

ОБРАЗЛОЖЕЊЕ

I. УСТАВНИ ОСНОВ ЗА ДОНОШЕЊЕ ЗАКОНА

Уставни основ за доношење Закона о трговини је у члану 97. тачка 6. Устава Републике Србије („Службени гласник РС”, број 89/06), којим се утврђује да Република Србија, уређује и обезбеђује, између осталог, јединствено тржиште, правни положај привредних субјеката и систем обављања појединих привредних и других делатности.

II. РАЗЛОЗИ ЗА ДОНОШЕЊЕ ЗАКОНА

Основни разлози за доношење Закона о трговини су превазиђеност до сада важећих законских решења у материји трговине, њених ограничења, подстицаја, инспекцијског надзора и непоштене утакмице, која не одговарају потребама савремене тржишне привреде, а нарочито непрецизност одредби Закона о трговини СРЈ из 1993. године и Закона о условима за обављање промета робе, вршење услуга у промету робе и инспекцијском надзору РС из 1996. године, што битно штети правној сигурности трговинских привредних субјеката. Поред тога, јавља се потреба уређивања нових врста и начина трговине, заступљених, као што је даљинска трговина, трговина на прагу, аукцијска и берзанска трговина, а које код нас нису уређене, као и потреба изградње развијене структуре трговине и трговинске мреже на читавом подручју Републике Србије. Коначно, овим законом се обезбеђује усклађивање правила о условима за обављање трговине и заштити од непоштене тржишне утакмице са правилима Европске уније.

Основни циљ овог закона је да обезбеди стабилно и снабдевано тржиште, уз што мање мешање државе у трговину, како би се обезбедила што ефикаснија тржишна привреда. Ограничење трговине које је нужно за успостављање и одржање стабилности и снабдевености тржишта, одређује се изузетно и само под прописаним условима и мора бити укинута чим се утврди да је престао разлог због којег је предузета мера ограничења или ако се одређеном мером не може остварити циљ ради чијег остварења је мера одређена.

У систему прописа који уређују промет робе и услуга, Закон о трговини ће имати централно место, јер уређује целокупан промет (набавку и продају) и понашање учесника у том промету, односно промет робе и услуга на општи начин. Остали закони уређују поједина питања трговине (заштита конкуренције, заштита потрошача, стандарди, квалитет робе, безбедност робе и сл.) или поједине врсте трговине (нпр. берзанску, електронску, спољну, слободне и царинске зоне и сл.), као и трговину у појединим делатностима (нпр. нафтна индустрија, индустрија дувана, трговина шећером, житарицама, лековима и сл.).

Овим законом се уводи савремена номенклатура и класификација болика и начина трговине, нови институти (трговински формат, посебне тржишне институције и сл.) као и правни оквир за унапређење трговине, нарочито ради

успостављања и очувања повољне структуре трговинских објеката и развој трговинског предузетништва, а све у циљу тржишне утакмице и равноправности трговаца. Такође, новина је што се уређује ефикаснији систем заштите привредних субјеката од аката самовоље управе у ограничењима и надзору трговине, чиме се доприноси правној сигурности у пословању. У овом погледу, спроведена је реформа инспекцијског надзора који врши тржишна инспекција, у правцу изградње савременог и ефикасног система контроле поштовања прописаних услова у промету робе и услуга, који истовремено обезбеђује правну сигурност субјеката у том промету.

Закон о трговини, у концепцијском смислу и у погледу основних законских решења, представља нормативну конкретизацију Стратегије развоја трговине Републике Србије (Службени гласник РС бр. 15/2009).

III. ОБЈАШЊЕЊЕ ОСНОВНИХ ПРАВНИХ ИНСТИТУТА И ПОЈЕДИНАЧНИХ РЕШЕЊА

Прва глава - Опште одредбе

Чл. 1 и 2. дефинишу се предмет закона и значење кључних израза који се користе за потребе овог закона.

Друга глава – Трговина

Члан 3. одређује дефиницију трговине у смислу овог закона, и то као промет робе, односно услуга (робе/услуга), у циљу остваривања добити, као и другог друштвено-економског ефекта. На овај начин се свеобухватно уређују општи услови обављања промета робе и услуга, односно сви комерцијални послови и друге пословне активности на унутрашњем тржишту Републике Србије.

