

UVOD

Trgovina je značajna za privredni i društveni razvoj svake zemlje jer čini tržišnu strukturu ukupne privrede. Trgovina se javlja, pre svega, kao aktivan činilac u širenju tržišta i povećanja njegove apsorpcione moći, bez obzira da li se radi o robama domaće proizvodnje ili robama iz uvoza. Pored toga, trgovina značajno doprinosi ubrzanju privrednog rasta, ravnomernijem regionalnom razvoju privrede, usmerava savremene tokove urbanizacije i poboljšava životni standard stanovništva. Trgovina doprinosi širenju tržišta na međunarodne tržišne tokove i podstiče uključivanje u svetske ekonomske i privredne tokove, pa po tom osnovu značajno doprinosi podizanju nivoa tehničko tehnološkog progressa.

Na osnovu pomenutih funkcija jasno je da je prelazak na tržišno poslovanje kod nas izazvao radikalne promene i otvorio potpuno nove procese u trgovini. Značaj i obim promena najlakše se može uočiti kroz promenu strukture i broja trgovinskih preduzeća i objekata. Duži niz godina broj preduzeća čija je osnovna delatnost trgovina kretao se oko 3.360, a sa junom 1990. godine, periodični obračun u oblasti trgovine SDK predalo je 7.716 pravnih lica. Promene su još uočljivije ako se posmatra broj samostalnih trgovinskih radnji koji je sa stanjem 30. 4. 1990. godine iznosio 28.730. Kako je ovaj oblik organizovanja karakterističan za privatni sektor, on upravo pokazuje na promenu vlasničke strukture tržišnih subjekata i ulazak privatnog sektora preko ekspanzije sitnih detaljista. Broj prodavnica koje se nalaze u prvatnom vlasništvu čine 30,9% ukupnog broja svih prodavnica u trgovini. Takođe je osnovano preko 200 mešovitih preduzeća sa stranim kapitalom.

Privredna i društvena reforma dovela je do promena u strukturi tržišnih subjekata, a samim tim i do promene načina poslovanja u trgovini. Obim promena zahtevao je da se institucionalne osnove preko kojih se reguliše delovanje tržišta, konkurencije i trgovine, takođe, preispitaju i modernizuju. U tom cilju modernizovani su propisi koji regulišu oblast trgovine.

Kod sagledavanja oblasti tržišta, konkurencije i trgovine u cilju njihovog zakonskog regulisanja, pošlo se od najznačajnijih promena, koje je doneo program privredne reforme, a što je uticalo na promene u trgovini. To su: liberalizacija propisa i osnivanje velikog broja malih i srednjih trgovačkih preduzeća i otvaranje malih prodavnica; uslovna konvertibilnost dinara i po tom osnovu otvaranje domaćeg tržišta prema inostranstvu; pojava novih oblika vlasništva, mešovitog i privatnog. Propisi i instrumenti institucionalnog regulisanja odnosa na zajedničkom evropskom tržištu zahtevaju da se naši propisi u trgovini zasnivaju na tim osnovama.

Pravilno organizovanje i funkcionisanje tržišta zahteva da se kroz pravne norme utvrde pravila ponašanja subjekata na tržištu. Takođe treba da se uspostave pravnoorganizacioni oblici - institucije koje uređuju konkurentne odnose među subjektima na tržištu, odnosno institucije za ostvarivanje zaštite od svih oblika narušavanja konkurencije. Institucionalna osnova za regulisanje oblasti trgovine podrazumeva utvrđivanje jednakih uslova poslovanja za sve učesnike koji se pojavljuju na tržištu i utvrđivanje pravila ponašanja za obavljanje trgovačkih poslova.

2 U razvijenim tržišnim privredama država ima ulogu aktivnog činioca u regulisanju tržišnih tokova. Uloga države je da institucionalno utiče da se na tržištu obezbede uslovi za ravnopravnu konkurenciju i da podstiče stabilnost i rast privrede.

U regulisanju oblasti trgovine u Zakonu o trgovini pošlo se od stvarnog stanja i nivoa razvijenosti našeg tržišta, sa ciljem da se približimo razvijenim tržišnim privredama. Tako se za razliku od dosadašnje prakse, pojam trgovina definiše kao proces, a ne trgovina kao delatnost.

Prema definiciji po kojoj je trgovina proces razmene robe i usluga, utvrđuje se da je subjekt u tom procesu svako ko obavlja trgovinu. Za takvo određenje nije od značaja činjenica da li je u pitanju pravno ili fizičko lice koje taj posao obavlja kao trgovac po zanimanju, u okviru svoje pretežne delatnosti, ili su nosioci te aktivnosti subjekti koji nisu trgovci. Za sve ove subjekte podjednako važe pravila ponašanja u obavljanju trgovine. Trgovina na veliko definiše se kao kupovina robe radi dalje prodaje ili prerade, a trgovina na malo kao prodaja krajnjim potrošačima. I trgovina na veliko i trgovina na malo obavljaju se u objektima ili drugom mestu koje ispunjava uslove propisane zakonom i drugim propisima.

U Zakonu u trgovini po prvi put propisano je pravo i obaveza države da se brine o zaštiti potrošača.

Definisanje oblika narušavanja konkurencije i zaštite od povreda konkurencije, takode je značajno za regulisanje trgovine. Narušavanje konkurencije vrši se radnjama monopolističkog delovanja, nelojalne utakmice, špekulacije i ograničavanjem tržišta. Zajednička je karakteristika ovih oblika da oni imaju za cilj ili za posledicu ograničavanje ili sprečavanje tržišne konkurencije. Treba istaći da je monopolističko delovanje usmereno na narušavanje, odnosno ograničavanje konkurencije uopšte, dok su drugi oblici usmereni na narušavanje tržišne konkurencije prema određenim konkurentima ili, u novije doba, prema potrošačima kao tržišnim subjektima.