

TRGOVINA

1,67

STANJE

Trenutno važeći Zakon o trgovini („Službeni glasnik Republike Srbije, br. 52/2019), koji zauzima centralno mesto među propisima koji uređuju promet robe i usluga, primenjuje se od 30. jula 2019. godine. Istog dana je stupio na snagu i Zakon o izmenama i dopunama Zakona o elektronskoj trgovini („Službeni glasnik Republike Srbije“, br. 52/2019).

Novine uvedene citiranim zakonima prvenstveno su bile usmerene na dodatno regulisanje ugovora u elektronskom obliku, elektronske trgovine i internet prodaje koja je široko zastupljena u prometu, a do tada nedovoljno regulisana - što je za posledicu imalo brojne zloupotrebe. U tom cilju su definisani novi pojmovi - poput elektronske platforme i elektronske prodavnice. Prepoznati su i definisani i sve prisutniji oblici elektronske trgovine, poput „webshop-a“ i „drop-shipping-a“.

Ključne novine Zakona o trgovini koje su usmerene na unapređenje pravne sigurnosti i celokupnog ekonomskog ekosistema ogledaju se u sledećem:

1. Bolja definicija prodajnih podsticaja

Glavni oblici trgovine po sniženim cenama su konačno definisani, praćeni posebnim pravilima za svaku od njih. Ti oblici su: sezonsko sniženje, akcijska prodaja i rasprodaja.

2. Uvođenje definicija vrsta trgovine na daljinu

Po prvi put su definisani pojmovi elektronske platforme i elektronske prodavnice, a izvršena je i podela daljinske trgovine na elektronsku trgovinu i ostalu daljinsku trgovinu. Dodatno su definisani pojedini oblici elektronske trgovine - webshop, elektronska platforma i drop-shipping.

3. Zahtevi za obeležavanje

Zakon o trgovini nametnuo je obavezu trgovca na daljinu da podatke o obaveznom označavanju učini dostupnim neposredno i trajno.

4. Ukidanje obaveze objavljivanja maloprodajnog formata

Zakon o trgovini ukinuo je obavezu isticanja do tada važećeg trgovinskog formata, tako da trgovci sada mogu slobodno odlučiti da li će isticati trgovinski format.

5. Prikrivena kupovina kao nova dozvola u nadzornom postupku

Tržišni inspektor je ovlašćen da vrši prikrivenu kupovinu robe/ usluga, u skladu sa propisima koji se odnose na postupak nadzora, u cilju efikasnijeg otkrivanja nelegalne trgovine.

Izmenama i dopunama Zakona o elektronskoj trgovini unapređena su već usvojena rešenja u osnovnom zakonu, preciziraju se i redefinišu pojmovi i stvara bolji pravni okvir za elektronsku trgovinu čime se nastavlja proces harmonizacije u skladu sa evropskim zakonodavstvom, odnosno Direktivom o elektronskoj trgovini (Directive 2000/31/EZ).

POBOLJŠANJA

Pozitivni koraci su načinjeni usvajanjem citiranih zakona.

Pre stupanja na snagu Zakona o trgovini, prodajni podsticaji su bili uopšteno definisani, što je u praksi izazivalo određene nejasnoće. Korišćeni su različiti termini koji ne obaveštavaju potrošače na pravi način. To je često navodilo potrošače da donesu odluke koju inače ne bi doneli. Postojala je potreba da se navedu osnovni oblici sniženja i za svaku od njih definišu jasna pravila.

Zakon o trgovini uveo je pojam elektronske prodavnice i elektronske platforme, koji do tada nisu prepoznati u domaćem zakonodavstvu. To je značajno sa aspekta zaštite potrošačkih prava - jer kupcu treba da bude jasno od koga kupuje robu, sa kim stupa u ugovorni odnos, i kome da se obrati u slučaju reklamacije proizvoda.

Pravi se jasna razlika između toga ko je prodavac robe - webshop, a ko samo spona između potrošača i trgovca, odnosno platforma kao „posrednik“. To ne isključuje mogućnost da trgovac koji poseduje platformu istovremeno bude i prodavac robe.

