



**POTROŠAČKA
SNAGA**

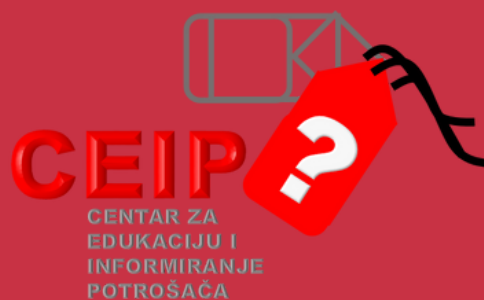
**STANJE
ZAŠTITE
POTROŠAČA
U HRVATSKOJ**

Analiza provedenog
istraživanja
2023./2024.

POTROŠAČKA SNAGA

Realizirano u sklopu projekta:
Potrošačka snaga: Unapređenje
potrošačke politike u Republici Hrvatskoj

Nositelj:



Partner:



**IMPACT
4VALUES**



**Sufinancira
Europska unija**



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

„Program Impact4Values sufinancira Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske“

Stajališta izražena u ovoj publikaciji isključiva su odgovornost Centra za edukaciju i informiranje potrošača i ne odražavaju stajalište Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.



"Potroskačka prava ne samo da štite pojedinca, već i jačaju tržište, potiču konkurenciju i doprinose društvenom blagostanju."

Barack Obama

3
4
5
6
7
8
9
0
1
2

SADRŽAJ

1. UVOD Projekta.....	2
1.1. SAŽETAK PROJEKTA	
1.2. O PARTNERIMA	
2. UVOD U ISTRAŽIVANJE I ANALIZU IZAZOVA ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA.....	4
2.1. EUROPSKA POLITIKA ZAŠTITE POTROŠAČA	
2.2. HRVATSKI PUT	
2.3. POLITIKA ZAŠTITE POTROŠAČA – GDJE SMO DANAS U ODNOSU NA OSTALE ČLANICE?	
2.4. O ISTRAŽIVANJU	
2.5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	
3. ANALIZA NACIONALNIH POLITIKA, ZAKONODAVNIH I INSTITUCIONALNIH OKVIRA TE PRAKSE.....	8
3.1. OSVRT NA POSTOJEĆI ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA NN 19/22, 59/23	
3.2. PRIMJENA ZAKONA U PRAKSI	
3.2.1. INSPEKCIJSKE SLUŽBE	
3.2.2. POVJERENSTVA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA PRI JAVNIM PODUZEĆIMA	
4. ZAŠTITA POTROŠAČA U OČIMA GRAĐANA.....	20
4.1. SUSTAVNO PRAĆENJE PRITUŽBI I SUGESTIJE POTROŠAČA	
4.2. ISPITIVANJE KUPACA O NJHOVOM ZADOVOLJSTVU	
5. ZAJKLJUČCI ISTRAŽIVANJA.....	24

1. UVOD U PROJEKT

1.1. SAŽETAK PROJEKTA

Naziv projekta: Potrošačka snaga: Unapređenje potrošačke politike u Republici Hrvatskoj

Nositelj projekta: Centar za edukaciju i informiranje potrošača

Partneri: Razvojna organizacije zaštite potrošača

Razdoblje provedbe projekta: 01.09.2023. – 28.02.2025.

Projekt Potrošačka snaga ima za cilj unaprijediti politiku zaštite potrošača u RH. Hrvatska ima Zakon o zaštiti potrošača, koji je u skladu s europskim uredbama no realna slika koliko su potrošači zaista zaštićeni i koliko mogu ostvariti svoja prava ukazuje nam koliko se odredbe zakona ne primjenjuju u praksi. S druge strane, potrošačke organizacije bore se s modelima financiranja već godinama, savjetovašta diljem zemlje djeluju na volonterskih osnovama. Sve ih to čini nedovoljno snažnima i glasnim da djeluju dalje od lokalnih potreba građana.

Problem neučinkovite politike zaštite prava potrošača želimo unaprijediti kroz 3 aspekta – onih vanjskih – kroz zagovaranje za konkretne promjene prema javnim tijelima i donosiocima odluka, jačanjem potrošača kroz ciljane edukativne aktivnosti ali i unutarnjem – umrežavanjem potrošačkih organizacija na nacionalnoj razini i uspostavljanjem funkcionalne i snažne mreže koja može pozitivno djelovati na trenutnu politiku.

Ključni ciljevi kojima težimo:

1. Ostvariti utjecaj na usvajanje primjedbi i prijedloga Zakona o zaštiti potrošača

Kroz ovu aktivnost želimo na jednom mjestu obuhvatiti najvažniju problematiku i kršenja te kreirati prijedloge izmjena i uspostaviti dijalog s donosiocima odluka ali i javnim tijelima i tvrtkama koje ga moraju primjenjivati.

Nakon provedene sveobuhvatne analize donijet ćemo prijedloga izmjena i dopuna provedbenih akata/nacionalnih ili lokalnih propisa u području zaštite potrošača, organizirati 2 okrugla stola kako bi uključili javnosti te predstaviti rezultate u javnosti.

2. Povećati kapaciteti mreže OCD-a koje zagovaraju pravedniju politiku zaštite potrošača u RH

Cilj ove aktivnosti je povezati naše organizacije, potaknuti suradnju, prikupiti iskustva, sagledati slabosti ali i snage, definirati razvojne strategije koje ćemo prezentirati Ministarstvu gospodarstva i održivog razvoja u vidu pronalaska modela održivosti rada potrošačkih udruga u Republici Hrvatskoj (u daljnjem tekstu RH). Očekivano uključivanje minimalno 6 potrošačkih organizacija s područja RH koje će sudjelovati na strateškom planiranju te dalje jačati svoje kapacitete kroz planirane treninge i uključivanje u kampanju za edukaciju javnosti svojim idejama, prijedlozima i komentarima.

3. Povećati svijest i angažman potrošača kroz zagovaračku kampanju

Cilj kampanje će biti osvještavanje potrošača o njihovim mogućnostima utjecaja na potrošačku politiku kroz odgovorniju i svjesniju potrošnju te učestalije prijavljivanje prijevara i nepravilnosti. Kampanja će obuhvaćati: 4 objave mjesečno na društvenim mrežama kroz period od minimalno 6 mjeseci uz ukupno 120.000 pregleda kroz cijelu kampanju, 2 interaktivna potrošačka kviza, 20 tribina u javnosti za potrošače, 6 izdanja biltena uz minimalno 1000 pretplatnika na isti

1.2. O PARTNERIMA



CENTAR ZA EDUKACIJU I INFORMIRANJE POTROŠAČA

Centar za edukaciju i informiranje potrošača je nevladina organizacija koja provodi savjetodavne, informativne i edukativne aktivnosti u području prava potrošača i pacijenata, mladih, zaštite okoliša, klimatskih promjena i održivog razvoja, te sigurnosti hrane i promicanja zdravlja. 2008. organizacija je bila dobitnik nagrade „Najbolji primjer dobre prakse uključivanja volontera u svoj rad“, na području Slavonije i Baranje za projekt Tajni potrošač. Predstavnici organizacije sudjeluju u radu tijela od interesa za potrošače: Vijeće za GMO Ministarstvo zdravlja, Savjet za regulatorne poslove i zaštitu potrošača HERA, radna podskupina za doniranje hrane Ministarstvo poljoprivrede i Savjeta za zaštitu potrošača grada Beli Manastir te u radu brojnih Povjerenstava za zaštitu potrošača javnih poduzeća, gradova i općina. Tijekom 2020. predstavnici udruge su sudjelovali u kreiranju prijedloga politike za edukaciju djece i mladih potrošača kao članovi Consumer Expert grupe Europske Komisije (DG Chafea).

U 16 godina rada i aktivnog djelovanja udruge provedeno je više od više od 20 projekata u sklopu programa Zaštite potrošača. Posljednje 3 godine na godišnjoj razini provodimo minimalno 3 do 4 projekta u sklopu ovog programa. Uz projekte edukativnog karaktera redovito rješavamo pojedinačne pritužbe potrošača koje nam pristižu putem telefona, e-maila i društvenih mreža.

Internetska stranica: <https://www.ceip.hr>



RAZVOJNA ORGANIZACIJA ZAŠTITE POTROŠAČA

Razvojna organizacija zaštite potrošača osnovana je 2011. godine od strane dviju udruga za zaštitu potrošača „Korana“ i „Mrežnica“. Osnovana je kao udruga više razine – savez. U početku je djelovala regionalno na području Karlovačke županije a učlanjivanjem novih udruga savez postaje nacionalnog karaktera i širi područje djelovanja na cijelu Hrvatsku.

