

TRGOVINA

1,25

PREGLED REALIZACIJE PREPORUKA BK

Preporuke:	Prvobitno date u BK:	Značajan napredak	Određeni napredak	Bez napretka
Otklanjanje pravnih praznina u regulatornom okviru, uključujući, bez ograničenja, uvođenjem gore predloženih izmena i dopuna (definisanje trgovca, srodnih trgovaca, produženje trajanja promotivne prodaje, definisanje minimalnog vremenskog perioda između dve promotivne prodaje);	2023			√
Uskladiti član 34. Zakona o trgovini sa Zakonom o bezbednosti hrane i podzakonskim aktima;	2023			√
Dalji angažman Ministarstva na jačanju svesti potrošača i edukaciji potrošača;	2024		√	
Pojednostavljenje procedura uvoza;	2023			√

STANJE

Zakon o trgovini ("Službeni glasnik RS", br. 52/2019); "Zakon o trgovini"), koji zauzima centralno mesto među propisima kojima se uređuje trgovina robom i uslugama, na snazi je od 30. jula 2019. godine. Istog dana stupile su na snagu Izmene i dopune Zakona o elektronskoj trgovini ("Službeni glasnik RS", br. 52/2019).

Iako su novine koje su uvedene navedenim zakonima doprinele povećanju pravne sigurnosti i celokupnog privrednog ekosistema u Republici Srbiji, još uvek ima prostora za napredak, zbog čega je ključno da Skupština Srbije usvoji novi Zakon o trgovini što je pre moguće. Usvajanjem novog Zakona o trgovini relevantni pravni okvir mogao bi se dodatno uskladiti sa propisima i standardima EU. S obzirom na to da se ova oblast konstantno razvija i prilagođava ukupnom napretku tehnologija i trgovine, važno je da regulatorni okvir Srbije ide u korak sa aktuelnim trendovima, naročito imajući u vidu činjenicu da Zakon o trgovini nije menjan od njegovog usvajanja (2019.).

Vlada Republike Srbije je krajem avgusta usvojila Uredbu o posebnim uslovima za obavljanje trgovine za određenu vrstu robe ("Sl. glasnik RS", br. 76/2025 i 78/2025) sa primenom od 1. septembra 2025. godine i važenjem u periodu od šest meseci od dana početka primene. Cilj Uredbe je ograničenje trgovačke marže na najviše 20 odsto za 23 kategorije proizvoda. Doneta Uredba je otvorila niz nedoumica za postupanje u praksi, imajući u vidu nepostojanje javnih konsultacija dok je Uredba bila u fazi nacrti i izrazito kratko vreme za primenu Uredbe. Konkretne efekte donete Uredbe ćemo komentarisati u sledećem izdanju Bele knjige.

POBOLJŠANJA

Pozitivni koraci su preduzeti usvajanjem citiranih zakona, uključujući, posebno:

- Bolja definicija prodajnih podsticaja (definisanjem jasnih pravila koja se primenjuju za svaku vrstu prodajnih podsticaja);
- uvođenje definicija vrsta trgovine na daljinu;
- dodatne obaveze u vezi sa zahtevima za označavanje (tj. direktna i trajna dostupnost obaveznih podataka o označavanju);
- ukidanje obaveze objavljivanja maloprodajnog formata (trgovci su slobodni da biraju da li će objaviti maloprodajni format ili ne);
- uvođenje prikrivene kupovine kao dodatnog sredstva za borbu protiv ilegalne trgovine;
- uvođenje koncepta elektronske prodavnice i elektronske platforme (što je posebno značajno sa stanovišta zaštite prava potrošača - jer kupcu treba da bude jasno od koga kupuje robu, sa kim ulazi u ugovorni odnos i kome treba da se obrati u slučaju prigovora);
- uvođenje mogućnosti prikazivanja cena proizvoda i u stranim valutama (što je posebno važno s obzirom na to da domaćim trgovcima olakšava otvaranje ponude na stranim tržištima – ne samo na regionalnim tržištima, već i na drugim razvijenim tržištima);

U 2024. godini nastavljena je kontrola trgovaca koji organizuju i oglašavaju podsticaje za prodaju u elektronskoj trgovini.

Među onima koji se bave prevarama, većina su oni koji prodaju robu putem društvenih mreža, posebno Fejsbuka, TikToka i Instagrama. Nacionalna organizacija potrošača Srbije (NOPS) objavljuje crnu listu trgovaca na ovim mrežama na osnovu izveštaja potrošača, iako, nažalost, ne radi to ažurno (poslednji ovakav izveštaj datira iz 2023. godine).