Važna zakonska novina je i omogućavanje isticanja cena proizvoda i u stranim valutama. To dodatno olakšava domaćim trgovcima da svoju ponudu otvore i na inostrana tržišta, prvenstveno na tržište zemalja u regionu, ali i na druga razvijena tržišta.

U 2021. godini prvi put su kontrolisani trgovci koji organizuju i oglašavaju prodajne podsticaje u elektronskoj trgovini. U 120 inspekcijskih nadzora, utvrđeni su prekršaji i podneto je 40 zahteva za pokretanje prekršajnog postupka.

Među onima koji se bave prevarama, najviše je onih koji robu prodaju preko društvenih mreža, i to Fejsbuka i Instagrama, a Nacionalna organizacija potrošača Srbije (NOPS) na osnovu prijava potrošača objavila je crnu listu trgovaca na ovim mrežama.

Pored zakonskih instrumenata, za jačanje poverenja potrošača ključni su edukacija i podizanje svesti javnosti o pametnoj i bezbednoj onlajn kupovini. Sa tim u vezi, resorno Ministarstvo sprovodi medijske kampanje namenjene edukaciji potrošača, paralelno sa uvođenjem i primenom novih zakonskih rešenja.

PREOSTALI PROBLEMI

Poslednjih nekoliko godina došlo je do znatnog porasta prometa u elektronskoj trgovini. Na rast prometa svakako je uticao i porast broja trgovaca koji se bave internet trgovinom. Sa druge strane, česte su i zloupotrebe povezane sa ovakvim vidom trgovine (uključujući, između ostalog, prodaju koju vrše subjekti koji nemaju svojstvo trgovca (pravni subjektivitet, istaknutu firmu i sl), i koji, shodno tome, ne pružaju kupcima garancije iz domena regulative o bezbednosti proizvoda, zaštite potrošača, oglašavanja i sl).

Zakon o trgovini postavio je temelje i umnogome unapredio zakonska rešenja po pitanju prometa robe i usluga, ali i dalje postoji prostor za dodatno unapređenje i popunjavanje praznina.

U toku je rad na nacrtu novog Zakona o trgovini, i verujemo

da je ovo pravi trenutak da se pojedina rešenja unaprede na korist celokupne srpske privrede.

Pre svega, ono što upada u oči je postojanje pravne praznine usled odsustva definicije trgovca – tj. subjekta koji obavlja aktivnosti trgovine i na koje se ovaj zakon primarno odnosi.

Takođe, uočava se potreba da se uvede definicija povezanih trgovaca – pre svega u kontekstu onemogućavanja izbegavanja odgovornosti za radnje nepoštene tržišne utakmice u situaciji kada ove radnje vrši povezano društvo trgovca koje je aktivno na tržištu na kome nije aktivan njegov konkurent (protiv koga su usmerene radnje nepoštene tržišne utakmice).

U cilju suzbijanja sive ekonomije, neophodno je da robu koja je stavljena u promet, prevozi se ili se koristi za pružanje usluge, u momentu vršenja inspeksijskog nadzora prate propisane isprave koje su u neposrednoj vezi sa njenom proizvodnjom, nabavkom, prodajom i prevozom.

Uočena je potreba da se dozvoljeni rok trajanja akcijske prodaje produži na dva meseca – verujemo da bi ovakav iskorak koristio kako potrošačima tako i trgovcima.

Naročito je važno, takođe, uskladiti relevantne odredbe Zakona o trgovini (pre svega član 34) sa Zakonom o bezbednosti hrane i podzakonskim aktima.

Konačno, potrebno je dalje unapređivanje i pojednostavljenje uvoznih procedura.

PREPORUKE SAVETA

- Otklanjanje pravnih praznina u regulatornom okviru, uključujući, bez ograničenja, usvajanje gorepomenutih predloga (definisanje trgovca, povezanih trgovaca, produžiti trajanje akcijske prodaje).
- Uskladiti član 34 Zakona o trgovini sa Zakonom o bezbednosti hrane i podzakonskim aktima.
- Posvetiti naročitu pažnju podzakonskim aktima.
- Kontinuirano usklađivanje sa propisima i standardima EU.
- Pojednostavljenje uvoznih procedura.