Чл. 4 до 10. су прописана начела трговине, и то:

- начело слободне трговине;
- начело равноправности и забране дискриминације;
- начело јединственог тржишта;
- начело поштења;
- начело стабилности и снадбевености;
- начело сразмерности;
- начело сарадње.

У **чл. 11.** се одређује својство трговца у смислу овог закона. Наиме, само лица која имају својство трговца, могу да обављају трговину, а овом одредбом су одређене следеће категорије тих лица:

- правна лица и предузетници;

- пољопривредници, регистровани у складу са прописима којима се уређује пољопривреда, у погледу пољопривредних производа који су предмет регистрације;
- лица која врше промет улова, односно сакупљених шумских плодова, у складу са посебним прописима о лову, риболову и шумарству;
- лица која у складу са посебним прописима пружају услуге уз новчану накнаду (тзв. слободне професије);
- остала физичка лица, у погледу продаје сопствених половних ствари, рукотворина, уметничких и занатских производа домаће радиности, осим пољопривредних и прехрамбених производа.

Трећа глава – Подела трговине

У чл. 12. до 14. уређена је основна класификација трговине, као трговине на велико и трговине на мало. Према овим одредбама, трговина на велико (велепродаја, велетрговина) је скуп свих пословних активности у вези са продајом робе/услуга онима који купују ради даље продаје или коришћења у пословне сврхе. Према томе, трговина на велико обухвата све облике промета робе/услуга у циљу даљег промета или обављања пословне активности (прерада, дорада, даља продаја и сл.). Под трговином на велико се, у смислу ове дефиниције, подразумева и свака набавка робе/услуге од стране правних лица, без обзира на њихову основну, претежну или регистровану делатност, имајући у виду да су све набавке, односно куповине робе/услуга које врше правна лица (привредна друштва, удружења, установе, државни органи и организације са својством правног лица) у склопу и у функцији њихове делатности. Трговина на мало (малопродаја) је продаја робе/услуга потрошачима (финалним купцима) ради задовољавања личних потреба или потреба домаћинства. Критеријум разграничења трговине на велико и на мало је према наведеним дефиницијама, својство купца и мотив куповине, а класификација је значајна са аспекта услова који су прописани у даљем тексту закона, и то претежно у делу трговине на мало. Под потрошачима у овом закону подразумевају се, уствари, финални потрошачи, а не производни потрошачи. Исто тако, прави се у основи знак једнакости између потрошача и финалних купаца. И у најновијој теорији из области малопродаје и менаџмента односа са потрошачима не прави се оштро разграничење између финалних потрошача и финалних купаца. Главна разлика је у томе што финални купац у малопродаји не мора увек да буде и финални потрошач. Могуће је да финални купац обавља куповину робе и услуга не искључиво за сопствене потребе, већ може да обавља куповину и за потребе свог домаћинства или за било које друго физичко лице.

У чл. 15. до 20. је уређена класификација трговине према месту трговине.

Наиме, трговина се по правилу обавља у продајном објекту са фиксном локацијом. То је посебно случај са трговином на мало која се најчешће обавља у продајним објектима, док се трговина на велико најчешће обавља у директној купопродајном односу између правних лица. Под продајним објектом се, у смислу дефиниције из чл. 3. подразумева простор који чини јединствену физичку, функционалну и техничко-технолошку целину, који има намену или могућност обављања трговине, трајног или привременог грађевинског карактера, затвореног или отвореног типа (продајни плац, бокс или сл.).