Danas savez okuplja devet članica i aktivan je na području zaštite potrošača u smislu informiranja, educiranja i savjetovanja što udruga što fizičkih osoba kroz provođenje projekata, sudjelovanjem u tijelima i povjerenstvima na nacionalnoj razini, sudjelovanjem u povjerenstvima za reklamacije kod pružatelja javnih usluga i Savjetodavnim tijelima jedinica lokalne samouprave. U tom smislu, naši predstavnici članovi su u Nacionalnom vijeću za zaštitu potrošača, u Savjetu za razvoj civilnoga društva, u radnoj skupini Hrvatske narodne banke, u Savjetu za regulatorne poslove i zaštitu potrošača HERA, u radnoj skupini SSNOPIV – skupina za suradnju s nositeljima prava intelektualnog vlasništva. Uz navedeno ROZP je aktivan i u području lobiranja i zagovaranja dajući inicijative i prijedloge upućene prema Predsjedniku, Vladi, Ministarstvu gospodarstva i održivog razvoja i ostalim tijelima na nacionalnoj razini s ciljem poboljšanja stanja zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj.

U protekle dvije godine intenzivno radimo na komunikaciji i povezivanju udruga za zaštitu potrošača, JLS i tijela javne vlasti u smislu uspostavljanja suradnje i zajedničkog djelovanja kako bi se svi dionici uključili proces poboljšanja i stvaranja pozitivnog okruženja u području zaštite potrošača. Uspješno smo proveli projekt Potrošačka akademija, namijenjen edukaciji udruge, koja je okupila udruge za zaštitu potrošača ne samo članice saveza što smatramo izuzetnim uspjehom uzimajući u obzir da proteklih godina i nije bilo neke osobite suradnje i komunikacije između udruga.

Internetska stranica: <https://rozp.hr>

2. UVOD U ISTRAŽIVANJE I ANALIZU IZAZOVA I ODGOVORA ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA

2.1. EUROPSKA POLITIKA ZAŠTITE POTROŠAČA

U Europi se pokret za zaštitu potrošača javlja nakon Drugog svjetskog rata, kada su osnovane i prve organizacije za zaštitu potrošača, a 60-ih i 70-ih donose se prvi nacionalni zakoni o zaštiti potrošača. Zaštita je usmjerena na sigurnost i pouzdanost proizvoda, varljive reklame, akviziterske prodaje, povjerenje potrošača i pravednost ugovora. Brojne države počele su donositi svoje nacionalne zakone potaknute Rezolucijom Generalne skupštine Ujedinjenih naroda o zaštiti potrošača iz 1985. g. Sve je to bilo rezultat spoznaje kako je u poslovnim transakcijama na tržištu nužno zaštititi gospodarski slabiju stranu, potrošača, i to ne samo legislativom nego i formiranjem specijalnih institucija koje će poučavati i izvještavati potrošače te štiti njihova prava. No zaštita potrošača intenzivno se počela razvijati tek u okviru djelovanja Europske unije.

Europska unija postavila je temelje zaštiti potrošača donijevši 1973. Europsku povelju o informiranju i zaštiti potrošača. Ona je postavila sljedeća potrošačka prava: pravo na zaštitu gospodarskih interesa, pravo na zaštitu od opasnosti po život, zdravlje i imovinu prilikom stjecanja proizvoda i usluga na tržištu, pravo na pravnu zaštitu i potporu države, pravo na obavještanje i pouku potrošača i pravo na udruživanje sa svrhom zaštite njihovih interesa, pravo na predstavljanje u tijelima koja odlučuju o stvarima od interesa za potrošače. Vijeće Europe 1975. prihvaća Rezoluciju o preliminarnom programu Europske ekonomske zajednice za zaštitu potrošača i politiku informiranja. S vremenom je potrošački pokret radio na prepoznavanju 8 osnovnih potrošačkih prava. Ta prava uključuju ideje kao što su pravo na sigurnost, pravo na zadovoljenje osnovnih potreba i pravo na naknadu. To su prve formalne odrednice iz kojih će se razviti bogato europsko zakonodavstvo zaštite potrošača.

Instituti za zaštitu potrošača u EU-u zasnivaju se na Ugovoru o Europskoj zajednici, odnosno Amsterdamskom ugovoru iz 1997. (stupio na snagu 1999.), preciznije njegovu članku 153. Ugovor o EZ-u obuhvaća temeljna prava potrošača: obaviještenost, obrazovanje i zastupljenost te je njime politika zaštite potrošača postala autonomna politika. Čl. 153. ovog Ugovora utvrđuje glavna načela zaštite potrošača: da Zajednica pridonosi zaštiti zdravlja, sigurnosti i gospodarskih interesa potrošača te promiče njihova prava na informiranje, obrazovanje i organiziranje, a radi zaštite njihovih interesa; da se zaštita njihovih interesa mora uzimati u obzir pri utvrđivanju i provedbi ostalih politika i aktivnosti Zajednice; da Zajednica ostvaruje te ciljeve usvajanjem zaštitnih mjera, a članice nisu spriječene uvesti i strože zaštitne mjere ako to žele, pod uvjetom da su u skladu s Ugovorom. Osnovni pravni instrumenti kojima to EU radi su smjernice ili direktive.

2.2. HRVATSKI PUT

Može se reći da je RH relativno kasno prepoznala važnost ove problematike i zaštite svojih građana kao potrošača u vidu formalne zakonske zaštite. Pravo zaštite potrošača, kao novo područje prava, u hrvatskom se pravnom poretu počinje intenzivno razvijati radi pridruživanja Republike Hrvatske Europskoj uniji. Europska unija svojim direktivama regulira ovo područje zbog osiguravanja pravilnog funkcioniranja zajedničkog unutarnjeg tržišta u cilju da potrošačima u svim zemljama članicama osigura jednak stupanj zaštite jer među nacionalnim pravima postoje velike razlike. Zakonske odredbe kojima se u hrvatsko pravo zaštite potrošača preuzima europska stečevina sadržane su prvenstveno u Zakonu o zaštiti potrošača koji je donesen 2014. godine i kasnije izmijenjen 2019. godine ali i u Zakonu o obveznim odnosima te u brojnim drugim potrošačkim i općim propisima. Posljednjih desetak godina postignut je visok stupanj usklađenosti s europskim *acquisom*¹ koji se odnosi na potrošače, ali on tu ne staje jer se ta materija na europskoj razini jako brzo razvija

¹ *Acquis* (skraćeno od *acquis communautaire*), pravna stečevina Europske unije ili nasljeđe Zajednice, nesistematizirano

i bit će potrebne daljnje i sve češće izmjene i dopune propisa. Ipak, u procesu usklađivanja učinjeni su i brojni propusti koji su rezultirali neusuglašenošću potrošačkih odredaba u različitim propisima. Mnogobrojnost, nesistematiziranost i neusuglašenost pravnih izvora, kao i njihovo stalno mijenjanje, otežavaju primjenu širokog potrošačkog prava jer se zahtijeva njegovo dublje poznavanje. Prava potrošača krše se i nepoštenim poslovnim praksama trgovaca koje idu od lažnog oglašavanja pa sve do potpunog neuvažavanja potrošača kad želi reklamirati manjkavi proizvod ili raskinuti ugovor.

Prema Zakonu o zaštiti potrošača, nositelji zaštite potrošača su Hrvatski sabor, Vlada Republike Hrvatske, ministarstvo nadležno za poslove zaštite potrošača je Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (u daljnjem tekstu Ministarstva), nadležna inspeksijska tijela, Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača, udruge za zaštitu potrošača, jedinice lokalne samouprave, te druga poslovna udruženja i tijela javne vlasti poput Hrvatske gospodarske komore, Hrvatske obrtničke komore te Hrvatske udruge poslodavaca.

Udruge za zaštitu potrošača osnovane su prvenstvo zbog mogućnosti te lakšeg ostvarivanja prava i interesa u „borbi“ između potrošača i prodavača odnosno proizvođača. Putem udruga korisnici na jednostavan način ostvaruju maksimum svojih prava te dobivaju informacije koje mogu biti ključne u slučaju raznih sporova između prethodno navedenih aktera.

Udruge za zaštitu potrošača u Hrvatskoj pojavile su se krajem 20tog stoljeća što je relativno kasno ako uzmemo u obzir Europu te način i vrijeme uvođenja potrošačkih udruga u međunarodne sustave. Prva udruga za zaštitu potrošača osnovana je 1997. godine. Ipak, intenzivan razvoj prava zaštite potrošača počinje tek u okviru približavanja RH Europskoj uniji.

