

врсте производа које се примјењују у другим малопродајним објектима.

2. Остали облици продаје

Члан 20.

Киоск

Киоск је продајно мјесто у којем се продаје ограничен асортиман производа кроз одговарајући отвор на киоску без уласка купца у продајни простор. Продаја се обавља на класичан начин директним посредовањем продавца према купцу.

Киоск који по својим карактеристикама омогућава улазак и кретање купаца је продајно мјесто на којем се нуди ограничени асортиман производа с великим коефицијентом обртаја, углавном дневне, али и повремене потрошње. Начин продаје је самопослуживање.

Члан 21.

Продаја путем аутомата

Продаја робе путем аутомата је облик малопродаје различитих производа и услуга који се одвија путем апарата на начин да се убаци у за то предвиђени отвор на апарату новац, жетон или посебна картица.

Асортиман робе која се нуди на овакав начин обухваћа познате марке прехранбених производа.

Члан 22.

Штандови и столови изван тржница

Продаја робе на штандовима и столовима изван тржнице на мало на јавно-прометним површинама и површинама које имају приступ с јавно-прометне површине може се обављати само на мјестима које својим прописом одреди надлежни орган.

Асортиман углавном чине пољопривредно-прехранбени производи и остали производи уз испуњавање услова прописаних посебним прописом који се односи на те производе.

Члан 23.

Покретна продаја

Покретна продаја је продаја без сталног продајног мјеста, која се може реализовати путем посебно уређеног и опремљеног возила за продају робе уз испуњавање законом прописаних услова, путем колица која се превозе од мјеста до мјеста, те путем пловног објекта који је опремљен за продају на мало различитог асортимана прехранбених и непрехрамбених производа.

Члан 24.

Продаја од врата до врата

Продаја од врата до врата је директна продаја робе регистрованог трговца путем посредника, по претходном позиву или пристанку купца најчешће у његовом стану, радном мјесту, те на осталим мјестима изван сталних малопродајних мјеста. Продаја се остварује путем уговора које могу склапати само трговци правна лица.

Асортиман у директној продаји може сачињавати прехранбене и непрехрамбене производе и услуге.

Члан 25.

Продаја на даљину

Продаја на даљину је облик продаје гдје се производи и услуге нуде потенцијалним купцима путем средстава за даљинску комуникацију, а производи се купцу достављају путем поште или на други одговарајући начин.

Облици продаје на даљину су продаја путем каталога, ТВ продаја, продаја путем Интернета и продаја путем телефона.

Члан 26.

Продаја путем каталога

Продаја путем каталога укључује продају трговачке робе користећи каталог као средство за понуду робе и стицање купаца.

Асортиман могу сачињавати прехранбени и непрехрамбени производи.

Члан 27.

ТВ продаја

Телевизијска продаја је продаја при којој се путем телевизије као комуникацијског средства, нуде одређени прехранбени и непрехрамбени производи. Приликом склапања уговора између купаца и продавца нема физичког контакта, већ се продаја обавља позивом купца на одређени телефонски број приказан на ТВ екрану.

Члан 28.

Продаја путем Интернета

Интернет трговина је облик електроничког пословања који се остварује на начин да се различити асортиман производа и услуга нуди и наручује путем Интернета.

Члан 29.

Продаја путем телефона

Продаја путем телефона је продаја на даљину понуђене робе без директног контакта између продавца и купца.

Члан 30.

Остали облици продаје изван продавница

Остали облици продаје изван продавница јесу расхладне шкриње и витрине, изложбено-продајни простор и слично.

Члан 31.

Тржница

Тржница је отворени или затворени, посебно уређени, опремљени и организовани пословно-продајни простор с пратећом инфраструктуром у којем се према унапријед одређеним тржним правилима и уз наплату продајних простора обавља продаја пољопривредно прехранбених производа и друге робе уз испуњавање законом прописаних услова.