Поред тога, одредба чл. 15. садржи нови институт **трговинског формата**. Трговински формат је организационо-технички облик обављања трговине, који има специфичну стратегију продаје према купцима и конкурентима. Облици трговине се могу на различите начине позиционирати на тржишту и бити препознатљиви од стране купаца и конкурената по специфичним елементима понуде и инструментима маркетинга. Тако, на пример, мале продавнице из суседства имају ужи асортиман продаје, нешто више цене и повољну локацију близу места становања односно то је мала продавница "на ћошку" у којој се може да купе основне робе свакодневне куповине. Са друге стране хипермаркети у својој понуди могу да имају и по неколико десетина хиљада артикала, по правилу нешто ниже цене, али заузимају велике површине и захтевају посебне локације углавном на ободима градова, што значи да су погодне за велике недељне или месечне куповине. Трговински центри представљају скуп трговинских и других комерцијалних објеката као што су угоститељски и туристички објекти, банке, различите услужне агенције и забавни садржаји којима се централизовано управља. Различити продајни формати имају и различите ефекте на снабдевеност становништва, изглед и заштиту природног окружења, ниво цена, конкуренцију и односе између учесника на тржишту и на целину тржишног функционисања, па је потребно са посебном пажњом регулисати пословање појединих формата како не би дошло до несавршених тржишних структура и већих поремећаја.

Класификацијом трговинских формата треба да буду обухваћени како традиционални облици, у дужем периоду присутни на домаћем тржишту, као што су супермаркети, дисконти или робне куће, тако и релативно нови облици, нпр. хипермаркет, дисконтни објекат, *cash and carry* центар, трговински центар (*shopping mall*) и сл. Имајући у виду динамику развоја ових облика у савременој трговини, предметна класификација треба да буде уређена подзаконским актом, на који начин би се створили услови за јединствену номенклатуру у прописима којима се ближе уређују услови за промет робе/услуга, како из области трговине, тако и у појединим секторским прописима. Поред тога, увођење класификације трговинских формата ће створити услове за напреднију статистичко-аналитичку обраду токова промета на тржишту, као и праћење кретања у структури тржишта у целини, што има изузетан значај са аспекта креирања економске политике.

Трговина може да се обавља и ван продајног објекта. То је посебно случај са трговином на велико која се практично и обавља у директној комуникацији између продавца и купца у набавци и продаји на велико. Пошто је то претежна пракса у трговини на велико и пошто се наведена проблематика више третира из угла дужничко-поверилачких односа, овај закон не прописује посебне услове у том погледу. С друге стране, у трговини на мало, прописана су три облика, и то:

1) *даљинска трговина на мало* – продаја робе/услуга коју трговац врши понудом путем средстава комуникација, потрошачу који је физички удаљен, односно без његовог непосредног присуства (електронска трговина, каталошка продаја, као и ТВ продаја, трговина путем поште, штампаних пошиљки, рекламних материјала са наруџбеницом, телефона, текстуалних или мултимедијалних порука у мобилној телефонији и аутомата). Даљинска трговина захтева посебну регулацију, с обзиром да је реч о трговини у којој купац није у прилици да "лицем у лице" преговара са трговцем и не може да сагледа понуду у реалном простору и времену.

2) *трговина личним нуђењем* - трговина на мало коју обавља трговац тако што нуди робу или услугу путем непосредне понуде потрошачу који није тражио да му се учини понуда, а који је лично присутан на месту понуде, ван продајног објекта. Посебно је прописан начин обављања трговине личним нуђењем, као и услови за овај облик трговине преко пуномоћника.

3) *остала трговина на мало ван продајног објекта* - која се обавља у преносивим објектима типа киоска, тезге, штанда или на другим релативно фиксним средствима или опреми, као и са покретних средстава или опреме (амбулантна трговина). Основна разлика између трговине личним нуђењем и остале трговине на мало ван продајног објекта је у односу трговца према купцу, који је у првом случају активан, односно подразумева обраћање лично купцу са одређеном понудом, а у другом пасиван, путем излагања понуде. Поред тога, значајно је уочити да је на овај начин уређено и питање својства киоска, трафика и других привремених објеката, који су у предњем смислу сврстани у трговину ван продајног објекта, имајући у виду да је реч о преносивим објектима или средствима, који нису фиксирани и не граде се или монтирају на одређеном месту. С друге стране, боксови, настрешнице или сл. монтажни објекти спадају у продајне објекте, с обзиром да се изграђују (монтирају) и да су фиксирани за одређену локацију. Предње је од значаја са аспекта прописивања техничких услова за обављање трговине, односно могућности прописивања посебних услова (временски период, одређени део јавног простора и сл.) за осталу трговину ван продајног објекта од стране локалне самоуправе.

