

Божидар Трифунов МИТРОВИЋ

Непрекидност права и културе

РЕКЛАМАЦИОНО
ПРАВО

Професор Божидар Трифунов Митровић, доктор правних наука
руководилац Катедре међународног, словенског и еколошког права

Институт вишедисциплинарних научних истраживања непрекидности
права и културе КолоВена/СлоВена од епоха Лепенског Вира и
Винче

НЕПРЕКИДНОСТ ПРАВА И КУЛТУРЕ

Том трећи

РЕКЛАМАЦИОНО

П Р А В О

и рекламације поводом повреда уговора

Превод с руског језика

уџбеник

7534. (2025. година)

67.95

M.67

Божидар Трифунов МИТРОВИЋ

M 67 «РЕКЛАМАЦИОНО ПРАВО и рекламације поводом повреда уговора», трећи том вишетошног издања «НЕПРЕКИДНОСТ ПРАВА И КУЛТУРЕ»:

Превод с другог руског издања из 1997. године с упоредноправним допунама савременог законодавства: издавач ИВНИН, 7534. (2025. година), Београд, укупно стр. 344, трећи том издања «Непрекидност права и културе»

ISBN-978-86-82968-03-0

Прво издање ове књиге објавила је 1991. године издавачка кућа «Јуридикаскаја литература», која је у то време имала највећи тираж књига из области права у свету. Уговором из 1998. године између издавача «Јуридикаскаја литература» и Божидара Митровића било предвиђено да његову књигу «Рекламације у међународној трговини» објаве у 100.000 (сто хиљада) примерака. Али због недостатка папира на тржишту – књига је објављена 1991. године у тиражу од «само» 10.000 примерака. На свим сајмовима у СССР-у књига је изазивала изузетну пажњу јер су корице књиге, на тражење аутора, штампане на белој основи, супротно стандардима у СССР-у за научну литературу. Књига је означила повратак на римско, односно етруско-римско право у СССР-у, где је заказ-нарјад био основ «уговорних односа», није постојао регистар непокретности и било је много других специфичности у праву.

Божидар Митровић је 1996. године на катедри Грађанског права Правног факултета Московског државног универзитета «М. В. Ломоносова» пред дисертационим саветом састављеном од 21 доктора правних наука и у полемици с три опонента одбранио докторски рад «Рекламационо право», што је означило увођење ове нове примењене науке у уговорно односно облигационо право.

Друго издање ове књиге објављено је такође на руском језику 1997. године под називом «Рекламационо право и рекламације поводом повреда уговора» такође у тиражу десет хиљада примерака с препоруком Министарства просвете и науке свим правним факултетима и факултетима за менаџере да користе то издање као уџбенички комплекс.

Тек 2014. године на Међународном независном еколошко-политолошком универзитету МНЕПУ у Москви Правни факултет тог универзитета је увео образовну дисциплину «Рекламационо право» у наставни процес и први професор ове нове дисциплине био је Божидар Митровић, који је био и руководиолац катедре Међународног, словенског и еколошког права.

Књига је заснована на упоредноправној анализи националног законодавства Швајцарске, Југославије, Сједињених Америчких Држава, Русије, Француске и међународних кодификација уговорног права. У уџбенику је дефинисан појам рекламационог права, изложена најдетаљнија систематизација повреда уговора, указано на изворе и врсте рекламација, рокови и поступак за подношење појединих елемената рекламације, приказ тих елемената рекламација, последице погрешне примене појединих елемената рекламације, размотрени су различити примери повреда уговора са становишта рекламационог права и изложена друга практична питања везана за рекламације у међународној и унутрашњој трговини.

Књига је намењена професорима права јер представља нов теоријски и практичан приступ у области уговорног (решавање спорова у доарбитражном и до судском процесу) и међукатедралном облигационом и процесном праву. Намењена је студентима правних и комерцијалних факултета, али и правницима у привреди и привредницима, директорима, менаџерима, адвокатима, банкарима, руководиоцима осигуравајућих и транспортних компанија и произвођачима и другима који за наступе на тржишту користе различите форме уговора.

ISBN-978-86-82968-03-0

❖ Божидар Трифунов МИТРОВИЋ, 2025.