III. ПРЕЛАЗНЕ И ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 32.

Овај Правилник ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у "Службеним новинама Федерације БиХ".

Број 01-02-1543/12

3. децембра 2012. године
Мостар

Министар
Милорад Бахиљ, с. р.

Na osnovu člana 7. stav 7. Zakona o unutrašnjoj trgovini ("Službene novine Federacije BiH", broj 40/10), federalni ministar trgovine donosi

PRAVILNIK

O KLASIFIKACIJI PRODAVNICA I DRUGIH OBLIKA TRGOVINE NA MALO

I. OPŠTE ODREDBE

Član 1.

Ovim Pravilnikom propisuju se oblici prodaje za specijalizirane prodavnice prehrambenih i neprehrambenih proizvoda, tvorničke prodavnice prehrambenih i neprehrambenih proizvoda, klasične prodavnice, mini markete, supermarkete, hipermarkete, dragstor, diskontne prodavnice,

benzinske pumpne stanice i prodavnice na benzinskim pumpnim stanicama, nespecijalizirane prodavnice pretežno neprehrambenih proizvoda, robne kuće, kioske, prodaju putem automata, štandove i klupe, pokretnu prodaju, prodaju od vrata do vrata, prodaju na daljinu, prodaju putem kataloga, TV prodaju, prodaju putem Interneta, prodaju putem telefona, trgovačke centre, tržnice i ostale oblike prodaje izvan prodavnica.

Član 2.

Svrha donošenja ovog Pravilnika je izrada klasifikacije prodavnica i drugih oblika trgovine na malo u Federaciji BiH za potrebe statističkog praćenja i izradu baze podataka u trgovini na malo u skladu sa Klasifikacijom djelatnosti BiH 2010, ("Službeni glasnik BiH", broj 47/10), kao i definisanje prodavnica prema određenim zajedničkim osnovnim obilježjima.

Kao kriteriji klasifikacije uzeti su u obzir: mjesto prodaje; asortiman proizvoda u maloprodaji; način prodaje prema potrošačima; površina prodajnog prostora; nivo usluga i cijena; postojanje parkirnog prostora; postojanje mogućnosti pružanja drugih usluga; specifičnosti razvoja trgovine u Federacije BiH, navike potrošača i specifični već prihvaćeni od javnosti (potrošača) nazivi maloprodajnih objekata.

Član 3.

Prodaja proizvoda u prodavnicama i izvan njih obavlja se u skladu sa Zakonom o unutrašnjoj trgovini i posebnim propisima o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih zakonom propisanih uslova za obavljanje prometa određenih proizvoda.

II. DEFINISANJE OSNOVNIH OBILJEŽJA PRODAVNICA I OSTALIH OBLIKA PRODAJE

1. Prodavnice

a) Prodavnice pretežno prehranbenim i neprehrambenim proizvodima

Član 4.

Specijalizirana prodavnica prehranbenim proizvodima

Specijalizirana prodavnica prehranbenim proizvodima je prodavnica koja nudi specijalizirani asortiman hrane, pića i duhanskih proizvoda.

Ovaj tip prodavnice ima širi asortiman proizvoda u okviru iste grupe proizvoda, a način prodaje je najčešće klasična prodaja direktnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Član 5.

Tvornička prodavnica prehranbenim proizvodima

Tvornička prodavnica prehranbenim proizvodima je prodavnica u kojoj se obavlja direktna prodaja vlastitih prehranbenih proizvoda po cijenama nižim od prosječnih tržišnih cijena, a smještene su uz proizvodni pogon.

b) Nespecijalizirane prodavnice pretežno hranom, pićem i duhanskim proizvodima

Član 6.

Klasična prodavnica

Klasična prodavnica je prodavnica u kojoj se nude pretežno prehranbeni proizvodi i neprehrambeni proizvodi svakodnevne potrošnje.

Prodaja se obavlja na klasičan način direktnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Površina prodajnog prostora je po pravilu do 50 m².