У чл. 21. до 28. уређене су **посебне тржишне институције**. Посебне тржишне институције су посебни (специјализовани) и уређени облици тржишта који организују сусрет продаваца и купаца робе/услуга, у циљу њене продаје или промоције. Као такве у великој мери опредељују функционисање тржишта и трговине. Са њиховим обухватом у Закону комплетира се третман укупне трговине и трговинске мреже на тржишту. Ради се о институцијама, као што су:

1) *робна берза* - посебна тржишна институција која организује сусрет купаца и продаваца стандардизоване и заменљиве (fungibilne) робе; уређује се посебним законом;

2) *сајам*, остале привредне изложбе и традиционалне манифестације: *Сајам* је тржишна институција која се бави организовањем сајамских привредних изложби, као и пружањем пратећих услуга, а нарочито изнајмљивања, пројектовања и припремања изложбених места у сајамском простору, складиштења робе или издавање складишног простора, организовања или обављања превоза робе за излагаче, утовара, истовара и паковања робе, маркетиншких, угоститељских и других услуга у вези са организовањем приредбе. Под сајамском изложбом се подразумева изложба робе ограниченог трајања и одређене периодике, на одређеном простору посебне намене (сајамски простор, сајмиште), на којем излагачи представљају своју понуду и упознају заинтересоване купце са робом, односно услугама из своје понуде. *Остале привредне изложбе* су изложбе робе/услуга, привременог или повремениог карактера, ван сајамског простора. *Традиционалне манифестације* су вашари, фестивали и друге манифестације на којима се у склопу културних, музичких, спортских и других друштвених активности, продаје одређена роба, а

у складу са обичајима везаним за одвијање тих активности и за то подручје (нпр. „Дани вина“, „Роштиљијаде“, „Косидбе“ и сл.).

3) пијаца и велетржница; *пијаца* је посебна тржишна институција која се бави организовањем трговине на мало, путем уређивања, одржавања и издавања специјализованог простора за обављање пијачне продаје робе, као и пратећих услуга. Под пијачном продајом се подразумева продаја робе нарочито на тезгама, боксовима или посебним продајним објектима, и то свежих пољопривредних и прехрамбених производа, производа домаће радиности и занатских производа, друге робе широке потрошње, као и пружање пратећих услуга. Значајна новина која је садржана у овој одредби закона је услов да трговину на пијацама могу да обављају искључиво лица која имају својство трговца у смислу закона. Конкретно, на зеленим пијацама, као претежном облику пијаце на домаћем тржишту, то подразумева услов да продавци буду носиоци или чланови регистрованог пољопривредног газдинства, у складу са прописима о пољопривреди. Поред тога, прописани су и други услови које морају бити испуњени за пијаце.

Велетржница је посебна тржишна институција која се бави организовањем трговине на велико, путем уређивања, одржавања и издавања специјализованог простора за излагање и продају воћа, поврћа и других пољопривредних и прехрамбених производа, остале робе широке потрошње, као и пружање пратећих услуга, а нарочито складиштење робе, њена дорада, прерада, паковање и друге услуге у вези са руковањем и превозом.

4) аукцијска кућа и јавно надметање; *Аукцијске куће* су посебне тржишне институције, регистроване као привредна друштва, које организују промет нестандардизоване робе, за туђ рачун и путем јавног надметања. Продају и куповину путем јавног надметања могу да организују и трговци за свој рачун без додатне регистрације. Регулацију се услови када је позив јаван и које радње су забрањене, а министар трговине прописује ближе услове за организацију и правила трговине јавним надметањем.

Трговина јавним надметањем је продаја робе купцу који продавцу, поводом његовог јавног позива, истакне повољнију понуду у односу на остале учеснике у надметању. Овде се први пут у нашем законодавству на општи начин уређују услови трговине јавним надметањем. Министар ближе уређује посебне услове трговине прописане за посебне тржишне институције.

