbe su predmet analize usklađenosti sa propisom Evropske unije:</p> <p>Predlog zakona o trgovini</p> | <p>6. Brojčane oznake (šifre) planiranih propisa iz baze NPAA:</p> |
| <p>7. Usklađenost odredbi propisa sa odredbama propisa EU:</p> | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|------------------------------|---|--|------------------|----------------------------------|--|----------------------------|
| Odredb a propisa EU | Sadržina odredbe | Odredb e propisa R. Srbije | Sadržina odredbe | Uskl ađen ost ¹ | Razlozi za delimičnu usklađenost, neusklađenost ili neprenosivost | Napomena o usklađenosti |
| 1. | The purpose of this Directive is to stipulate indication of the selling price and the price per | | | NP | | |

¹ Potpuno usklađeno - PU, delimično usklađeno - DU, neusklađeno - NU, neprenosivo – NP

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|------|---|------|--|----|----|----|
| | unit of measurement of products offered by traders to consumers in order to improve consumer information and to facilitate comparison of prices. | | | | | |
| 2.a. | (a) selling price shall mean the final price for a unit of the product, or a given quantity of the product, including VAT and all other taxes; | 35.3 | Prodajna cena je konačna cena po jedinici robe, uključujući poreze i dažbine. | PU | | |
| 2.b. | (b) unit price shall mean the final price, including VAT and all other taxes, for one kilogramme, one litre, one metre, one square metre or one cubic metre of the product or a different single unit of quantity which is widely and customarily used in the Member State concerned in the marketing of specific products; | 35.8 | Jedinična cena jeste konačna cena, uključujući i porez, po jedinici mere, kao što je kilogram, litar, metar, kvadratni metar, kubni metar ili druga jedinica mere koja se uobičajeno koristi u prometu određene robe/usluge. | PU | | |
| 2.c. | (c) products sold in bulk shall mean products which are not pre-packaged and are measured in the presence of the consumer; | 35.6 | Prodajna cena se za robu koja nije upakovana nego se meri u prisustvu potrošača, obračunava po kilogramu, litru, metru, kvadratnom metru, kubnom metru ili drugoj jedinici mere koja se uobičajeno koristi za određenu robu. | PU | | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|------|--|-------|--|----|----|----|
| 2.d. | (d) trader shall mean any natural or legal person who sells or offers for sale products which fall within his commercial or professional activity; | 25 | <p>Trgovinu mogu da obavljaju pravna lica i preduzetnici.</p> <p>Trgovinu mogu da obavljaju i:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Poljoprivrednici, registrovani u skladu sa propisima kojima se uređuje poljoprivreda; 2) Lica koja vrše prodaju ulovljene divljači, ribe, gljiva, divlje flore i faune, i ostalih šumskih plodova u skladu sa posebnim propisima o lovu, ribljem fondu, veterini, zaštiti prirode i šumama; 3) Fizička lica koja u vidu zanimanja obavljaju delatnost slobodne profesije uređenu posebnim propisima. <p>Lica iz stava 1. i 2. ovog člana koja obavljaju trgovinu na veliko i/ili trgovinu na malo su trgovci u smislu ovog zakona, dok su lica koja pružaju usluge u skladu sa ovim zakonom pružaoci usluga.</p> <p>Za obavljanje trgovine na veliko, odnosno na malo, kao i pružanje usluga, moraju biti ispunjeni uslovi propisani ovim zakonom, kao i posebnim propisima.</p> | PU | | |
| 2.e. | (e) consumer shall mean any natural person who buys a product for purposes that do not | 3.1.5 | Potrošač je fizičko lice koje kupuje robu, odnosno usluge radi zadovoljavanja ličnih potreba ili potreba | PU | | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|------|--|---|---|----|--|----|
| | fall within the sphere of his commercial or professional activity. | | domaćinstva. | | | |
| 3.1. | The selling price and the unit price shall be indicated for all products referred to in Article 1, the indication of the unit price being subject to the provisions of Article 5. The unit price need not be indicated if it is identical to the sales price | 35.7 35.5 35.9 35.10 | Trgovac je dužan da za prethodno upakovanu robu istakne pored prodajne cene i jediničnu cenu. Prethodno upakovana rova je roba upakovana bez prisustva kupca, pri čemu se količina te robe ne može promeniti bez promene pakovanja odnosno bez otvaranja pakovanja pri čemu nastaje vidno oštećenje. Jedinična cena se ne mora posebno isticati ako je jednaka prodajnoj ceni. Ministar bliže propisuje vrstu robe za koju se ističe jedinična cena i način isticanja. | PU | Imajući u vidu da Direktiva ostavlja mogućnost u članu 5. da se ne navodi jedinična cena za robu za koju to nije korisno, podzakonskim aktom će biti definisano za koju robu je potrebno navesti jediničnu cenu. | |
| 3.2. | Member States may decide not to apply paragraph 1 to: | 35.16 | Odredbe ovog člana ne primenjuju se na prodaju putem javnog nadmetanja. | PU | | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|-------|--|-------|---|----|---|----|
| | - products supplied in the course of the provision of a service, - sales by auction and sales of works of art and antiques. | | | | | |
| 3.3. | For products sold in bulk, only the unit price must be indicated. | 35.6 | Prodajna cena se za robu koja nije upakovana nego se meri u prisustvu potrošača obračunava po kilogramu, litru, metru, kvadratnom metru, kubnom metru ili drugoj jedinici mere koja se uobičajeno koristi za određenu robu. | PU | 2.c. i 3.3. Direktive je jedan stav Nacrta zakona o trgovini. | |
| 3.4. | Any advertisement which mentions the selling price of products referred to in Article 1 shall also indicate the unit price subject to Article 5. | 35.12 | Trgovac je dužan da ukoliko oglašava prodajnu cenu robe, navede i jediničnu cenu robe. | PU | | |