Član 7.

Mini market

Mini market je samoposlužna prodavnica čiji pretežni asortiman čine uobičajeni dnevni prehranbeni proizvodi i u manjem opsegu neprehrambeni proizvodi.

Način prodaje je samoposluživanje ili samoposluživanje u kombinaciji s direktnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Površina prodajnog prostora je od 50 do 400 m².

Član 8.

Supermarket

Supermarket je samoposlužna prodavnica čiji pretežni asortiman čine prehranbeni proizvodi ali se nude i neprehrambeni proizvodi.

Način prodaje je najčešće samoposluživanje ili samoposluživanje s direktnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Površina prodajnog prostora je od 400 do 1500 m².

Član 9.

Hipermarket

Hipermarket je samoposlužna prodavnica s parkiralištem koja nudi široki asortiman prehranbenih i neprehrambenih proizvoda.

Prodaja se vrši samoposluživanjem ili samoposluživanjem s direktnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Površina prodajnog prostora je preko 1500 m².

Član 10.

Dragstor

Dragstor je prodavnica u kojoj se vrši trgovina na malo pretežno prehranbenim proizvodima i neprehrambenim proizvodima svakodnevne potrošnje, sa najdužim radnim vremenom (obično od 0-24 sata). Ovakve su prodavnice smještene na mjestima veće koncentracije ljudi tokom cijelog dana (aerodromima, željezničkim i autobusnim stanicama). U posebnim fizički odvojenim prostorijama mogu se pružati ugostiteljske usluge (kafa, brzo pripremanje hrane i sl.), ukoliko ispunjavaju uslove za obavljanje te djelatnosti.

Način prodaje je samoposluživanje ili samoposluživanje s direktnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Član 11.

Diskontna prodaja

Diskontna prodavnica je prodavnica koja nudi ograničen asortiman prehranbenih i neprehrambenih proizvoda po nižim cijenama u odnosu na cijene iste vrste proizvoda koje se primjenjuju u drugim maloprodajnim objektima u toku cijele godine zbog nižih troškova poslovanja i potpunog odustajanja od posredovanja prodavača prema kupcu. Proizvodi se prodaju kao jedinica pakovanja, a ne jedinica proizvoda.

Način prodaje je samoposluživanje.

Član 12.

Benzinska pumpna stanica i prodavnica na benzinskoj pumpnoj stanici

Benzinska pumpna stanica je prodajno mjesto čija je osnovna djelatnost prodaja naftnih derivata, te na posebno odvojenim mjestima prodaja plina u plinskim bocama.

Prodavnica na benzinskoj pumpnoj stanici je prodajni objekt koji se nalazi u prostoru benzinske pumpne stanice u kojem se nudi različiti asortiman proizvoda u originalnom pakovanju. U prodavnici na benzinskoj pumpnoj stanici može se obavljati trgovina na malo i drugim neprehrambenim proizvodima (ulja, maziva, rezervni dijelovi za automobile, cigarete, sredstva za higijenu, sitni odjevni predmeti (čarape i sl.) novine i časopisi, razglednice, suvenirni, nosači slike i zvuka, dopune za mobilne aparate, proizvodi umjetničkih zanata, pribor za pecanje, oprema za kampiranje), kao i bezalkoholnim i alkoholnim pićem u tvorničkom pakovanju, sitnim industrijskim prehranbenim proizvodima u tvorničkom pakovanju, tvorničkom pakovanju sladoleda, pivo pakovano u nepovratnu ambalažu.

c) Prodavnice pretežno neprehrambenim proizvodima**Član 13.**

Specijalizirana prodavnica neprehrambenim proizvodima

Specijalizirana prodavnica neprehrambenim proizvodima je posebno uređen prodajni objekt koji nudi specijalizirani asortiman proizvoda, tj. manji broj robnih grupa proizvoda, a veći broj artikala u okviru iste robne grupe proizvoda (npr. stilova, veličina, boja i sl.).