Чл. 29. садржи одредбу којом се уређују специјализоване услуге у промету робе, и то:

1) услуге у непосредној функцији промета робе, а нарочито отпремање, допремање, испорука, складиштење, мерчендајзинг, сортирање и сл. (функционалне услуге); Овде цитиран појам мерчендајзинга (*engl. merchandising*) је у тесној вези са применом самоуслуживања у малопродаји, настанком великих продајних објеката, наглим проширењем броја производа у асортиману (велики хипермаркети имају и по неколико десетина хиљада артикала у понуди) и другим савременим трендовима у малопродаји;

2) услуге подршке и посредовања у промету робе, а нарочито агенцијске, посредничке, комисионе, услуге берзанског посредовања, контрола квалитета и квантитета робе, осигурање робе, оглашавање, маркетиншко истраживање и сл. (услуге подршке и посредовања). Овде су сврстане традиционалне агенцијске и сл. услуге посредовања у промету робе.

Наведена класификација је у вези са уједначавањем номенклатуре специјализованих услуга у промету, које се уређују овим и посебним прописима.

Четврта глава – Услови за обављање трговине

У чл. 30. до 40. прописани су општи услови за трговину, и то услови у погледу:

- 1) лица која обављају трговину, односно лица која има својство трговца у смислу овог закона (чл. 30);
- 2) услова прописаних посебним прописима (чл. 30);
- 3) минималних техничких услова, у погледу простора, опреме и уређаја, спољашњих одлика простора, начина продаје робе/услуга, начина, опреме и уређаја за складиштење робе, као и врсте робе/ услуга, према њеним својствима, односно одликама (чл. 31)
- 4) минималних услова за запослене (чл. 32);
- 5) места трговине (чл. 33);
- 6) својства робе (чл. 34);
- 7) исправа које прате робу у промету (чл. 35);
- 8) цене по којој се роба/услуга нуди купцу, односно услова за образовање цена (чл. 36);
- 9) евиденције промета (чл. 37);
- 10) трговине пољопривредним производима и домаћим животињама (чл. 38);
- 11) употребе државних обележја (чл. 39);
- 12) истицања ознаке посебног својства (чл. 40).

Услови из чл. 31, 32, 37 и 38. се ближе прописују подзаконским актом који доноси министар, односно министар уз мишљење или сагласност ресорног министра, док се о испуњености услова из чл. 39. и 40. претходно одлучује појединачним актом који доноси министар, односно надлежна организација за развој трговине.

У чл. 41. до 45. прописани су услови који се односе на трговину на мало, и то:

- 1) означавање робе *декларацијом* која садржи податке о називу и врсти робе, произвођачу, земљи порекла, датуму производње и року употребе, саставу, количини, квалитету (класи), упозорење на евентуалну опасност или штетност, као и друге податке у складу са посебним прописима (чл. 40); истом одредбом су уређени и начин истицања, као и изузеци;
- 2) истицање цене, коју је трговац дужан да на јасан, несумњив, лако уочљив и читљив начин истакне у валути платног промета. Истичу се истовремено *продајна цена*, као укупна, коначна цена по јединици робе, укључујући порезе, и *јединична цена* је продајна цена обрачуната по јединици мере, као што је килограм, литар, метар, квадратни метар, кубни метар или друга јединица мере која се уобичајено користи у промету одређене робе/услуге (чл. 41);
- 3) истицање пословног имена трговца (чл. 42);
- 4) истицање радног времена (чл. 43);

5) услови и начин нуђења робе/услуга са нарочитим продајним подстицајем (акција, попуст, распродаја, промоција и сл.).

Услови за трговину на мало имају директну везу са заштитом потрошача, па је у наведеним одредбама спроведена транспозиција релевантних одредби Директиве 98/6/ЕЗ о заштити потрошача код истицања цена производа који се нуде потрошачима и Директиве 2005/29/ЕЗ о непоштеним комерцијалним (трговачким) праксама. Међутим, питања декларације (означавање робе), истицања цене и продајних подстицаја, имају и снажан утицај на конкуренте, односно структуру и кретања на тржишту, па су стога предмет овог закона, иако ће одређена, посебна питања бити детаљније уређена законом који уређује заштиту потрошача.