Početak 2000. godina u Hrvatskoj je aktivno djelovalo desetak udruga pretežito na volonterskoj bazi iz razloga što niti u to doba a niti u današnje vrijeme nije osigurano trajno financiranje područja zaštite potrošača iako se radi o području od posebnog značaja za sve građane Republike Hrvatske i regulirano je i Ustavom Republike hrvatske čl. 129. Razlog tome je što proračunskim i lutrijskim sredstvima namijenjenim za područje zaštite potrošača raspolaže resorno ministarstvo koje sredstva nikad nije rasporedilo na adekvatan način kako bi se zadovoljile potrebe udruga za zaštitu potrošača nego je taj novac potrošen na provođenje aktivnosti samog ministarstva u koje udruge za zaštitu potrošača nisu uključene. Zbog sve većeg pritiska potrošača na udruge za zaštitu potrošača te zajedničkog pritiska udruga na ministarstvo, ministarstvo je pokrenulo projekt savjetovališta za zaštitu potrošača u četiri najveća grada u Zagrebu, Osijeku, Splitu i Puli, a 2018. osigurana su sredstva za još dva savjetovališta i to u Varaždinu i Dugoj Resi. S 31.12.2018. godine savjetovališta su ugašena pod izgovorom da nisu bila efikasna i korisna što su zaključili rezultatima naručene ankete. Smatramo da je odluka bila na veliku štetu potrošačima i da je provedena anketa služila kao paravan za ne raspoređivanje sredstava udrugama. Od ukidanja savjetovališta udruge su ostale bez značajnijih financijskih sredstava koje su omogućavala zapošljavanje u udrugama jer su svi kasniji projekti bili znatno manje financijske vrijednosti ili nisu predviđali zapošljavanje. To doprinosi slabljenju udruga i gubitku snage i značaja udruga.

U svrhu utvrđivanja potreba udruga i stanja u udrugama za zaštitu potrošača savez ROZP u suradnji s udruženjem Unijom Potrošača Hrvatske proveo je kratko istraživanje u kojem su prikupljeni podaci o financijskim sredstvima i ljudskim

je zakonodavstvo EU koje obvezuje države članice Europske unije, a sastoji se od velikog broja pravnih akata, ugovora, uredbi, smjernica, odluka, preporuka, mišljenja, međudržavnih ugovora i presuda Europskog suda. Dijeli se u tri područja: primarno zakonodavstvo (ugovori o osnivanju Zajednice i opća pravna načela), sekundarno zakonodavstvo (provedbeni propisi i akti koje donose institucije EU) te ostali izvori prava Unije (međunarodni sporazumi EU, konvencije, sporazumi između država članica, presude Suda Europskih zajednica i opća načela prava EU). Acquis dakle obuhvaća ne samo pravo u užem smislu nego i sadržaj te političke odrednice osnivačkih ugovora, zakonodavstvo usvojeno primjenom osnivačkih ugovora te presude Suda EZ, deklaracije i rezolucije, mjere zajedničke vanjske i sigurnosne politike, međunarodne ugovore koji obvezuju Zajednicu te ugovore među članicama u području djelovanja Unije. Kandidat za pristupanje mora usvojiti osnivačke ugovore i uskladiti svoje propise s acquisom. Zlatović 2009, str. 7 i 12.

resursima potrebnim za funkcioniranje udruga. Istraživanje je pokazalo da većina udruga djeluje na volonterskoj bazi i nema osigurana financijska sredstva koja bi omogućila zapošljavanje i podmirenje redovnih troškova poslovanja.

Stanje se malo popravlja 2021. godine kada se kroz raspisivanje Institucionalne podrške stabilizaciji i/ili razvoju udruga za zaštitu potrošača u suradnji Ministarstva i Zaklade za razvoj civilnog društva kroz koju se dodjeljuju podrške no u premalom broju u odnosu na postojeće aktivne udruge. U prvoj godini dodijeljene su četiri potpore i u narednoj dvije. Trenutno je praksa obustavljena i nema najavljenog raspisivanja za institucionalne podrške u narednom periodu najmanje do 2026. godine.

U stvarnosti ne postoji suradnja i partnerski odnos već Ministarstvo udruge koristi kao pravan i opravdanje za donošenje nepovoljnih odluka i zakona predstavljajući javnosti da će uključivanje udruga u navedene procese osigurati transparentnost i zastupanje interesa potrošača dok u stvarnosti udruge nemaju nikakav utjecaj na to. Zbog takvog neadekvatnog odnosa resornog ministarstva prema udrugama za zaštitu potrošača savez ROZP je uvidio da je potreban potpuno novi pristup udruga prema Ministarstvu u vidu zajedničkog nastupanja i suradnje svih aktivnih udruga. Na putu k ostvarenju tog cilja uspostavljena je sektorska suradnja s još jednim udruženjem koji okuplja nekoliko udruga za zaštitu potrošača te su pokrenute zajedničke inicijative prema Ministarstvu. Zajednička suradnja podrazumijeva inicijative, usklađivanje stavova i zajednički nastup prema resornom ministarstvu i drugim nositeljima politike zaštite potrošača.

2.3. POLITIKA ZAŠTITE POTROŠAČA – GDJE SMO DANAS U ODNOSU NA OSTALE ČLANICE

Od donošenja prvog Zakona o zaštiti potrošača 2003. godine do danas prava potrošača nikada nije bilo teže realizirati zbog nedostatka mehanizama i tijela koji štite potrošača kao slabiju stranu na tržištu roba i usluga.

Godine 2006. su u Hrvatskoj krenula s radom 4 Savjetovališta za zaštitu potrošača koja su bila dostupna potrošačima svaki radni dan u tjednu. U Savjetovalištim su bili zaposleni profesionalni savjetnici koji su pritužbe rješavali osobno i telefonom. Početkom 2019. godine su savjetovališta ukinuta, a savjetovanje potrošača je formalno preuzelo Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (putem besplatnog info telefona). Danas, uz Ministarstvo potrošače savjetuju i udruge za zaštitu potrošača.

Uz savjetovanje potrošačima je bio dostupan i Sud časti pri Hrvatskoj gospodarskoj komori. Pri sudu časti prethodni postupak je bio besplatan za građane što je im je omogućilo izvansudsko rješavanje sporova i reklamacija koje nisu mogli riješiti u komunikaciji s trgovcem. Sud časti je u statusu mirovanja od 2020. godine.

U Hrvatskoj duži niz godina djeluje Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača koje je savjetodavno tijelo. Stav udruga za zaštitu potrošača je da se Nacionalno vijeće mora početi baviti rješavanjem konkretnih problema, ne misleći pritom na individualne pritužbe već na situacije kada su prekršena prava veće grupe građana.

Kao članica EU Hrvatska je preuzela inicijativu „pravo na popravak“. Prije inicijative potrošač je imao pravo tražiti povrat novca ili novi proizvod u roku od osam dana ako je postojao materijalni nedostatak. Sada nema tog prava, bez obzira da na vrijeme koje je proteklo od kupovine proizvoda. Pravo na zamjenu postoji samo ako ne postoji mogućnost popravka. Kada govorimo o ciljevima održivosti bitno je govoriti i o kvaliteti proizvoda koji su na hrvatskom tržištu, a na temelju našeg iskustva možemo zaključiti da su primjenom inicijative u RH građani su oštećeni. Trgovci „održavaju“ proizvode na životu stalnim servisiranjem. Potrošači ostaju bez novca i bez proizvoda koji se stalno servisira.

Veliki problem je nepostojanje kvalitetne suradnje između svih dionika koji se bave zaštitom potrošača. Uzmimo primjer da od prijave potrošača Tržišnoj inspekciji do prve komunikacije prođu dva (i više) mjeseca. Neki problemi potrošača ne mogu čekati ovaj rok da bi bili riješeni. Ova situacija trgovcima daje mogućnost zlouporabe Zakona o zaštiti potrošača, što i čine.

Zakonom o predstavničkim tužbama za zaštitu kolektivnih interesa i prava potrošača (NN 59/23) udruge za zaštitu potrošača mogu zastupati potrošače u kolektivnim potrošačkim sporovima, no one nemaju niti ljudske niti financijske kapacitete za kolektivnu zaštitu potrošača. No, da bi uopće bile uvrštene na popis ovlaštenih osoba za pokretanje predstavničke tužbe moraju ispuniti vrlo zahtjevan prijavni obrazac koji nije u skladu sa zakonskom regulativom. Naime, od udruga se traži da dostave prihode u zadnjih 12 kalendarskih mjeseci koji prethode mjesecu prijave i da za to prilože dokumentaciju, a OCD imaju zakonsku obavezu izrade i predaje polugodišnjeg (do 31.7.) i godišnjeg financijskog izvješća (do 28.2.)

Iz svega navedenog ne čudi što je RH na dnu ljestvice kada je u pitanju zaštita potrošača u EU. Uz unaprjeđenje propisa potrebno je raditi na osiguravanju brzog i učinkovitog rješavanja pritužbi potrošača u praksi.

2.4. O ISTRAŽIVANJU

U Hrvatskoj analiza primjene Zakona o zaštiti potrošača i učinkovitosti rada javnih tijela nije nikad vršena. Ministarstvo donosi Nacionalni plan implementacije zakona s ključnim prioritetima i njegovu analizu koja ne ulazi u pitanja postoje li i jesu li učinkovita tijela koja moraju zaštititi interese građana i koliko oni sami poštuju primjenu propisa. Također, sankcija za njih ne postoji a trenutno nažalost ova stvarnost nije ni medijski predstavljena.