Način prodaje je najčešće klasična prodaja posredovanjem prodavača prema kupcu.

Član 14.

Tvornička prodavnica neprehrambenim proizvodima

Tvornička prodavnica neprehrambenim proizvodima je prodavnica u kojoj se obavlja vlastita prodaja neprehrambenih proizvoda proizvođača, a smještene su uz proizvodni pogon.

Član 15.

Nespecijalizirana prodavnica pretežno neprehrambenim proizvodima

Nespecijalizirana prodavnica pretežno neprehrambenih proizvoda je posebno uređen prodajni objekt koji nudi asortiman različitih robnih grupa neprehrambenih proizvoda.

Član 16.

Butik

Butik je specijalizirana prodavnica u kojoj se obavlja trgovina na malo modnim novinama, unikatima tekstilne, kožne i krznarske konfekcije, galanterije, trikotaže, pletene robe, pozamanterije i obuće.

Način prodaje je samoizborom i klasičan način usluživanja kupaca.

Član 17.

Robna kuća

Robna kuća je prodajni objekt u kojem se vrši prodaja robe na malo najšireg asortimana robe široke potrošnje. Prodaja je organizovana po odjelima na kojima se nudi asortiman prehrambenih i neprehrambenih proizvoda različitih robnih grupa.

Način prodaje je samoposluživanje i klasičan način prodaje.

Površina prodajnog prostora je najmanje 500 m².

Član 18.

Trgovački centar

Trgovački centar je prodajni objekt planski građen na većem prostoru, sa većim brojem različitih vrsta prodavnica (najmanje pet), u kome se mogu nalaziti i drugi sadržaji (poslovnice banaka, poštanski uredi, ugostiteljski objekti i sl.) s jedinstvenom upravom i organiziranim parkiralištem za lične automobile kupaca.

Član 19.

"Second hand shop"

"Second hand shop" je prodavnica koja nudi rabljene proizvode po povoljnijim cijenama u odnosu na cijene iste vrste proizvoda koje se primjenjuju u drugim maloprodajnim objektima.

2. Ostali oblici prodaje**Član 20.**

Kiosk

Kiosk je prodajno mjesto u kojem se prodaje ograničen asortiman proizvoda kroz odgovarajući otvor na kiosku bez ulaska kupca u prodajni prostor. Prodaja se obavlja na klasičan način direktnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Kiosk koji po svojim karakteristikama omogućava ulazak i kretanje kupaca je prodajno mjesto na kojem se nudi ograničeni asortiman proizvoda s velikim koeficijentom

obrta, uglavnom dnevne, ali i povremene potrošnje. Način prodaje je samoposluživanje.

Član 21.

Prodaja putem automata

Prodaja robe putem automata je oblik maloprodaje različitih proizvoda i usluga koji se odvija putem aparata na način da se ubaci u za to predviđeni otvor na aparatu novac, žeton ili posebna kartica.

Asortiman robe koja se nudi na ovakav način obuhvaća poznate marke prehrambenih proizvoda.

Član 22.

Štandovi i stolovi izvan tržnice

Prodaja robe na štandovima i stolovima izvan tržnice na malo na javno-prometnim površinama i površinama koje imaju pristup s javno-prometne površine može se obavljati samo na mjestima koje svojim propisom odredi nadležni organ.

Asortiman uglavnom čine poljoprivredno-prehrambeni proizvodi i ostali proizvodi uz ispunjavanje uslova propisanih posebnim propisom koji se odnosi na te proizvode.

Član 23.

Pokretna prodaja

Pokretna prodaja je prodaja bez stalnog prodajnog mjesta, koja se može realizovati putem posebno uređenog i opremljenog vozila za prodaju robe uz ispunjavanje zakonom propisanih uslova, putem kolica koja se prevoze od mjesta do mjesta, te putem plovnog objekta koji je opremljen za prodaju na malo različitog asortimana prehrambenih i neprehrambenih proizvoda.

