



NOVE OBAVEZE ZA TRGOVCE U SRBIJI: KLJUČNE IZMENE U ZAŠTITI POTROŠAČA 2026. GODINE

Ključne izmene u oblasti zaštite potrošača koje utiču na svakodnevno poslovanje kompanija i preporučeni koraci za usklađivanje

Beograd | 08.07.2026.

Tokom 2026. godine, u Srbiji su usvojeni novi Zakon o zaštiti potrošača, kao i izmene Zakona o trgovini. Navedeni propisi uvode značajne nove obaveze za privredna društva koja posluju sa fizičkim licima kao potrošačima.

Najvažnije izmene, odnosno odredbe Zakona o zaštiti potrošača, počinju sa **primenom od 2. avgusta 2026. godine**, dok su izmene Zakona o trgovini (posebno u vezi sa sniženjima) već na snazi.

U nastavku smo izdvojili ključne novine i preporučene korake za usklađivanje.

1. Obaveza isticanja i ažuriranja cenovnika

Uvedena je obaveza trgovaca da na svojoj internet stranici, za svaki pojedinačni prodajni objekat, objave cenovnik u digitalnom obliku.

Pored toga, trgovci će biti dužni da:

- cenovnike redovno ažuriraju kako bi u svakom trenutku bili usklađeni sa važećim cenama, kao i da
- otvore nalog na Nacionalnom portalu otvorenih podataka i svaku promenu cene bez odlaganja evidentiraju i na tom mestu.

Ove obaveze se još uvek ne primenjuju u punom obimu, jer podzakonski akti nisu doneti. Ipak, kompanije bi već sada trebalo da započnu pripreme.

2. Organizacija promotivnih prodaja

Izmenama Zakona preciznije su uređena pravila za isticanje cena tokom sniženja.

Trgovac je i dalje dužan da prilikom prodaje robe po sniženoj ceni jasno istakne i sniženu i prethodnu cenu, ali je sada precizno određeno šta se smatra prethodnom cenom.

Prethodnom cenom smatra se najniža cena po kojoj je roba bila u prodaji u periodu od 30 dana pre početka sniženja.

Ukoliko se cena u okviru istog sniženja **postepeno i bez prekida dodatno umanjuje**, prethodna cena ostaje najniža cena koja je važila tokom 30 dana pre početka inicijalnog sniženja.

Osim toga, novim Zakonom predviđeno je da promotivna prodaja ne može trajati duže od 60 dana.

3. Reklamacije potrošača

Pored isticanja informacija o načinu i mestu podnošenja reklamacija na vidnom mestu u poslovnim prostorima, trgovci koji prodaju robu ili usluge online sada imaju obavezu da ove informacije jasno i lako dostupno objave i na svojoj internet stranici.

Nepravilno organizovan postupak reklamacija jedan je od najčešćih razloga za inspekcijski nadzor, što znači da je ovo oblast koju trgovci treba da usklade među prvima.

4. Vansudsko rešavanje sporova

Novi Zakon o zaštiti potrošača dodatno jača sistem vansudskog rešavanja potrošačkih sporova.

Precizirano je da su i trgovci u online prodaji dužni da potrošače unapred obaveste o mogućnosti korišćenja ovog mehanizma.

U slučaju pokretanja postupka vansudskog rešavanja sporova, trgovci imaju i obavezu da u njemu učestvuju.

5. Personalizovane cene

Ukoliko je cena proizvoda ili usluge prilagođena konkretnom potrošaču na osnovu automatizovane obrade podataka, trgovac je sada dužan da o tome jasno obavesti potrošača pre prodaje.

6. Deklaracija u online prodaji

Podaci iz deklaracije moraju biti dostupni potrošaču pre kupovine na jasan i lako dostupan način (na internet stranici, prilikom samog procesa kupovine).

7. Evidencija prometa kod daljinske (online) trgovine

Izmenama Zakona o trgovini propisano je da, ukoliko se iz prodajnog objekta vrši isporuka robe prodate putem daljinske trgovine, evidencija prometa može da se vodi objedinjeno, na nivou prodajnog mesta.

Na taj način trgovcima je omogućeno jednostavnije vođenje evidencije prometa u slučajevima kada se online porudžbine realizuju iz postojećih maloprodajnih objekata.

