На основу члана 14. став 4. Закона о трговини („Службени гласник РС”, број 52/19),

Министар трговине, туризма и телекомуникација доноси

**ПРАВИЛНИК**

**о класификацији трговинских формата, врсти преносивих продајних објеката и облицима трговине са покретних средстава и опреме**

"Службени гласник РС", број 39 од 21. априла 2021.

Члан 1.

Овим правилником ближе се уређујe класификација трговинских формата, уређује се врста преносивих продајних објеката и облици трговине са покретних средстава и опреме.

Члан 2.

Поједини појмови употребљени у овом правилнику имају следеће значење:

1) *нето продајни простор* је простор у ком се обавља продаја, односно у ком се врши продаја робе и услуга потрошачима, односно купцима и који не обухвата складишни и други пратећи простор;

2) *широк асортиман* је заступљеност већег броја робних група;

3) *узак асортиман* је заступљеност једне или мањег броја комплементарних робних група;

4) *дубок асортиман* је заступљеност великог броја артикала у оквиру исте робне групе производа (нпр. стилова, величина, боја и сл.);

5) *плитак асортиман* је заступљеност малог броја артикала у оквиру исте робне групе производа (нпр. стилова, величина, боја и сл.);

6) *фреквентни производи* су производи који се често купују и који имају висок коефицијент обрта (нпр. основнe животне намирнице, штампа, средства личне и хигијене домаћинства, и сл.).

Члан 3.

Трговина на мало у продајном објекту обавља се у објектима различитих формата.

Трговински формати се класификују као:

1) неспецијализовани трговински формати:

(1) трговина на мало претежно прехрамбеног асортимана;

– хипермаркет;

– супермаркет;

– суперета;

– мини маркет;

– дисконтна продавница;

– класична продавница са претежно прехрамбеним асортиманом;

(2) трговина на мало претежно непрехрамбеног асортимана:

– робна кућа;

2) специјализоване продавнице;

3) посебни трговински формати:

(1) трговински центар;

(2) кеш-енд-кери.

Члан 4.

Хипермаркет је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор већи од 2.000 m²;

2) продаја прехрамбених и непрехрамбених производа;

3) велики асортиман (најмање 20.000 артикала), претежно прехрамбених производа;

4) самоуслуживање као систем продаје;

5) адекватан паркинг простор за потрошаче.

Члан 5.

Супермаркет је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор од 400 m² до 2.000 m²;

2) продаја претежно прехрамбених производа;

3) широк и дубок асортиман прехрамбених производа;

4) узак асортиман непрехрамбених производа;

5) број артикала у асортиману је по правилу већи од 3.000;

6) самоуслуживање као систем продаје;

7) адекватан паркинг простор за потрошаче.

Члан 6.

Суперета је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор од 200 m² до 400 m²;

2) продаја доминантно прехрамбених производа;

3) присуство основних животних намирница;

4) узак асортиман фреквентних непрехрамбених производа;

5) самоуслуживање као систем продаје.

Члан 7.

Мини маркет је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор мањи од 200 m²;

2) продаја доминантно прехрамбених производа;

3) широк, али плитак асортиман;

4) узак асортиман фреквентних непрехрамбених производа;

5) самоуслуживање као систем продаје.

Члан 8.

Дисконтна продавница (дисконт) је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор је мањи од 1.500 m²;

2) ограничен асортиман (од 700 до 1.500 артикала);

3) продаја прехрамбених и непрехрамбених производа;

4) широк, али плитак асортиман, уз нижи ниво услуге у односу на стандардни;

5) велико учешће приватних робних марки;

6) самоуслуживање као систем продаје;

7) ниже цене од просечних тржишних цена исте врсте производа (цене су по правилу 20–30% ниже).

Члан 9.

Класична продавница је трговински формат у ком се обавља трговина на мало са претежно прехрамбеним асортиманом, чије су битне одлике:

1) нето продајни простор до 100 m²;

2) продаја прехрамбених и фреквентних непрехрамбених производа;

3) директно услуживање потрошача као систем продаје.

Члан 10.

Аутлет (*Outlet*) је трговински формат у ком се обавља трговина на мало непрехрамбених производа робних марки, по ценама нижим од просечних тржишних цена истих врста производа (по правилу, вансезонска роба, мали број артикала истог производа и сл.).

Члан 11.

Робна кућа је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор од 9.000 m² до 18.000 m²;

2) продајни простор издељен на више спратова или продајних одељења;

3) широк и дубок асортиман претежно непрехрамбених производа (изнад 20.000 артикала);

4) доминирају одећа, обућа, галантерија, производи за опремање куће, накит, козметика, играчке, спортска опрема и сл.;

5) могу у свом саставу имати супермаркет;

6) самоизбор као систем продаје.