Član 24.

Prodaja od vrata do vrata

Prodaja od vrata do vrata je direktna prodaja robe registrovanog trgovca putem posrednika, po prethodnom pozivu ili pristanku kupca najčešće u njegovom stanu, radnom mjestu, te na ostalim mjestima izvan stalnih maloprodajnih mjesta. Prodaja se ostvaruje putem ugovora koje mogu sklapati samo trgovci pravna lica.

Asortiman u direktnoj prodaji može sačinjavati prehrambene i neprehrambene proizvode i usluge.

Član 25.

Prodaja na daljinu

Prodaja na daljinu je oblik prodaje gdje se proizvodi i usluge nude potencijalnim kupcima putem sredstava za daljinsku komunikaciju, a proizvodi se kupcu dostavljaju putem pošte ili na drugi odgovarajući način.

Oblici prodaje na daljinu su prodaja putem kataloga, TV prodaja, prodaja putem Interneta i prodaja putem telefona.

Član 26.

Prodaja putem kataloga

Prodaja putem kataloga uključuje prodaju trgovačke robe koristeći katalog kao sredstvo za ponudu robe i sticanje kupaca.

Asortiman mogu sačinjavati prehrambeni i neprehrambeni proizvodi.

Član 27.

TV prodaja

Televizijska prodaja je prodaja pri kojoj se putem televizije kao komunikacijskog sredstva, nude određeni prehrambeni i neprehrambeni proizvodi. Prilikom sklapanja ugovora između kupaca i prodavača nema fizičkog kontakta, već se prodaja obavlja pozivom kupca na određeni telefonski broj prikazan na TV ekranu.

Član 28.

Prodaja putem Interneta

Internet trgovina je oblik elektroničkog poslovanja koji se ostvaruje na način da se različiti asortiman proizvoda i usluga nudi i naručuje putem Interneta.

Član 29.

Prodaja putem telefona

Prodaja putem telefona je prodaja na daljinu ponuđene robe bez direktnog kontakta između prodavača i kupca.

Član 30.

Ostali oblici prodaje izvan prodavnica

Ostali oblici prodaje izvan prodavnica jesu rashladne škrinje i vitrine, izložbeno-prodajni prostor i slično.

Član 31.

Tržnica

Tržnica je otvoreni ili zatvoreni, posebno uređeni, opremljeni i organizovani poslovno-prodajni prostor s pratećom infrastrukturom u kojem se prema unaprijed određenim tržišnim pravilima i uz naplatu prodajnih prostora obavlja prodaja poljoprivredno prehrambenih proizvoda i druge robe uz ispunjavanje zakonom propisanih uslova.

III. PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Član 32.

Ovaj Pravilnik stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u "Službenim novinama Federacije BiH".

Broj 01-02-1543/12

3. decembra 2012. godine
Mostar

Ministar

Milorad Bahilj, s. r.

Na osnovu članka 7. stavka 7. Zakona o unutarnjoj trgovini ("Službene novine Federacije BiH", broj 40/10), federalni ministar trgovine donosi

PRAVILNIK

O KLASIFIKACIJI PRODAVAONICA I DRUGIH OBLIKA TRGOVINE NA MALO

I. OPĆE ODREDBE

Članak 1.

Ovim Pravilnikom propisuju se oblici prodaje za specijalizirane prodavaonice prehrambenih i neprehrambenih proizvoda, tvorničke prodavaonice prehrambenih i neprehrambenih proizvoda, klasične prodavaonice, mini markete, supermarkete, hipermarkete, dragstor, diskontne prodavaonice, benzinske crpke i prodavaonice na benzinskim crpkama, nespecijalizirane prodavaonice pretežno neprehrambenih proizvoda, robne kuće, kioske, prodaju putem automata, štandove i klupe, pokretnu prodaju, prodaju od vrata do vrata, prodaju na daljinu, prodaju putem kataloga, TV prodaju, prodaju putem Interneta, prodaju putem telefona, trgovačke centre, tržnice i ostale oblike prodaje izvan prodavaonica.