Cilj ovog istraživanja je pokrenuti javno raspravu o ovom problemu kroz konkretne činjenice i definirati prioritetna područja hitnih izmjena propisa i praksi

Istraživanje teži odgovoriti na iduća pitanja:

- u kojoj mjeri postojeće politike i prakse EU-a i nacionalne politike i prakse štite potrošače u praksi
- u kojim segmentima su potrebne hitne izmjene
- koja bi trebala biti uloga organizacija civilnog društva u pitanju zaštite potrošača

2.5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je koristilo sljedeću metodologiju:

1. Desk istraživanja, uključujući analizu nacionalnih politika, zakonodavnih i institucionalnih okvira i kratki upitnik koji je upućen Povjerenstvima za zaštitu potrošača i radu inspeksijskih službi koji je poslan na ukupno 97 javnih poduzeća i jedinica lokalne samouprave te 6 inspeksijskih tijela.
2. Internetski upitnik za građane s ciljem ispitivanja javnog mijenja i povjerenja koji Potrošači imaju spram pojedinih institucija
3. Analiza i interpretacija podataka i rezultata te priprema publikacije.

3. ANALIZA NACIONALNIH POLITIKA, ZAKONODAVNIH I INSTITUCIONALNIH OKVIRA TE PRAKSE

3.1. OSVRT NA POSTOJEĆI ZAKON O ZAŠTITI POTROŠAČA NN 19/22, 59/23

Donošenjem trenutno važećeg zakona o zaštiti potrošača (NN 41/14), zakonodavstvo Republike Hrvatske u potpunosti je usklađeno s pravnom stečevinom Europske unije ali ne može se generalno reći da je to učinjeno na najbolji mogući način.

Iako su pojedine smjernice, primjerice o nepoštenim odredbama u potrošačkim ugovorima, o nepoštenoj poslovnoj praksi i o odgovornosti za materijalne nedostatke, gotovo doslovno preuzete u naše propise, pa čak i šire u smislu da su se potrošačka pravila unosila i u institute općeg obveznog prava, što se može pohvaliti, ipak se nije dovoljno pazilo da sve te odredbe budu međusobno usuglašene. Takva situacija čini cijeli sustav jako nepreglednim i otežava potrošaču laiku ali i tijelima od interesa za potrošače da ih pravilno primjenjuju.

Zakonom o zaštiti potrošača uređuje se zaštita osnovnih prava potrošača pri kupnji proizvoda i usluga i pri drugim oblicima stjecanja proizvoda i usluga na tržištu, i to:

1. pravo na zaštitu gospodarskih interesa potrošača,
2. pravo na zaštitu od opasnosti za život, zdravlje i imovinu,
3. pravo na pravnu zaštitu potrošača,
4. pravo na informiranje i izobrazbu potrošača,
5. pravo na udruživanje potrošača sa svrhom zaštite njihovih interesa, pravo na predstavljanje potrošača i sudjelovanje predstavnika potrošača u radu tijela koja rješavaju pitanja od interesa za potrošače

Neki dijelovi Zakona o zaštiti potrošača se lako primjenjuju u praksi kao što je GLAVA III Ugovori o prodaji na daljinu i prodaja izvan poslovnih prostorija trgovca, dok s druge strane potrošači se najviše susreću s problemima kada je u pitanju reklamacija proizvoda. Pasivnost trgovca, spor nadzor Tržišne inspekcije i potencijalni troškovi vještačenja postavljaju trgovca kao jaču stranu na tržištu roba i usluga, a potrošača oštećenog. Zakonodavni okvir određuje obveze trgovca međutim sami potrošači svoje obveze ne shvaćaju dovoljno ozbiljno ili s njima nisu dovoljno dobro upoznati. Prilikom kupovine potrošač se dužan informirati o uvjetima prodaje i zatražiti informacije o proizvodu.

U nastavku donosimo osvrt na pojedine sporne dijelove zakona s prijedlozima izmjena.

DRUGI DIO - POSLOVANJE TRGOVACA S POTROŠAČIMA

GLAVA I. OPĆE ODREDBE

ČLANAK 8. - UVJETI PRODAJE

- Vezano uz st.1 članka 8. potrebno je definirati točno mjesto gdje je potrebno istaknuti uvjete prodaje. Nije dovoljno napisati istaknuti jasno, vidljivo i čitljivo jer svaki pojedinac jasno, vidljivo i čitljivo tumači na svoj način te često ispada da su ti uvjeti istaknuti negdje iza naplatnog pulta nekim malim slovima koja se ne mogu pročitati s takve udaljenosti a iza naplatnog pulta nije dozvoljeno. Stoga predlažemo da se odrede točne lokacije gdje uvjeti trebaju u poslovnici

biti istaknuti (tipa na pultu kod blagajne, u izlogu, u kabinama za presvlačenje, na oglasnim panoima prodavaonice i sl. ovisi o kakvim se prodajnom mjestu radi).

- Potaknuti čestim pozivima potrošača da im nisu htjeli zamijeniti proizvod kupljen u trgovini naš prijedlog bi bio da se u članku 8. doda stavka:

„Trgovac je dužan jasno i vidljivo istaknuti informaciju omogućava li zamjenu proizvoda te u kojem roku“

Obrazloženje: neki trgovci u okviru dobrih poslovnih običaja omogućuju zamjenu ispravnog proizvoda ili povrat proizvoda iako to nije zakonska obveza. Takva praksa je u korist potrošača, no izaziva zbunjenost kod potrošača jer misle da se ispravni proizvod može zamijeniti kod svih trgovaca. Kada bi mogućnost zamjene bila jasno istaknuta spriječili bi nespornost i velik broj prigovora i upita potrošača oko zamjene ispravnog proizvoda.

ČLANAK 12. - NEŽELJENE KOMUNIKACIJE PUTEM TELEFONA I / ILI PORUKA

Unatoč odredbi st.1 članka 12 trgovci bi uz to trebali tražiti suglasnost potrošača da ga se smije kontaktirati iako možda nisu upisani u „Registar ne zovi“.

Obrazloženje: većina starijih potrošača nije upoznata s načinom kako se upisati u registar „Ne zovi“ ili nemaju nikog tko bi im mogao pomoći kod upisa pa svakodnevno trpe navalu poziva koje im upućuju trgovci na daljinu s namjerom prodaje robe koja je većinom precijenjena i manje kvalitete ili se radi o “medicinskim” proizvodima na što najčešće starije osobe nasjedaju.

- **Prijedlog je: registar „Ne zovi“ bi trebalo preformulirati u registar „Zovi“** i to na način da se potrošači sami mogu upisati, a kod sklapanja ugovora tele operateri su dužni dati obavijest o mogućnosti upisa i isti realizirati ako to potrošač želi.

ČLANAK 14. - PLAĆANJE PREDUJMOM

Stavak 2. „Ako trgovac nije ispunio ugovor, dužan je vratiti potrošaču uplaćeni predujam uvećan za zakonske zatezne kamate, računajući od dana primitka predujma do dana isplate, što je moguće prije, a najkasnije u roku od sedam dana od dana raskida ugovora.“

Prijedlog: Ako trgovac nije ispunio ugovor u ugovorenom roku dužan je potrošaču vratiti uplaćeni iznos uvećan za naknadu u iznosu od 50% vrijednosti proizvoda u roku od 7 dana od dana proteka roka za isporuku proizvoda. Isto se odnosi i na djelomičnu isporuku proizvoda.

Ukoliko je potrošač pretrpio drugu štetu zbog neisporučenog proizvoda u ugovorenom roku, utoliko trgovac mora platiti i naknadu za tu štetu.

Obrazloženje: trgovci kasne s isporukom proizvoda /usluga po 60 i više dana od roka ugovorenog u ugovoru o kupnji. Potrošač je nemoćan i ostaje na duži period i bez novaca i bez robe/usluge što je posebno problematično kod namještaja ali i građevinskih radova.

ČLANAK 16. - NEPLAĆENE DOSPJELE NOVČANE TRAŽBINE

Stavak 1. „Izdavanje opomene radi naplate neplaćenih dospjelih novčanih tražbina nije dopušteno naplaćivati.“ - npr. Telemach uredno naplaćuje slanje opomene. Trebalo bi se ustrojiti tijelo koje će s vremena na vrijeme provesti nadzor tog članka i stavka.

GLAVA II. POSEBNI OBLICI PRODAJE

ČLANAK 19. - OPĆE ODREDBE

Vezano uz **stavke 4 i 6** nadodali bi da: **Trgovac ne smije oglašavati posebni oblik prodaje za proizvod koji je unutar 30 dana unatrag prodavao po cijeni nižoj od istaknute kao poseban oblik prodaje.**

Obrazloženje: trgovac oglašava posebni oblik prodaje za označeni proizvod, a isti unutar 30 dana prodavao je po redovnoj cijeni koja je niža od cijene istaknute u posebnom obliku prodaje (akcija, sniženje, popust).

ČLANAK 23. - ROBA S GREŠKOM

Također utvrditi neki određeni način označavanja poput zaseban stalak/prostor ili sl. i naznačiti grešku na proizvodu, i provoditi češći nadzor nad primjenom članka.