У чл. 46. је прописан посебан услов за трговинске формате чији укупни продајни и складишни простор износи преко 2000 м² бруто површине. Наиме, ови тзв. велики формати, морају да испуне услове утврђене **студијом утицаја на структуру тржишта**, и то у погледу позитивне оцене тог утицаја, према критеријумима и на начин прописан овом одредбом. Студија утицаја са позитивним мишљењем представља саставни део обавезне документације која се прилаже уз захтев надлежном органу ради издавања грађевинске дозволе у складу са прописима који уређују изградњу, а ако се трговински формат организује у већ изграђеном објекту, услов за његов почетак рада. Студија утицаја представља посебан планско-аналитички инструмент којим се обезбеђује уравнотежена и адекватна структура великих трговинских формата (хипермаркети, тржни центри и сл.) према територијалним, популационим и тржишним условима на домаћем тржишту. Истовремено, овим путем се обезбеђује спречавање настајања логистичких и комуникационих „уских грла“ на одређеном подручју, док на другим подручјима или деловима тржишта недостају одређени трговински облици. Најважније у свему томе је да се на овај начин спрече потенцијални договори трговинских субјеката да на одређеним тржишним подручјима остварују монополске позиције. Другим речима, намера је да се путем овог инструментаријума, а без претераног администрирања пошто је прописана једноставна и временски ограничена процедура, обезбеди што разгранатија структура трговинских субјеката и трговинских формата на одређеном тржишном подручју, а све у циљу стварања услова за што интензивнију конкуренцију и заштиту потрошача.

Пета глава – Заштита тржишта

У чл. 47. прописани су начин и услови одређивања привремених мера заштите тржишта, које може да одреди Влада ради обезбеђивања редовног снабдевања потрошача, у одређеним ситуацијама. Ове мере се одређују сразмерно циљу и очекиваним резултатима, најдуже на годину дана или на дужи период који је условљен обавезама преузетим међународним уговором.

Шеста глава – Унапређење трговине

У чл. 48. до 50. уређено је оснивање, послови и начин рада *Центра за развој трговине*, као специјализоване организације за развојне и стручне послове из ове области. Наиме, дефинисање мера економске политике, у функцији развоја тржишта и интензивирања економске активности, је могуће квалитетно обављати једино ако се располаже одговарајућим, поузданим и

веродостојним подацима о стању трговине и трговинске мреже на простору Републике Србије, као и стручне анализе ових података са аспекта потреба утврђивања и дефинисања јавног интереса и израде предлога и модела за ефикасније управљање и планирање развоја трговине. Оснивањем и радом Центра се установљава стручно-аналитички капацитет који обезбеђује дефинисање и примену одговарајућих аналитичких и планских инструмената, као и континуирану стручну подршку у дефинисању мера и политике Владе, односно других послова који су у вези са праћењем структуре и кретања на тржишту, а које извршавају државни органи и други имаоци јавних овлашћења. Центар се оснива у складу са прописима који уређују јавне агенције, а као законом поверену надлежност, установљава и води евиденцију трговинске мреже ради изградње јединственог географског информационог система трговине Србије (ГИСТ), даје мишљење на студију утицаја и даје одобрење на елаборат ознаке посебног својства.

Поред тога, предвиђен је и посебан статистичко-аналитички инструмент (упитник из чл. 38.) којим се обезбеђују подаци о трговини и трговинској мрежи, ради формирања интегрисаног система за праћење прилика из ове области, који се води у Центру, као специјализована база података, одређене законом прописане намене.

Седма глава – Непоштена тржишна утакмица

У чл. 51. прописана је забрана *нелојалне конкуренције*, односно непоштене тржишне утакмице у ужем смислу, као радње трговца усмерене против другог трговца, односно конкурента, којом се крше кодекси пословног морала и добри пословни обичаји, и којом се наноси или може нанети штета другом трговцу (конкуренту), као и карактеристичне ситуације у којима се она јавља. Код нелојалне конкуренције прописана је приватно-правна заштита.

У чл. 52. је прописана забрана *недозвољене спекулације*, као радње трговца којима је циљ, односно последица значајан поремећај на тржишту, односно спречавање или отежавање спровођења привремених мера заштите тржишта, а нарочито прикривањем одређене робе, ограничавањем или обустављањем њене продаје, закључивањем привидних уговора о промету одређене робе којима се битно мења понуда или тражња и ниво цена на тржишту.