Садржај

Предговор трећем, првом српском издању	11
Предговор другом руском издању	17
Предговор првом руском издању.....	21
Увод	23

I. ДЕО ПРВИ 36

I.I. Глава прва	36
-----------------------	----

I.I.A. ПОЈАМ РЕКЛАМАЦИОНОГ ПРАВА	36
--	----

A.1. Садржај норми рекламационог права	36
--	----

A.2. Предмет рекламационог права	37
--	----

A.3. Предмет рекламационог односа	37
---	----

A.4. Начин настанка рекламационог односа и рекламационог процеса	37
--	----

A.5. Рекламационо-правна теорија	38
--	----

A.6. Степен развоја уговорног и рекламационог права	40
---	----

A.6.1. Рекламационо право у објективном смислу.....	46
---	----

A.6.2. Рекламационо право у субјективном смислу	48
---	----

A.6.3. Рекламационо право као наука	50
---	----

I.I.A.6.3.a. Методи припреме за испит из дисциплине рекламационо право....	52
--	----

I.I.B. Рекламационо право у систему права.....	54
--	----

I.II. Глава друга.....	56
------------------------	----

I.II.A. ПОЈАМ РЕКЛАМАЦИЈЕ.....	56
--------------------------------	----

I.II.B. Неадекватни термини за појам «рекламација»	57
--	----

а. приговор (exemptio),.....	57
------------------------------	----

б. приговор у вези с неизвршењем уговора (exemptio non adimpleti contractus),.....	57
--	----

в. приговор због материјалних недостатака,.....	57
---	----

г. протест (Einspruch),	57
-------------------------------	----

д. потраживање (Захтев),	57
--------------------------------	----

е. обавештење (Обавештење),.....	57
----------------------------------	----

ж. захтев (Anspruch) и др.	57
---------------------------------	----

I.II.V. ПОДЕЛА РЕКЛАМАЦИЈА	64
----------------------------------	----

I.II.V.1. Према околностима по којима се подноси рекламација.....	65
---	----

I.II.V.2. Према субјекту који подноси рекламацију.....	65
--	----



I.П.В.3. Према времену предузимања радњи које чине рекламацију	65
I.П.В.4. Према предузетим радњама које чине рекламацију	66
I.П.В.5. Према субјектима који предузимају радње које чине рекламацију	66
I.П.В.6. Према тежини повреда уговора	67
I.П.В.7. Према врсти уговора	67
I.П.Г. ОСНОВ РЕКЛАМАЦИЈЕ.....	67
1. О основу уопште	67
2. Правна чињеница као основ.....	68
3. Овлашћење као основ рекламације	68
4. Правни акт као основ	70
ИЗВОДИ	72
II. ДЕО ДРУГИ	76
II.1. Глава прва	76
II.1.A. ПОЈАМ УГОВОРА	76
1.1. Класично схватање	76
1.2. Савремено разликовање Споразума и Уговора	76
II.1.B. ПОЈАМ ПОВРЕДЕ УГОВОРА КАО ПОВОДА ЗА РЕКЛАМАЦИЈУ	78
II.1.B. КЛАСИФИКАЦИЈА ПОВРЕДА УГОВОРА	79
1. Неиспуњење:	79
1.a. Према моменту настанка	79
1.a.1. неиспуњење пре доспелости,.....	79
1.a.2. неиспуњење у року (доцња),	79
1.б. Према обиму неиспуњења.....	80
1.б.1. неиспуњење уговора у целости,.....	80
1.б.2. неиспуњење уговорне обавезе у целости,	80
1.б.3. неиспуњења дела уговорне обавезе.....	80
1.в. Према трајању	80
1.в.1. трајно неиспуњење,	80
1.в.2. временски ограничено (тренутно) неиспуњење.	80
2. Немогућност испуњења	80
a. претходна или накнадна,	80
б. субјективна или објективна,	80
в. трајна или привремена,	80
г. правна или физичка,	80