Obrazloženje: Često je slučaj da se roba s greškom uopće ne izdvoji od ostale robe ili je na njoj samo nalijepljena neka etiketa međutim nigdje nema pojašnjena što ta etiketa znači pa dovodi potrošače u zabludu da su kupili jednostavno proizvod koji je po sniženoj cijeni ne znajući da ima grešku. Kada potrošač utvrdi da greška postoji tada mu ne žele zamijeniti proizvod izvlačeći se na to da je bilo naznačeno. Da, ali tako da to potrošaču nije ništa značilo niti je mogao znati što to znači jer pojašnjena za navedene oznake nije bilo.

GLAVA III. JAVNE USLUGE KOJE SE PRUŽAJU POTROŠAČIMA

ČLANAK 26. - SAVJETODAVNO TIJELO I POVJERENSTVO ZA REKLAMACIJE POTROŠAČA

Potrebno je detaljnije propisati rad Povjerenstava i Savjetodavnih tijela. Broj predstavnika, naknada za rad u tijelima, obveza donošenja Poslovnika o radu tijela kako bi navedena tijela bila funkcionalnija i korisnija.

- Budući da nije propisan sastav tijela, predstavnika potrošača je uvijek manje od ostalih predstavnika te su isti uvijek nadglasani jer se zaključci donose većinom glasova.
- Vezano uz st. 10 primijetili smo **da se ne izrađuju takvi akti** („Postupak osnivanja, način rada te prava i obveze članova savjetodavnog tijela odnosno povjerenstva za reklamacije potrošača uređuju se aktima javnopravnih tijela iz stavaka 1., 2. i 4. ovoga članka odnosno trgovaca iz stavaka 5. i 6. ovoga članka.“) **Predlažemo da se kao privitak zakonu propiše/donesu jedinstven oblik /predložak Poslovnika o radu Savjetodavnog tijela/ Povjerenstva za reklamacije** koji bi sadržavao najmanje podatke o području djelovanja povjerenstva (područja o kojima mogu davati mišljenje), naknade za rad i trošak dolaska članova tijela.
- Da se propiše obveza dostavljanja/upisivanja Odluka o osnivanjima Povjerenstava/Savjetodavnih tijela u neakve Registre ili na nadzor Ministarstvu gospodarstva radi lakše provedbe nadzora o postojanju takvih tijela. Zbog nepostojanja takvih akata većina javnopravnih tijela i JLS-ova ne isplaćuju nikakvu naknadu troškova dolaska na sjednice te taj trošak dolaska snosi sam predstavnik potrošača.

GLAVA IV. NEPOŠTENA POSLOVNA PRAKSA

POGLAVLJE I. OPĆE ODREDBE

POGLAVLJE II. ZAVARAVAJUĆA POSLOVNA PRAKSA

POGLAVLJE III. AGRESIVNA POSLOVNA PRAKSA

Odredbe navedene u Poglavlju I. , II. i III. od **članka 33. do 42.** osobito članak 40. stavak 3. i 5. potrebno je redovito nadzirati (ne samo prema prijavi i po unaprijed određenom planu) te strogo kažnjavati od strane Državnog inspektorata, **bez davanja mogućnosti otklanjanja navedenih prekršaja.**

Upravo zbog neprovođenja ili nepravodobnog provođenja nadzora starije osobe podliježu napornim i agresivnim prodavačima preko telefonskih linija.

DIO TREĆI POTROŠAČKI UGOVORNI ODNOSI

GLAVA I. OPĆE ODREDBE

ČLANAK 48. - ROK ZA ISPUNJENJE UGOVORA O KUPOPRODAJI

Potrebno je točno definirati „naknadni razumni rok“ iz stavka 3. ovog članka.

Obrazloženje: zbog nedefiniranog razumnog i naknadnog roka za ispunjenje trgovci kasne s isporukom proizvoda ili dijela proizvoda (najviše kod namještaja i uređaja) i po nekoliko mjeseci i potrošači su u takvim slučajevima bespomoćni. Obveza trgovca da plati potrošaču kamate na uplaćeni iznos je smiješna i iznosi nekoliko eura za robu plaćenu nekoliko tisuća eura, dakle, potrošač nema uplaćenu kuhinju niti tisuće eura koje je platio prije tri, četiri ili šest mjeseci, niti saznanje kada će dobiti svoju robu.

GLAVA III. SKLAPANJE UGOVORA IZVAN POSLOVNIH PROSTORIJA I UGOVORA NA DALJINU

POGLAVLJE I. OPĆE ODREDBE O UGOVORIMA SKLOPLJENIM IZVAN POSLOVNIH PROSTORIJA I UGOVORIMA SKLOPLJENIM NA DALJINU

Odjeljak 1. Predugovorne obavijesti

ČLANAK 60. - OPĆE ODREDBE

Stavak 6. Trgovac bi trebao jasno i argumentirano dokazati umanjene vrijednosti robe kada se radi o jednostranom raskidu ugovora sklopljenog na daljinu.

Obrazloženje: prilikom raskida ugovora sklopljenih na daljinu trgovci često uvjetuju raskid ugovora plaćanjem naknade za umanjene vrijednosti robe. Tu naknadu trgovci sami odrede, a ista je često u visini gotovo polovice vrijednosti proizvoda i to za proizvode koje potrošač uopće nije koristio i vraća ih u originalnoj ambalaži. Stvarajući mu osjećaj dodatnih troškova, na taj način trgovac želi odvratiti potrošača od raskida ugovora u danom roku.

ČLANAK 73. - SKLAPANJE UGOVORA O USLUGAMA NA DALJINU PUTEM TELEFONA

Stavak 1. „U slučaju sklapanja ugovora o uslugama na daljinu putem telefona trgovac je dužan potrošaču dostaviti ponudu na trajnom mediju na način kojim će nedvojbeno biti moguće utvrditi trenutak zaprimanja ponude.“ - U neformalnim razgovorima i u nekoliko poziva od strane potrošača pa čak i iz osobnog iskustva, da telekomunikacijski operateri ne dostavljaju nikakvu ponudu. Čak niti ugovor već navode da plaćanjem prvog računa prihvaćaš ponuđeno/ugovoreno. Prema tom članku to nije u redu, netko bi trebao vršiti nadzor nad takvim „Ugovorima“.

DIO PETI INSTITUCIONALNI OKVIR ZAŠTITE POTROŠAČA**GLAVA I. NOSITELJI ZAŠTITE POTROŠAČA****POGLAVLJE I. NACIONALNO VIJEĆE ZA ZAŠTITU POTROŠAČA I JEDINICE LOKALNE SAMOUPRAVE****ČLANAK 133. - JEDINICE LOKALNE SAMOUPRAVE**

Kao dokaz o provedbi odredbi iz članka JLS trebale bi dostaviti nadležnom Ministarstvu ugovor o zapošljavanju osobe koja će provoditi zadane poslove/ opis poslova postojećeg zaposlenika u čijem djelokrugu su zadani poslovi/sklopljen ugovor s udrugom koja je preuzela te obveze za njih.

Ili da se oformi Registar i utvrdi datum do kojeg bi trebalo unijeti podatke na godišnjoj razini poput financijskih izvještaja ili slično. Za nepoštivanje podnošenja izvješća/dokaza trebale bi biti propisane financijske kazne.

ČLANAK 139. - SAVJETOVANJE, INFORMIRANJE I IZOBRAZBA POTROŠAČA

Stavak 4. „Jedinice lokalne samouprave dužne su osigurati prostor za obavljanje poslova savjetovanja potrošača iz Nacionalnog programa zaštite potrošača udrugama ili drugim fizičkim ili pravnim osobama za zaštitu potrošača koji su odabrani temeljem javnog natječaja iz stavka 2. ovoga članka tijekom njegove provedbe.“

Kada poslove savjetovanja, informiranja i izobrazbe potrošača obavlja udruga na temelju javnog natječaja za JLS tada bi bilo potrebno zakonski odrediti minimalni iznos koji JLS mora dodijeliti udruzi za obavljanje tih poslova. Taj iznos ne bi trebao biti manji od 50% iznosa zajamčene minimalne plaće.

Obrazloženje: na taj način bi građanima bilo osigurano kontinuirano savjetovanje osigurano od JLS.

DIO ŠESTI INSPEKCIJSKI NADZOR**ČLANAK 148. - NAČELO OPORTUNITETA**

Ako trgovac za kršenje zakona dobije opomenu i rok da nepravilnost ukloni bez izricanja novčane kazne u praksi će i dalje nastaviti kršiti zakon.

Smatramo da se i prvi prekršaj treba kazniti (možda nešto manjim iznosom) a svaki idući sve višim iznosom uz dani rok za otklanjanje utvrđenog prekršaja.