8. Komercijalna garancija

Novi Zakon definiše institut Komercijalne garancije, koja predstavlja svaku izjavu volje trgovca kojom se obavezuje da će izvršiti povraćaj plaćene cene, zamenu, ili izvršiti opravku pod uslovima koje je u izjavi odredio.

Trgovca obavezuju sva obećanja u vezi sa komercijalnom garancijom data putem reklama, promotivnih materijala i drugih oblika oglašavanja koji su potrošaču bili dostupni pre ili prilikom zaključenja ugovora. Na taj način trgovac ne može izbeći odgovornost pozivajući se na drugačije ili restriktivnije uslove ukoliko je u okviru svog oglašavanja potrošaču predstavio povoljnija prava ili pogodnosti.

9. Proširen krug oblika poslovne prakse koja se smatra obmanjujućom

Zakon dodatno proširuje pojam obmanjujuće poslovne prakse, zbog čega je potrebno dodatno preispitati pravila oglašavanja i komunikacije sa potrošačima.

Kao obmanjujuća praksa sada se izričito prepoznaje:

- stavljanje robe na tržište Republike Srbije uz tvrdnju da je identična robi koja se prodaje na tržištu EU, iako se razlikuje po sastavu ili drugim bitnim karakteristikama;
- prikazivanje plaćenog oglašavanja ili plaćenog boljeg pozicioniranja proizvoda u rezultatima pretrage bez jasnog obaveštenja potrošaču;
- tvrdnja da su recenzije proizvoda ostavili stvarni kupci ili korisnici, bez sprovođenja odgovarajućih mera za proveru njihove autentičnosti;
- objavljivanje lažnih recenzija i preporuka, angažovanje trećih lica radi njihovog objavljivanja ili na drugi način lažno predstavljanje recenzija u svrhu promocije proizvoda.

10. Posledice

Propuštanje izvršavanja obaveza predviđenih novim zakonskim okvirom, kao i do sada, povlači prekršajnu odgovornost, s tim da su za pojedine prekršaje **povećani iznosi novčanih kazni**.

Povećane novčane kazne predviđene su za niz prekršaja, među kojima su: neisticanje prodajne i jedinične cene; nesačinjavanje cenovnika; neispunjavanje dužnosti informisanja potrošača pre zaključenja ugovora o podacima čije je pružanje obavezno po zakonu; zloupotreba izraza „komercijalna garancija”; neisticanje obaveštenja o načinu rešavanja reklamacija; kao i drugi prekršaji u vezi sa obavezama trgovaca prema potrošačima predviđeni i ranijim zakonom.

Preporučene radnje

Imajući u vidu moguće posledice neusaglašenosti sa zakonskim okvirom, poput inspeksijskih nadzora, prekršajnih kazni ili narušavanja odnosa sa potrošačima, preporuka za svako privredno društvo je da pravovremeno uskladi svoje poslovanje i interne procedure.

U nastavku Vam dostavljamo kratak pregled preporuka za usklađivanje:

1. Izvršiti reviziju dokumentacije koja uređuje reklamacije i odgovornost za nesaobraznost.
2. Uskladiti način organizovanja sniženja i promotivnih prodaja sa novim pravilima (“najniža cena u prethodnih 30 dana”);
3. Uskladiti predugovorna obaveštenja za potrošače (posebno za online prodaju);
4. Uvesti obaveštenja o personalizovanim cenama - ako ih koristite u poslovanju;
5. Revidirati marketinške materijale, posebno u delu gde se daju obećanja u vezi sa robom/uslugama koja se mogu tretirati kao “komercijalna garancija”;
6. Proveriti usklađenost oglašavanja, sa novim pravilima o obmanjujućoj poslovnoj praksi.

Kontakt >



Adrijana Ilić, advokatski pripravnik



Milica Petrović, advokatski pripravnik



Za više korisnih sadržaja, posetite > <https://stankoviclaw.com/baza-znanja/>

Ovaj članak je isključivo informativne prirode, ne odnosi se na pojedinačne situacije i ne predstavlja pravni savet. Ukoliko su Vam potrebne usluge pravnog savetovanja, budite slobodni da nas kontaktirate.