U digitalnom dobu, obrazovanje i podizanje svesti javnosti o pametnoj i sigurnoj online kupovini ključni su za jačanje svesti potrošača. S tim u vezi, nadležno Ministarstvo sprovodi medijske kampanje usmerene na edukaciju potrošača, uz uvođenje i implementaciju novih zakonskih rešenja.

Bez obzira na napredak postignut usvajanjem Zakona o trgovini (kao i izmena i dopuna Zakona o elektronskoj trgovini), dalje unapređenje regulatornog okvira je od suštinske važnosti kako bi se postigao zadovoljavajući nivo pravne sigurnosti.

PREOSTALI PROBLEMI

U poslednjih nekoliko godina došlo je do značajnog povećanja prometa e-trgovine. Na rast je svakako uticalo povećanje broja trgovaca koji se bave online trgovinom, ali takođe i dostupnost sve većeg broja proizvoda na online prodajnim platformama. S druge strane, česte su i zloupotrebe povezane sa ovom vrstom trgovine (uključujući prodaju koju obavljaju subjekti koji nemaju status trgovca (pravni subjektivitet, istaknuta kompanija, itd.), i koji, shodno tome, ne pružaju kupcima garancije u domenu propisa o sigurnosti proizvoda, zaštiti potrošača, oglašavanje, itd.)

Dok je Zakon o trgovini postavio temelje i znatno unapredio zakonska rešenja u vezi sa prometom roba i usluga, još uvek ima prostora za dodatna poboljšanja i popunjavanje ključnih preostalih praznina.

Već neko vreme u toku je rad na nacrtu novog Zakona o trgovini i smatramo da je danas, više nego ikada, pravi tre-

nutak da se određena rešenja poboljšaju i usvoji novi zakon na dobrobit celokupne srpske privrede.

Postoji ozbiljna pravna praznina zbog odsustva definicije trgovca – tj. subjekta koji obavlja trgovinske aktivnosti i na koji se ovaj zakon prvenstveno odnosi.

Takođe, postoji jasna potreba da se uvede definicija povezanih trgovaca – pre svega u kontekstu propisivanja pravnog osnova za utvrđivanje odgovornosti za nelojalnu tržišnu konkurenciju kada ove radnje sprovodi povezano društvo trgovca koji je aktivan na tržištu na kojem njegov konkurent (protiv koga su usmerene akcije nelojalne tržišne konkurencije) nije aktivan.

Da bi se suzbila siva ekonomija, neophodno je da roba koja se stavlja na tržište, transportuje ili koristi za pružanje usluga, u vreme inspekcije, bude praćena propisanim dokumentima koji su direktno vezani za njihovu proizvodnju, nabavku, prodaju i transport.

Postoji potreba da se produži dozvoljeno trajanje promotivne prodaje na dva meseca, što verujemo da bi bilo od koristi i potrošačima i trgovcima. Pored toga, takođe bi trebalo definisati minimalni vremenski period između dve promotivne prodaje, jer u tom smislu postoji praznina u Zakonu o trgovini.

Takođe je posebno važno da se relevantne odredbe Zakona o trgovini (pre svega član 34) usklade sa Zakonom o bezbednosti hrane i pripadajućim podzakonskim aktima.

Dodatno, neophodno je još više raditi na edukaciji potrošača intenziviranjem aktivnosti usmerenih na javno zagovaranje i promociju prava potrošača zagarantovanih Zakonom o trgovini i pratećim zakonima (kao što je Zakon o zaštiti potrošača) – smatramo da je od suštinske važnosti da se Ministarstvo i njegove agencije još više uključe u medijske kampanje, tematske radionice i slične aktivnosti (kao što je redovno objavljivanje biltena ili sličnih izdanja koja pokrivaju teme vezane za trgovinu i potrošače) u cilju jačanja svesti potrošača i edukacije potrošača.

Konačno, uvozne procedure bi trebalo pojednostaviti kako bi se povećala konkurencija među trgovcima, na korist potrošača.

PREPORUKE SAVETA

- Hitno usvajanje novog Zakona o trgovini;
- Otklanjanje pravnih praznina u regulatornom okviru, uključujući, bez ograničenja, uvođenjem gore predloženih izmena i dopuna (definisane trgovca, srodnih trgovaca, produženje trajanja promotivne prodaje, definisanje minimalnog vremenskog perioda između dve promotivne prodaje);
- Usklađivanje člana 34. Zakona o trgovini sa Zakonom o bezbednosti hrane i podzakonskim aktima;
- Dalji angažman Ministarstva na jačanju svesti potrošača i edukaciji potrošača;
- Pojednostavljenje procedura uvoza.