GLAVA II. NACIONALNI PROGRAM ZAŠTITE POTROŠAČA**ČLANAK 137. (VAŽEĆI)**

(1) Nacionalnim programom zaštite potrošača određuju se ciljevi, mjere, prioritetna područja te aktivnosti u provođenju politike zaštite potrošača u određenom razdoblju.

(2) Nacionalni program zaštite potrošača odlukom donosi Vlada Republike Hrvatske za razdoblje od četiri godine.

(3) Ministarstvo nadležno za područje zaštite potrošača izvješćuje Vladu Republike Hrvatske o ostvarivanju politike zaštite potrošača iz Nacionalnog programa zaštite potrošača najkasnije do kraja drugog kvartala tekuće godine, za prethodno razdoblje.

Treba mijenjati i uskladiti s političkim sustavom Republike Hrvatske na način:

GLAVA II STRATEGIJA I PROGRAM ZAŠTITE POTROŠAČA

ČLANAK 137. (PRIJEDLOG)

(1) Strategijom zaštite potrošača određuju se ciljevi, mjere, prioritetna područja te aktivnosti u provođenju politike zaštite potrošača. Strategiju zaštite potrošača donosi Hrvatski Sabor.

(2) Temeljem Strategije zaštite potrošača Vlada Republike Hrvatske odlukom donosi Nacionalni program zaštite potrošača za razdoblje od četiri godine.

(3) Temeljem Nacionalnog programa zaštite potrošača JLP(R)S donose godišnje Planove provedbe Nacionalnog programa zaštite potrošača.

(3) Ministarstvo nadležno za područje zaštite potrošača izvješćuje Vladu Republike Hrvatske o ostvarivanju politike zaštite potrošača iz Nacionalnog programa zaštite potrošača najkasnije do kraja drugog kvartala tekuće godine, za prethodno razdoblje.

(4) Vlada Republike Hrvatske izvješćuje Hrvatski Sabor o stanju zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj kroz izvješće o provedbi Nacionalnog programa zaštite potrošača u četverogodišnjem razdoblju.

Obrazloženje:

Politika zaštite potrošača je jedna od prioritetnih politika EU. U pristupnim pregovorima za članstvo u EU Republika Hrvatska se obvezala da će u Saboru imati savjetodavno tijelo za zaštitu potrošača, što nikada nije realizirano. Prijašnjim zakonskim rješenjima Vlada je davala godišnje izvješće o stanju zaštite potrošača u Saboru a sadašnjim Zakonskim rješenjima, čak je i Vlada RH isključena iz provedbe politike zaštite potrošača.

Činjenica je i da je Ministarstvo u sukobu interesa kao resorno ministarstvo za zaštitu potrošača, jer činjenično trgovački lobi definira „prava“ potrošača.

U Hrvatskom političkom sustavu Vrhovno zakonodavno tijelo je Sabor i ne može svoje ovlasti i zadaće prenijeti na Vladu RH, te joj de facto dati zakonodavnu funkciju.

Da bude jasnije npr. Savjetodavno tijelo za zaštitu potrošača javnih usluga u JLS imenuje predstavničko tijelo, a ne izvršno tijelo. Pa nema zakonske opravdanosti da tako ne bude i u Republici Hrvatskoj da savjetodavno tijelo imenuje Sabor, a ne Vlada RH, koja je u praksi tu ovlast spustila na resorno ministarstvo.

Isto je za javna tijela, a Sabor je javno tijelo, a kako je sadašnji Zakon dvosmislen tj. može se tumačiti kako kome odgovara, Sabor nema savjetodavno tijelo za zaštitu potrošača, a donosi sve Zakone koji se tiču potrošača.

Stoga Zakon o zaštiti potrošača, bar u ovom dijelu treba uskladiti s Ustavom RH, posebno glede nadležnosti, jer sadašnjim rješenjem je u provedbi politike zaštite potrošača RH Vlada RH, pa čak i resorno ministarstvo nadređena (iznad) Hrvatskoga Sabora, što je protuustavno.

3.2. PRIMJENA ZAKONA U PRAKSI

S obzirom na najkritičnije točke trenutnog zakona, činjenicu da se povjerenstva za zaštitu potrošača u javnim poduzećima čije je osnivanje zakonska obveza najčešće ne postoje ili se osnuju pro forma a sankcije za to nema te se Državni inspektorat se uglavnom proglašava nenadležan za većinu pritužbi; daljnje aktivnosti našeg istraživanja bile su umjerene na dva segmenta koje Udruge za zaštitu potrošača u radu prepoznaju kao veliki problem:

1. inspekcijske službe i nedostatak komunikacije i podrške prema potrošačima te suradnje s organizacijama civilnog društva
2. Povjerenstva za zaštitu potrošača pri javnim poduzećima, gradovima i općinama i problem njihovog ne ustrojavanja ili neučinkovitog djelovanja

3.2.1. INSPEKCIJSKE SLUŽBE

U Republici Hrvatskoj nadzor nad provođenjem Zakona o zaštiti potrošača i drugih propisa iz zaštite prava potrošača provode tržišni inspektori Državnog inspektorata. Državni inspektorat središnje je tijelo državne uprave za inspekcijske poslove ustrojen kao središnji državni ured i područni uredi. U RH djeluje 5 područnih ureda. Za obavljanje poslova inspekcijskog nadzora i drugih stručnih poslova iz djelokruga područnih ureda u istima se ustrojavaju službe, odjeli te ispostave.

Područni ured Osijek sa sjedištem u Osijeku obavlja inspekcijski nadzor na području Brodsko-posavske županije, Osječko-baranjske županije, Požeško-slavonske županije, Virovitičko-podravске županije i Vukovarsko-srijemske županije.

Područni ured Rijeka sa sjedištem u Rijeci obavlja inspekcijski nadzor na području Istarske županije, Ličko-senjske županije, Primorsko-goranske županije, te Grada Paga i Općina Kolan i Općina Poveljana.

Područni ured Split sa sjedištem u Splitu obavlja inspekcijski nadzor na području Dubrovačko-neretvanske županije, Splitsko-dalmatinske županije, Šibensko-kninske županije i Zadarske županije, osim Grada Paga i Općina Kolan i Općina Poveljana.

Područni ured Varaždin sa sjedištem u Varaždinu obavlja inspekcijski nadzor na području Krapinsko-zagorske županije, Koprivničko-križevačke županije, Međimurske županije i Varaždinske županije.

Područni ured Zagreb sa sjedištem u Zagrebu obavlja inspekcijski nadzor na području Bjelovarsko-bilogorske županije, Karlovačke županije, Sisačko-moslavačke županije, Zagrebačke županije i Grada Zagreba.

U ustrojstvenom obliku Državnog inspektorata Tržišna inspekcija radi u okviru Sektora za nadzor trgovine, usluga i zaštite potrošača koji obuhvaća:

- Službu nadzora sigurnosti neprehrambenih proizvoda - obavlja inspekcijske i druge stručne poslove koji se odnose na primjenu zakona i drugih propisa u području nadzora primjene propisa koji se odnose na sukladnost i sigurnost proizvoda, obavlja provjeru općih sigurnosnih zahtjeva za proizvode, tehničkih zahtjeva za proizvode, graničnih vrijednosti i/ili značajki kvalitete proizvoda, načine utvrđivanja i praćenja kvalitete proizvoda, provjere provedenih postupaka ocjenjivanja sukladnosti s propisanim zahtjevima, provjere dokumenata o sukladnosti, isprava koje moraju imati proizvodi, označivanje, obilježavanje i oglašavanje proizvoda, pravodobno obavješćivanje o opasnostima koje proizvodi mogu predstavljati, te po potrebi povlačenje proizvoda s tržišta, brze razmjene službene obavijesti u Sustavu brzog uzbunjivanja za neprehrambene proizvode (RAPEX) o mjerama i radnjama u pogledu proizvoda koji predstavljaju ozbiljan rizik za sigurnost potrošača, te obavlja i druge poslove u okviru svoga djelokruga.

- Službu nadzora trgovine i usluga - obavlja inspekcijske i druge stručne poslove koji se odnose na primjenu i provođenje zakona i drugih propisa u području trgovine, elektroničke trgovine, posredovanja u prometu nekretninama, usluga, zabrane i sprječavanja neregistriranog obavljanja djelatnosti trgovine i usluga te obavlja i druge poslove u okviru svoga djelokruga.
- Služba zaštite ekonomskih interesa potrošača obavlja inspekcijske i druge poslove koji se odnose na primjenu i provođenje zakona i drugih propisa u području zaštite potrošača pri prodaji proizvoda i pružanja usluga, cijene proizvoda i usluga, javnih usluga koje se pružaju potrošačima, označavanja i pakiranja proizvoda, isprava koje moraju imati proizvodi u prometu, i drugi oblici obilježavanja po posebnim propisima.
- Služba obavlja i poslove u vezi s centralnim informacijskim sustavom za zaštitu potrošača (CISZP) u dijelu nadzora nad tržištem i poslove koordinacije s drugim javnopravnim tijelima odgovornim za nadzor nad provedbom

propisa kojima se uređuje zaštita potrošača u vezi s funkcioniranjem Jedinственог ureda za vezu u području prekograničnih prekršaja.