7. Несаобразно испуњење	80
7.а) Несаобразност датог.....	80
7.а)1. више испоручено,	80
7.а)2. несаобразност квалитета,	80
7.а)3. несаобразност у врсти,	80
7.а)4. несаобразност паковања, заштите и обележавања.	80
9. Друге повреде споразума или меродавног материјалног права	80
9.а) предмета уговора,.....	80
9.б) основа уговора,.....	80
9.ц) способности уговорних страна,	80
9.д) слободе уговарања,	80
9.е) форме уговора,.....	80
9.ф) других одредби меродавног права.	80
9.д)1. принуде,	80
9.д)2. битне заблуде,	80
9.д)3. неспоразума,	80
9.д)4. преваре.....	80
II.I.V.1. НЕИСПУЊЕЊЕ.....	80
II.I.V.2. НЕМОГУЋНОСТ ИСПУЊЕЊА	109
II.I.V.2.а. Претходна и накнадна немогућност	110
II.I.V.2.б. Субјективна и објективна немогућност	111
II.I.V.2.в. Трајна и привремена немогућност	111
II.I.V.2.г. Правна и физичка немогућност	111
II.I.V.2.д. Немогућност испуњења у погледу одговорности за немогућност	112
II.I.V.2.д.i. Немогућност испуњења за коју одговара друга уговорна страна (кредитор)	112
II.I.V.2.д.ii. Немогућност за коју одговара страна у обавези (дужник).....	112
II.I.V.2.д.iii. Виша сила (Vis maior – форс мажор).....	113
II.I.V.2.д.iv. Случај (casus) који не води одговорности	115
II.I.V.3. НЕИСТОВРЕМЕНО ИСПУЊЕЊЕ	116
II.I.V.5. ЗЕЛЕНАШКИ УГОВОР	120
II.I.V.6. ПРОМЕЊЕНЕ ОКОЛНОСТИ («REBUS SIC STANTIBUS»).....	121
II.I.V.7. НЕСАОБРАЗНО ИСПУЊЕЊЕ.....	124
7.1. Несаобразност датог.....	125
7.1.а. Више испоручено.....	125
7.1.б. Несаобразност квалитета.....	127



7.1.б.1. Несаобразност ствари са својствима за нарочиту употребу	128
7.1.б.2. Несаобразност дате ствари са својствима и особеностима (одликама) изричито или прећутно предвиђених уговором	130
7.1.б.3. Несаобразност дате ствари узорку или моделу	131
7.1.б.4. Несаобразност дате ствари с уобичајеним својствима за редовну употребу или трговину	132
7.1.в. Несаобразност врсте дате ствар (ALIUD)	134
7.1.г. Несаобразност паковања, заштите и обележавања	135
7.2. Несаобразности у чињењу	135
7.3. Несаобразност у нечињењу	136
7.4. Несаобразности у трпљењу	136
В.8. Правни недостаци	136
В.9. Друге повреде споразума или надлежног материјалног права	141
9.1. Повреда уговора која се односи на предмет уговора	141
9.2. Повреде уговора које се односе на основ уговора	141
9.3. Повреде уговора које се односе на способност уговорних страна	142
9.4. Повреде уговора која се односи на слободу уговарања	143
9.4.а. Принуда	143
9.4.б. Битна заблуда	144
9.4.в. Неспоразум	145
9.4.д. Превара	146
9.5. Повреде које се односе на форму уговора	146
9.6. Повреде других одредби меродавног права	147
II. II. Глава друга	148
А. ПОЈАМ ОБЛИГАЦИОНЕ ОДГОВОРНОСТИ	148
Б. Уговорна одговорност	149
а) Кривица као услов постојања уговорне одговорности у ужем смислу	149
1. умишљај (dolus),	149
2. кривица у ужем смислу (немар/нехат).	149
а.1.и. директан умишљај (dolus directus)	149
а.1.и. индиректан умишљај (dolus eventualis)	149
а.2.и. груби немар/крајњи, тешки нехат (culpa lata);	150
а.2.и. обичан немар/нехат (culpa levis);	150
Б.1. Рекламациона одговорност	152
II. II. В. Проширење (поштравање), ограничење и искључење одговорности	153