Članak 2.

Svrha donošenja ovog Pravilnika je izrada klasifikacije prodavaonica i drugih oblika trgovine na malo u Federaciji BiH za potrebe statističkog praćenja i izradu baze podataka u trgovini na malo sukladno Klasifikaciji djelatnosti BiH 2010, ("Službeni glasnik BiH", broj 47/10), kao i definiranje prodavaonica prema određenim zajedničkim osnovnim obilježjima.

Kao kriteriji klasifikacije uzeti su u obzir: mjesto prodaje; asortiman proizvoda u maloprodaji; način prodaje prema potrošačima; površina prodajnog prostora; nivo usluga i cijena;

postojanje parkirnog prostora; postojanje mogućnosti pružanja drugih usluga; specifičnosti razvoja trgovine u Federaciji BiH, navike potrošača i specifični već prihvaćeni od javnosti (potrošača) nazivi maloprodajnih objekata.

Članak 3.

Prodaja proizvoda u prodavaonicama i izvan njih obavlja se sukladno Zakonu o unutarnjoj trgovini i posebnim propisima o ispunjavanju minimalno tehničkih i drugih zakonom propisanih uvjeta za obavljanje prometa određenih proizvoda.

II. DEFINIRANJE OSNOVNIH OBLIJEŽJA PRODAVAONICA I OSTALIH OBLIKA PRODAJE

1. Prodavaonice

a) Prodavaonice pretežno prehrambenim i neprehrambenim proizvodima

Članak 4.

Specijalizirana prodavaonica prehrambenim proizvodima

Specijalizirana prodavaonica prehrambenim proizvodima je prodavaonica koja nudi specijalizirani asortiman hrane, pića i duhanskih proizvoda.

Ovaj tip prodavaonice ima širi asortiman proizvoda u okviru iste grupe proizvoda, a način prodaje je najčešće klasična prodaja izravnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Članak 5.

Tvornička prodavaonica prehrambenim proizvodima

Tvornička prodavaonica prehrambenim proizvodima je prodavaonica u kojoj se obavlja izravna prodaja vlastitih prehrambenih proizvoda po cijenama nižim od prosječnih tržišnih cijena, a smještene su uz proizvodni pogon.

b) Nespecijalizirane prodavaonice pretežno hranom, pićem i duhanskim proizvodima

Članak 6.

Klasična prodavaonica

Klasična prodavaonica je prodavaonica u kojoj se nude pretežno prehrambeni proizvodi i neprehrambeni proizvodi svakodnevnih potrošnje.

Prodaja se obavlja na klasičan način izravnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Površina prodajnog prostora je po pravilu do 50 m².

Članak 7.

Mini market

Mini market je samoposlužna prodavaonica čiji pretežni asortiman čine uobičajeni dnevni prehrambeni proizvodi i u manjem opsegu neprehrambeni proizvodi.

Način prodaje je samoposluživanje ili samoposluživanje u kombinaciji s izravnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Površina prodajnog prostora je od 50 do 400 m².

Članak 8.

Supermarket

Supermarket je samoposlužna prodavaonica čiji pretežni asortiman čine prehrambeni proizvodi ali se nude i neprehrambeni proizvodi.

Način prodaje je najčešće samoposluživanje ili samoposluživanje s izravnim posredovanjem prodavača prema kupcu.

Površina prodajnog prostora je od 400 do 1500 m².

Članak 9.

Hipermarket

Hipermarket je samoposlužna prodavaonica s parkiralištem koja nudi široki asortiman prehrambenih i neprehrambenih proizvoda.

Prodaja se vrši samoposluživanjem ili samoposluživanjem s izravnim posredovanjem prodavača prema kupcu.