Члан 12.

Специјализована продавница је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор по правилу до 1.000 m²;

2) једна или више комплетираних робних група.

Типични облици трговинског формата из става 1. овог члана су нарочито:

1) специјализоване продавнице хране, пића и дувана, као што су:

(1) продавнице воћа и поврћа;

(2) месаре;

(3) рибарнице;

(4) пекаре;

(5) продавнице пића;

(6) продавнице млечних производа;

(7) остале специјализоване прехрамбене продавнице;

2) бензинске станице;

3) специјализована трговина на мало непрехрамбеним производима:

(1) продавнице производа информационо-комуникационе технологије:

– продавнице за продају рачунара (рачунара, периферних јединица и софтвера);

– продавнице за продају телекомуникационе опреме;

– продавница за продају аудио и видео опреме;

(2) продавнице за продају опреме за домаћинство:

– продавнице за продају кућног текстила;

– продавнице за продају металне робе, боја и стакла;

– продавнице за продају тепиха, зидних и подних облога;

– продавнице за продају електричних апарата за домаћинство;

– продавнице за продају намештаја, опремa за осветљење и осталих предмета за домаћинство;

(3) продавнице за продају производа за културу и рекреацију:

– књижаре;

– продавнице за продају канцеларијског материјала;

– продавнице за продају музичких и видео записа;

– продавнице за продају спортске опреме;

– продавнице за продају играчки и игрица;

(4) продавнице одеће, одевне галантерије и крзна;

(5) продавнице обуће и предмета од коже;

(6) продавнице козметичких и тоалетних производа (нпр. парфимерије);

(7) цвећаре (продаја цвећа, садница, семења, ђубрива);

(8) продавнице за кућне љубимце;

(9) продавнице накита и сатова;

(10) остале специјализоване непрехрамбене продавнице;

4) продавнице половне робе.

Члан 13.

Трговински центар је трговински формат у ком се обавља трговина на мало и чије су битне одлике:

1) јединствена просторна целина коју чини скуп различитих малопродајних формата;

2) велики број специјализованих продавница, али и других формата (хипермаркет, робна кућа);

3) планирање, развој, својинска структура и управљање су централизовани;

4) пратећи садржаји у пружању бројних нетрговинских услуга;

5) пратећи забавни садржаји (нпр. играонице, биоскопи и сл.);

6) адекватан паркинг простор за потрошаче.

Члан 14.

Кеш-енд-кери (*Cash and Carry*) је трговински формат у ком се обавља трговина на велико и чије су битне одлике:

1) нето продајни простор по правилу већи од 2.000 m²;

2) самоуслуживање као систем продаје;

3) широк асортиман (по правилу изнад 20.000 артикала), уз велико учешће производа са трговинском марком;

4) продаја прехрамбених и непрехрамбених производа;

5) професионални купци су главна циљна група;

6) плаћање робе у продајном објекту (на каси);

7) преузимање робе у продајном објекту;

8) купци сами одвозе робу до циљног одредишта, по правилу сопственим превозом.

У кеш-енд-кери трговинском формату може се обављати и трговина на мало, као пратећа активност, под условима прописаним законом.

Члан 15.

Трговина на мало у преносивим продајним објектима обавља се у киоску, аутоматима, тезгама и сличним објектима који нису фиксирани.

Члан 16.

Киоск је објекат у ком се продаје ограничен асортиман производа кроз одговарајући отвор без уласка потрошача у објекат.

Члан 17.

Аутомати су самоуслужне машине за продају фреквентних производа. Потрошач врши одабир робе путем одговарајућих тастера и обавља плаћање убацивањем новца, платних картица, жетона и слично у посебна места на аутомату. Након извршеног плаћања, преузима робу кроз за то предвиђен отвор.

Члан 18.

Тезга је мањи објекат отвореног или затвореног типа у ком је изложена роба која се продаје.

Члан 19.

Трговина са покретних средстава и опреме је трговина која се реализује са посебно уређеног и опремљеног возила за продају робе, пловног објекта, опреме која није везана за одређену локацију и сличних средстава и опреме.

Члан 20.

Ступањем на снагу овог правилника престаје да важи Правилник о класификацији трговинских форматa („Службени гласник РС”, број 47/11).

Члан 21.

Овај правилник ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у „Службеном гласнику Републике Србије”.

Број 110-00-00018/2021-04

У Београду, 19. априла 2021. године

Министар,

**Татјана Матић,** с.р.