Чл. 53. садржи забрану *пирамидалне трговине*, као посебног облика трговине у којем се купцима омогућава куповина робе или услуге искључиво од лица укључених у ланац или мрежу препродаје робе или услуга (чланови мреже), која је посебно условљена на начин прописан овом одредбом.

Осма глава – Надзор

У чл. 54. до 58. прописани су надзор над спровођењем закона и прописа донетих на основу овог закона, тржишна инспекција, односно услови, овлашћења и дужности тржишног инспектора.

У чл. 59. до 67. уређене су мере које изриче тржишна инспекција у склопу својих овлашћења, услови и начин одређивања мера, као и измена и престанак изречене мере, и то:

- 1) отклањања утврђене неправилности;
- 2) забране промета одређене робе, односно вршења одређене услуге;

- 3) привременог затварања продајног објекта;
- 4) привремене забране обављања одређене трговине;
- 5) одузимања робе.

Мере су наведене према редоследу приоритета у изрицању, односно према тежини у односу на субјекта којем се изричу. На тај начин је обезбеђен максималан ниво заштите права и интереса трговаца и спречавање злоупотребе овлашћења у поступку инспекцијског надзора, усмеравањем мера према отклањању утврђених недостатака, уклањању робе која не испуњава прописане услове из промета, као и према продајном објекту у којем су утврђени тежи облици повреде прописаних услова. Најтежа мера, одузимања робе, изриче се у само два случаја, када се затекне у обављању трговине лице које нема својство трговца у смислу овог закона („дивља трговина“) или лице које обавља трговину ван продајног објекта, супротно мери привремене забране обављања трговине ван продајног објекта, односно у ситуацијама када није могуће меру везати за лице (трговца) или продајни објекат. Одузета роба, као и она која има исто својство (очигледно напуштена, нарочито случај код акција контроле „уличне трговине“), се продаје, уништава или поклања у добротворне сврхе, на начин прописан одредбама чл. 65. и 66.

Изречена мера може бити измењена или укинута ако се утврди да су измењени, односно отклоњени разлози за доношење решења, и пре истека рока на који је изречена, а по захтеву и према доказима које предложи лице против којег је изречена, осим ако је у питању одузимање робе.

У чл. 68. до 73. се посебно уређују одређена питања управно-процесног карактера, и то покретања поступка инспекцијског надзора, садржаја и облика записника, дигитализације списка предмета, рока за доношење решења и правног лека против решења тржишног инспектора.

Чл. 74. посебно уређује основ и обим накнаде штете, као и услове вансудског поравнања, у ситуацијама када је поништено решење о одређивању мере коју је изрекла тржишна инспекција.

Девета глава – Казнене одредбе

У чл. 75. до 77. прописани су прекршаји због повреде одредби овог закона.

Десета глава – Прелазне и завршне одредбе

У чл. 78. је предвиђено да до почетка рада Центра за развој трговине, послове Центра обавља министарство надлежно за послове трговине.

У чл. 79. је прописано да престају да важе Закон о трговини („Службени лист СРЈ“ бр. 32/93, 50/93, 41/94, 29/96 и 37/2002 – др. закон и „Службени гласник РС“ бр. 101/2005 – др. закон и 85/2005 – др. закон), Закон о условима за обављање промета робе, вршење услуга у промету робе и инспекцијском надзору („Службени гласник РС“ бр. 39/96, 20/97, 46/98, 34/2001 – др. закона, 80/2002 – др. закон и 101/2005 – др. закон) и Закон о ценама („Службени гласник РС“ бр. 79/2005). На тај начин, овим законом је спроведена

кодификација прописа који уређују трговину, односно смањење броја прописа и њихова модернизација, у складу са начелима регулаторне реформе.

У чл. 80. је прописано ступање на снагу закона, и његова одложена примена, са почетком од 1. јануара 2011. године, чиме се омогућава доношење подзаконских аката и усклађивање трговаца и обављања трговине условима прописаним овим законом.

IV. ФИНАНСИЈСКА СРЕДСТВА ПОТРЕБНА ЗА СПРОВОЂЕЊЕ ОВОГ ЗАКОНА

За спровођење овог закона није потребно издвојити посебна средства из буџета Републике Србије.