II. II. V. 1. Проширење (пооштравање), ограничење и искључење уговорне одговорности	154
1.1. Проширење (пооштравање) уговорне одговорности	154
1.2. Ограничење (умањење) уговорне одговорности	155
1.3. Искључење уговорне одговорности	160
II. II. V. 2. Проширење (пооштравање), ограничење или искључење рекламационе одговорности.....	161
2.1. Проширење (пооштравање) рекламационе одговорности.....	162
2.2. Ограничење (умањење) рекламационе одговорности.....	163
2.3. Искључење рекламационе одговорности	165
III. ДЕО ТРЕЋИ	170
III. I. Глава прва.....	170
A. ПОЈАМ РЕКЛАМАЦИОНОГ ОДНОСА.....	170
B. Моменат настанка рекламационог односа	170
B. Трајање рекламационог односа.....	172
Г. Престанак рекламационог односа.....	174
Г.2. Одбијање рекламационих захтева у целости	175
Г.3. Споразум рекламационих страна	176
Г.4. Ћутање.....	176
Г.5. Тужба као облик прекида рекламационог односа	176
Д. Субјекти рекламационог односа.....	176
Д.1. Уговорне стране као субјекти рекламационог односа.....	176
Д.2. Треће лице као подносилац рекламације	179
Д.3. Треће лице као прималац рекламације	180
III. II. Глава друга	182
III. II. A. ПОЈАМ РЕКЛАМАЦИОНОГ ПОСТУПКА	182
III. II. B. ОПШТЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ РЕКЛАМАЦИОНОГ ПОСТУПКА.....	183
III. II. B. РЕКЛАМАЦИОНА СРЕДСТВА	185
III. II. B. 1. Рекламациони извештај/обавештење о повреди уговора.....	188
III. II. B. 2. Докази	191
2.1. Докази о повреди уговора или очигледном наступању повреди уговора	191
2.2. Докази о подношењу и својевременом подношењу рекламационог извештаја о повреди уговора.....	194
III. II. B. 3. Одговор на рекламациони извештај/обавештење.....	195



III.П.В.4. Рекламациони захтев	197
III.П.В.4.а. Рекламациони захтев у формално-правном смислу (претензија)	197
III.П.В.4.б. Рекламациони захтев у материјалноправном смислу	201
III.П.В.5. Докази о рекламационим захтевима	205
III.П.В.6. Одговор на рекламациони захтев	206
III.III. Глава трећа	210
III.III.A. РЕКЛАМАЦИЈА КАО ОСНОВ УТУЖЕЊА	210
III.III.B. ЗАСТАРЕЛОСТ ЗА ПОКРЕТАЊЕ СУДСКОГ ПОСТУПКА	210
а. Рокови застарелост према прописима у Југославији, односно у Србији	211
б. Рокови застарелост према прописима у Русији	212
в) Рокови застарелости према ЈТК САД.....	213
г) Рокови застарелости према ШЗО	213
д) Рокови застарелости према Њујоршкој конвенцији о застарелости	214
е) Рокови застарелости према Општим условима испорука СЕВ-а 1968/88	214
III.III.B. СТЕПЕН ОБАВЕЗНОСТИ РЕКЛАМАЦИОНОГ ПРОЦЕСА ЗА ПОКРЕТАЊЕ СУДСКОГ ПОСТУПКА	215
ИЗВОДИ 221	
ЗАКЉУЧЦИ	223
Прилог бр.1: Схематски приказ места рекламационог права у уговорном и облигационом праву	228
Прилог бр. 2: Однос рекламационог права и структуре облигационог права у субјективном смислу	229
Прилог бр. 3: Различити аспекти рекламационог права.	230
Прилог бр. 4: Развој облигационог и уговорног права у објективном смислу и реклама- ционог права у објективном смислу и однос броја рекламационих спорова и броја арбитражних спорова у међународној трговини.....	231
Прилог бр. 5: Елементи рекламације	232
Прилог бр. 6: Схема развоја рекламационог процеса применом различитих елемената ре- кламације и других средстава рекламационог поступка.....	233
Прилог бр. 7: Форма рекламационог извештаја о повреди уговора у компјутерском систему припреме и обраде рекламација.	234
Прилог бр. 8: Образац рекламационог захтева у формалноправном смислу – Форма претен- зије за компјутерску припрему и обраду рекламација/претензија.	235
НАУЧНА ОЦЕНА Ринга М. П.....	236
НАУЧНА ОЦЕНА В. А. ЈАЗЕВА	241
НАУЧНА ОЦЕНА ВОДЕЋЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ.....	247
НАУЧНА ОЦЕНА	249