| 4.1. | The selling price and the unit price must be unambiguous, easily identifiable and clearly legible. Member States may provide that the maximum number of prices to be indicated be limited. | 35.1 | Trgovac je dužan da na jasan, nesumnjiv, lako uočljiv i čitljiv način istakne prodajnu cenu na robi, odnosno ambalaži, neposredno pored robe, ili u slučaju daljinske trgovine pored prikaza ili opisa slike. | PU | | |
| 4.2.1 | The unit price shall refer to a quantity declared in accordance with national and Community provisions. | | | | | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|-------|--|-------|---|----|--|----|
| 4.2.2 | Where national or Community provisions require the indication of the net weight and the net drained weight for certain pre-packed products, it shall be sufficient to indicate the unit price of the net drained weight. | | | | | |
| 5.1. | Member States may waive the obligation to indicate the unit price of products for which such indication would not be useful because of the products' nature or purpose or would be liable to create confusion. | 35.10 | Ministar bliže propisuje vrstu robe za koju se ističe jedinična cena i način isticanja. | | U pitanju je diskreciono pravo koje direktiva ostavlja državama članicama. | |
| 5.2. | With a view to implementing paragraph 1, Member States may, in the case of non-food products, establish a list of the products or product categories to which the obligation to indicate the unit price shall remain applicable. | 35.10 | Ministar bliže propisuje vrstu robe za koju se ističe jedinična cena i način isticanja. | | U pitanju je diskreciono pravo koje direktiva ostavlja državama članicama. | |
| 6. | If the obligation to indicate the unit price were to constitute an excessive burden for certain small retail businesses because of the number of products on sale, | | | NU | U pitanju je diskreciono pravo koje direktiva ostavlja državama članicama. | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|----|--|-------|---|----|----------------------------|----|
| | the sales area, the nature of the place of sale, specific conditions of sale where the product is not directly accessible for the consumer or certain forms of business, such as certain types of itinerant trade, Member States may, for a transitional period following the date referred to in Article 11 (1), provide that the obligation to indicate the unit price of products other than those sold in bulk, which are sold in the said businesses, shall not apply, subject to Article 12. | | | | | |
| 7. | Member States shall provide appropriate measures to inform all persons concerned of the national law transposing this Directive. | | | NP | Prelazne i završne odredbe | |
| 8. | Member States shall lay down penalties for infringements of national provisions adopted in application of this Directive, and shall take all necessary measures to ensure that these are enforced. These penalties must be effective, proportionate and dissuasive. | 69.5. | Novčanom kaznom od 50.000,00 do 100.000,00 dinara kazniće se za prekršaj pravno lice ako: 3) ne istakne cenu u skladu sa članom 35. ovog zakona; | PU | | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|-----|---|----|-----|----|----------------------------|----|
| 9. | <p>1. The transition period of nine years referred to in Article 1 of Directive 95/58/EC of the European Parliament and of the Council of 29 November 1995 amending Directive 79/581/EEC on consumer protection in the indication of the prices of foodstuffs and Directive 88/314/EEC on consumer protection in the indication of the prices of non-food products (8) shall be extended until the date referred to in Article 11(1) of this Directive.</p> <p>2. Directives 79/581/EEC and 88/314/EEC shall be repealed with effect from the date referred to in Article 11 (1) of this Directive.</p> | | | NP | Prelazne i završne odredbe | |
| 10. | <p>This Directive shall not prevent Member States from adopting or maintaining provisions which are more favourable as regards consumer information and comparison of prices, without prejudice to their obligations under the Treaty.</p> | | | NP | Prelazne i završne odredbe | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|-----|---|----|-----|----|----------------------------|----|
| 11. | <p>1. Member States shall bring into force the laws, regulations and administrative provisions necessary to comply with this Directive not later than 18 March 2000. They shall forthwith inform the Commission thereof. The provisions adopted shall be applicable as of that date.</p> <p>When Member States adopt these measures, they shall contain a reference to this Directive or shall be accompanied by such reference at the time of their official publication. The methods of making such reference shall be laid down by Member States.</p> <p>2. Member States shall communicate to the Commission the text of the provisions of national law which they adopt in the field governed by this Directive.</p> <p>3. Member States shall communicate the provisions governing the penalties provided for in Article 8, and any later amendments thereto.</p> | | | NP | Prelazne i završne odredbe | |
| 12. | The Commission shall, not later | | | NP | Prelazne i završne | |

| a) | a1) | b) | b1) | v) | g) | d) |
|-----|--|----|-----|----|----------------------------|----|
| | <p>than three years after the date referred to in Article 11(1), submit to the European Parliament and the Council a comprehensive report on the application of this Directive, in particular on the application of Article 6, accompanied by a proposal.</p> <p>The European Parliament and the Council shall, on this basis, re-examine the provisions of Article 6 and shall act, in accordance with the Treaty, within three years of the presentation by the Commission of the proposal referred to in the first paragraph.</p> | | | | odredbe | |
| 13. | This Directive shall enter into force on the day of its publication in the Official Journal of the European Communities. | | | NP | Prelazne i završne odredbe | |
| 14. | This Directive is addressed to the Member States | | | NP | Prelazne i završne odredbe | |