U praksi, ukoliko potrošač smatra da je došlo do povrede potrošačkog prava upućuje pisani prigovor trgovcu na koji je isti dužan odgovoriti u roku od 15 dana. Ukoliko potrošač nije zadovoljan zaprimljenim odgovorom može uputiti prijavu tržišnoj inspekciji.

Trgovac koji pruža javnu uslugu mora osigurati mogućnost podnošenja reklamacija u dva stupnja te je dužan osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača kojem potrošač može podnijeti reklamaciju u slučaju nezadovoljstva odgovorom pružatelja javne usluge na pisani prigovor.

Povjerenstvo mora pisano odgovoriti potrošačima na zaprimljene reklamacije u roku od 30 dana od dana zaprimanja reklamacije.

Prema članku 142. Zakona o zaštiti potrošača tržišni inspektor će uzeti u obzir prijavu potrošača tek nakon što je potrošač iscrpio postupke podnošenja pisanih prigovora trgovcu ili davatelju javne usluge, odnosno podnošenja reklamacije povjerenstvu u slučaju nezadovoljstva odgovorom pružatelja javne usluge na pisani prigovor.

Stoga, nakon što je potrošač iscrpio postupak podnošenja pisanih prigovora trgovcu, a smatra da su njegova osobna potrošačka prava i dalje povrijeđena, može podnijeti prijavu Službi za zaštitu ekonomskih interesa potrošača na jedan od slijedećih načina:

Putem mrežne stranice Državnog inspektorata:

<https://dirh.gov.hr/podnosenje-prijava/83>

Putem Centralnog informacijskog sustava za zaštitu potrošača (CISZP)- <https://prijava.mingo.hr/CD/prijava.jsp>

poštom na adresu:

Državni inspektorat
SEKTOR ZA NADZOR TRGOVINE, USLUGA I ZAŠTITE POTROŠAČA
Šubićeva 29, 10 000 Zagreb

osobno u Pisarnici Državnog inspektorata.

Kada potrošač šalje prijavu inspekciji potrebno je priložiti prigovor podnijet trgovcu, odgovor trgovca na prigovor (ukoliko

je trgovac odgovorio na prigovor), presliku računa o kupnji proizvoda ili usluge i drugu eventualnu pisanu komunikaciju s trgovcem. Temeljem sadržaja prijave inspektor procjenjuje da li postoje uvjeti (zakonske pretpostavke) za pokretanje postupka inspekcijskog nadzora na okolnosti na koje se ukazuje u prijavi. Obavijest o rezultatima inspekcijskog nadzora koji je proveden povodom predstavke biti će dostavljena pisanim putem podnositelju prijave.

Dosadašnja praksa suradnje udruga za zaštitu prava potrošača i Državnog inspektorata nije zadovoljavajuća. Inspekcijsko tijelo ne surađuje niti održava komunikaciju s udrugama niti na lokalnoj niti na razini saveza. Nije moguće ostvariti kontakt niti u pogledu konzultacija predstavnika udruga niti u službenoj niti neslužbenoj komunikaciji, dok je u medijskim istupima predstavnika inspektorata vrlo često negativno ili neistinito izražavanje o udrugama za zaštitu potrošača.

Smatramo da bi uspostavom komunikacije i uvođenjem posebnih kanala komunikacije za predstavnike udruga za zaštitu potrošača, kao što imaju neka regulatorna tijela, postigli učinkovitiju pomoć u informiranju potrošača. Kada bi se u kontaktu s inspektorima dobile informacije vezane uz stav i mišljenje o pojedinim potrošačkim pitanjima i pojavnostima lakše bi informirali i savjetovali potrošače.

Drugi je problem što se tržišni inspektori imaju različita mišljenja i stavove o istim problemima te se postupanja inspekcije za istu stvar razlikuje po područnim uredima ili čak i među inspektorima istog područnog ureda. Takva neujednačenost dovodi do pravne nesigurnosti potrošača te olakšava trgovcima zaobilaženje propisa ili njihovo kršenje.

Također, niti Ministarstvo ne pruža potporu niti inicijativu da kao resorno tijelo podržava komunikaciju Državnog inspektorata i udruga za zaštitu prava potrošača kao ključnih dionika zaštite prava potrošača. Stječe se dojam da opstrukcija međusektorske suradnje i komunikacije tijela s udrugama odgovara i resornom ministarstvu i inspekcijskom tijelu jer time direktno otežavaju rad udrugama i kvalitetniju pomoć i podršku potrošačima.

Sve navedeno potvrđuje i činjenica da niti jedan područni ured nije odgovorio na poslanu zamolbu za ispunjavanje upitnika. U sklopu aktivnosti provedeno je istraživanje u obliku upitnika s šest pitanja koji je bio upućen svim područnim uredima inspektorata (njihovim pročelnicima ureda i voditeljima službi za zaštitu potrošača). Upitnik je bio na raspolaganju kroz google formu u razdoblju od 26.01.-10.02.2024. što smatramo dovoljnim vremenom ako netko ima volje sudjelovati u istraživanju. Pitanja koja smo postavili odnose se broj zaprimljenih predmeta na godišnjoj razini, broj riješenih predmeta na godišnjoj razini, broj riješenih predmeta u korist potrošača na godišnjoj razini, koji je najčešći predmet prijave, koliki broj prijava se odnosi na materijalni nedostatak, koliki broj prijava se odnosi na predugi rok otklanjanja nedostatka/ rješavanja reklamacije ili prigovora.

3.2.2. POVJERENSTAVA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA PRI JAVNIM PODUZEĆIMA

Primjenom zakona o zaštiti potrošača potrošači imaju gdje ostvariti svoja prava, posebno u području javnih usluga. Trgovac koji pruža javnu uslugu dužan je osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača te na transparentan, objektivan i ne diskriminirajući način, nakon mišljenja savjetodavnog tijela, donositi odluke koje se odnose na zaštitu prava potrošača. Iznimno, za pojedine djelatnosti koje obavljaju trgovci koji imaju do pet zaposlenih može se osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača pri Hrvatskoj obrtničkoj komori ili Hrvatskoj gospodarskoj komori. Potrošač podnosi **reklamaciju** trgovcu/pružatelju javne usluge tek nakon što je zaprimio odgovor trgovca/pružatelja javne usluge na pisani prigovor ili ako nije zaprimio odgovor u propisanom roku od 15 dana. Samo povjerenstvo ima rok od 30 dana za odgovor na zaprimljenu reklamaciju. Trgovac/pružatelj javne usluge je dužan omogućiti podnošenje reklamacije osobno u poslovnim prostorijama, putem pošte i elektroničke pošte.

Predstavničko tijelo jedinice lokalne samouprave koja odlučuje o pravima i obvezama potrošača – korisnika javnih usluga dužno je također osnovati savjetodavno tijelo u čijem radu sudjeluje i predstavnik udruge za zaštitu potrošača.

Nažalost, većina javnih poduzeća ne poštuje Zakon i nema osnovano Povjerenstvo ili njegov sastav nije u skladu s navedenim odredbama. Nadalje, većina gradova i općina ima oformljena savjetodavna tijela no nisu u potpunoj funkcionalnosti jer se sastoje samo prilikom donošenja cjenika ili odluka koje donose JLS. Smatramo da je takav način rada navedenih tijela čista administrativna procedura te ne doprinosi poboljšanju zaštite potrošača. Bilo bi korisno da navedena tijela raspravljaju i o konkretnim i najčešćim pitanjima potrošača s teritorijalnog područja djelovanja kako bi se pokušala pronaći rješenja i poboljšanja koja bi bila na korist svim potrošačima.

U vidu analize stanja na terenu projektnog područja (Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske, Brodsko-posavske, Međimurske i Varaždinske županije) provedeno je kratko istraživanje putem online upitnika koji je upućen na Javna poduzeća i Jedinice lokalne samouprave. Istraživanje predstavljamo u nastavku.