ЛИТЕРАТУРА.....	296
Регистар појмова	298



Институт вишедисциплинарних научних истраживања непрекидности права и културе
КолоВена/СлоВена од епоха Лепенског Вира и Винче

Професор Божидар Трифунов Митровић, доктор правних наука
руководилац Катедре међународног, словенског и еколошког права

НЕПРЕКИДНОСТ ПРАВА И КУЛТУРЕ

Први том: СлоВенско право

Други том: ЕтРуско-римско право

Том трећи

РЕКЛАМАЦИОНО ПРАВО

И РЕКЛАМАЦИЈЕ ПОВОДОМ ПОВРЕДА УГОВОРА

Превод с руског језика на српски: аутор

Лектор и коректор: Владимир Стокић

Прелом и дизајн: Урош Смилевски

Институт вишедисциплинарних научних истраживања непрекидности права и културе
КолоВена/СлоВена од епоха Лепенског Вира и Винче (ИВНИН)

тел. +381 61 322 0670 (WhatsApp/Viber)

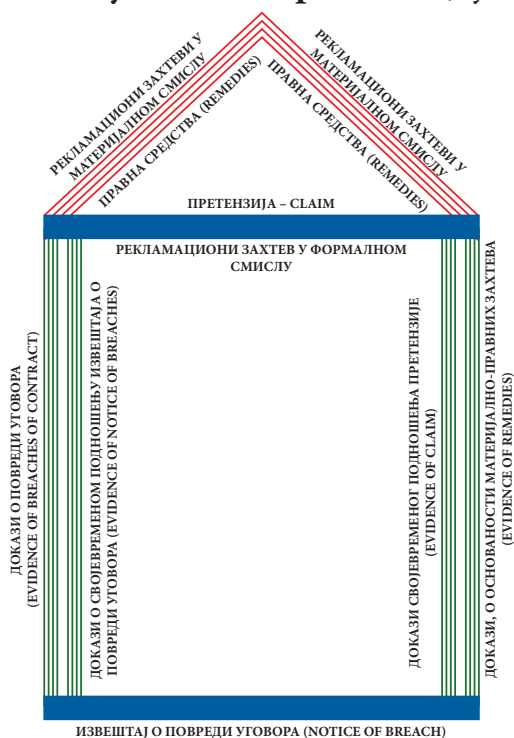
ivnin@internet.ru или bozzidar@inbox.ru

7534. (2025. година)

Београд

ШТА ЈЕ ТО?

Ово су елементи рекламације.



Божидар Т. Митровић

«Рекламационо право и рекламације поводом повреде уговора» је уникална књига у свету, из које можете прочитати:

- ❖ најдетаљнију систематизацију повреда уговора,
- ❖ шта треба да предвидите у споразуму (Agreement) да би спречили његову повреду и прецизирали оно што је већ одређено у меродавном праву, које са споразумом чини уговор (Contract),
- ❖ шта треба да предузмете када откријете повреду уговора и у којим роковима,
- ❖ шта је то рекламација и који су елементи рекламације,
- ❖ шта је то рекламационо право у субјективном смислу и због чега је то и обавеза,
- ❖ шта је то рекламационо право у објективном смислу,
- ❖ како и када се примењују поједини елементи рекламације поводом повреде уговора,
- ❖ како у уговору поштрити, умањити или искључити уговорну одговорност а како рекламациону одговорност поводом повреде уговора,

Ово је превод књиге коју је «Юридическая литература» уговорила да објави на руском у 100 000 примерака, али је, због недостатка папира, штампала у тиражу од «свега» 10 000 примерака. У истом тиражу је штампано и друго издање на руском. Прво издање под називом «Рекламације у међународној трговини» означило је 1991. у СССР-у повратак на римско право, за које је Божидар Трифунов Митровић мултидисциплинарним истраживањима утврдио да је, по пореклу, било етРуско а не из грчких КолоНија (израз настао из појма КолоВенија), пошто се Рим (Rvm/Roma/Rim) првобитно називао РАЗ/РАС (родАз/род ПраПочетка), а Аз је, за наше слоВенске претке, било Коло, па су РАСени/Рашани себе звали и КолоВени, још од Лепенског Вира.