ISTRAŽIVAČKI CILJ 1:

Analiza rada Povjerenstava za zaštitu potrošača

ISTRAŽIVAČKA PITANJA:

1. Naziv javnog poduzeća :
2. Ima li Vaše poduzeće osnovano Povjerenstvo za reklamacije potrošača ?
3. Ako je odgovor da, od koje godine imate osnovano Povjerenstvo za reklamacije potrošača?
4. Je li u rad Povjerenstva uključen predstavnik udruge za zaštitu potrošača?
5. Članovi udruga potrošača imenovani su :
 - a) Na određeno vremensko razdoblje
 - b) Do opoziva
6. Odluke Povjerenstva se donose :
 - a) Odlučuje 1 osoba (u nedostatku kvoruma)
 - b) Odlučuje većina članova
7. Ima li Vaše Povjerenstvo poslovnik/ pravilnik o radu ?
8. Prema Vašem mišljenju donošenje jedinstvenog Pravilnika/ Poslovnika o radu bi doprinijelo većoj kvaliteti rada?
9. Koliko često imate sjednice Povjerenstva ?
10. Koji je omjer članova Povjerenstva za reklamacije potrošača?
 - a) Ravnopravan odnos zaposlenika poduzeća i predstavnika udruga za zaštitu potrošača
 - b) Veći broj zaposlenika
 - c) Veći broj članova udruga za zaštitu potrošača
11. Koliko pritužbi Povjerenstvo riješi na godišnjoj razini?
12. Najveći broj pritužbi se odnosi na :
 - a) Nerazumijevanje računa i Općih uvjeta poslovanja
 - b) Kršenje prava potrošača (krivi obračun i sl.)
 - c) Povjerenstvo razmatra zamolbe potrošača za smanjenje računa

13. Da li se zapisnici/odluke dostavljaju na uvid predstavnicima Udruga za zaštitu potrošača ili da li se dostavlja kopija zapisnika Udrugama ?

14. Da li se na zapisnicima / odlukama izdvaja mišljenje predstavnika Udruga za zaštitu potrošača

15. Prema Vašem mišljenju postoji li prostora za poboljšanje rada Povjerenstva za reklamacije potrošača? Više mogućih odgovora

- a) Češće sjednice
- b) Jednak omjer članova (predstavnika udruga i poduzeća)
- c) Informiranje građana o njihovim obvezama bi smanjio broj pritužbi

16. Naziv udruge za zaštitu potrošača (koju predstavlja član Povjerenstva):

METODE PRIKUPLJANJA PODATAKA

1. Upitnik o radu Povjerenstava za zaštitu prava pacijenata

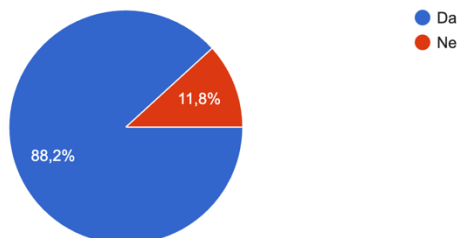
REZULTATI

Upitnik je upućen na ukupno 97 javnih poduzeća i jedinica lokalne samouprave projektnog područja. Zaprimali smo samo 17 odgovora s napomenom da smo neke javna poduzeća morali zamoliti u nekoliko navrata.

Očitovala su se iduća tijela:

- Baranjska čistoća d.o.o.
- VODOVOD-OSIJEK d.o.o. Osijek
- GKP ČAKOM d.o.o.
- Općina Cestica
- POLET d.o.o. Vinkovci
- Općina Vidovec
- Općina Ljubešćica
- ČISTOĆA d.o.o. Varaždin
- Autobusni prijevoz d.o.o. Varaždin, Gospodarska 56
- Općina Sveti Juraj na Bregu
- Općina Pribislavec
- Općina Selnica
- Općina Veliki Bukovec
- Grad Lepoglava
- Elektromodul d.o.o.
- NAŠIČKI VODOVOD d.o.o.
- Našički park d.o.o.

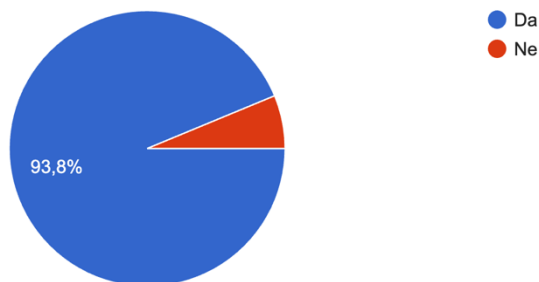
Ima li Vaše poduzeće osnovano Povjerenstvo za reklamacije potrošača ?
17 odgovora



Većina tijela koja je ispunila upitnik ima osnovano Povjerenstvo (njih 88,2 % u odnosu na broj ispitanika, odnosno 15 ispitanika s napomenom da je jedno Povjerenstvo imalo u sastavu predstavnika Udruga koje je ugašena te je samim time Povjerenstvo nevažeće). Ako rezultat sagledamo u omjeru svih Poduzeća na koje je upitnik upućen rezultat je itekako poražavajući. Također važno je napomenuti da je nakon pokretanja ovog upitnika u OBŽ došlo do osnivanja čak 3 Povjerenstva što upućuje na zaključak da kada bi se češće preispitivala ova zakonska obveza,

ili pratilo njezino poštivanje, rezultat bi potencijalno bio puno bolji bar u kontekstu postojanja tijela za zaštitu potrošača iako o učinkovitosti rada ovdje ne možemo govoriti.

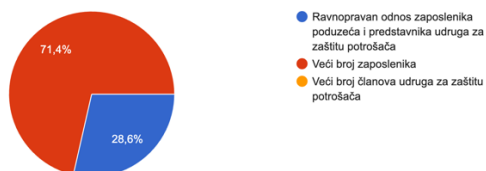
Je li u rad Povjerenstva uključen predstavnik udruge za zaštitu potrošača?
16 odgovora



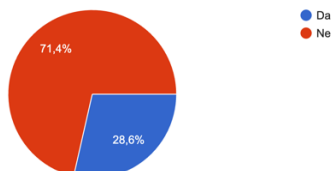
Većina povjerenstava (93,8%) zadovoljava zakonsku obvezu uključivanja predstavnika udruge za zaštitu potrošača u svoj sastav, mandati se mahom (73,3 %) donose do opoziva članova te su se sva javna poduzeća (100%) izjasnila kako Povjerenstvo odluke donosi većinom glasova članova. S obzirom da naši članovi – najčešće je riječ samo o 1 članu – čine manjinu te se sukladno očitovanju ispitanika u čak 71,4 % slučajeva mišljenje predstavnika Udruga za zaštitu

potrošača ne izdvađa na zapisnicima iako je možda u koliziji sa mišljenjem zaposlenika poduzeća koji u brojnim slučajevima štite prije interes poduzeća u odnosu na interes potrošača; teško da možemo govoriti o nekoj učinkovitoj zaštiti i mehanizmima kojima možemo zaštititi prava samih potrošača.

Koji je omjer članova Povjerenstva za reklamacije potrošača?
14 odgovora

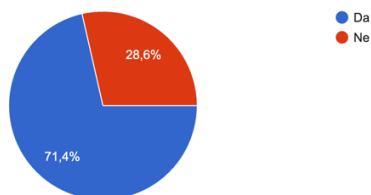


Izdvađa li se na zapisnicima / odlukama mišljenje predstavnika Udruga za zaštitu potrošača ?
14 odgovora

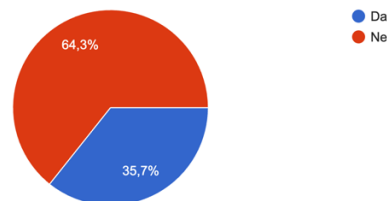


Ono što je važno za istaknuti da većina javnih poduzeća nema Pravilnik /Poslovnik o radu te da se 71,4 % ispitanika izjasnilo kako smatra da bi donošenje jedinstvenog pravilnika/poslovnika o radu doprinijelo većoj kvalitete rada što i mi smatramo kao jednim od ključnih točaka kojima ćemo usmjeriti naš daljnji rad s ciljem unaprjeđenja trenutne potrošačke politike u RH.

Prema Vašem mišljenju donošenje jedinstvenog Pravilnika/ Poslovnika o radu bi doprinijelo većoj kvaliteti rada :
14 odgovora



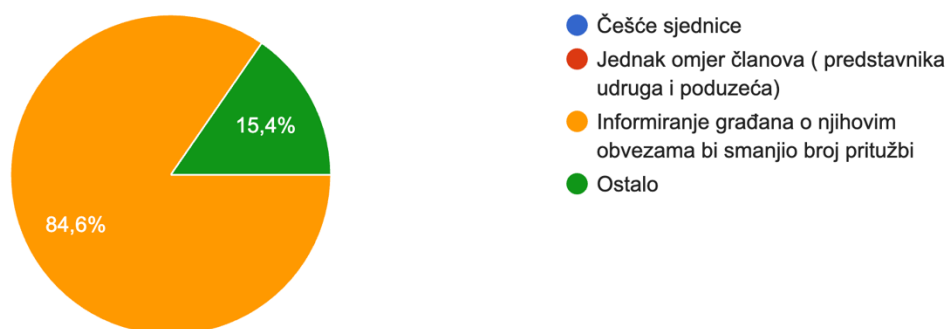
Ima li Vaše Povjerenstvo poslovnik/ pravilnik o radu ?
14 odgovora



Na koncu ispitanicima je bilo postavljeno pitanje što bi prema njihovom mišljenju utjecalo na poboljšanje rada samih Povjerenstva. 84,6 % ispitanih javnih poduzeća naznačilo kako je to isključivo Informiranje građana i 2 ispitanika označilo ostalo ne navodeći na što su konkretno mislili što nam ne pomaže u definiranju problema.

Prema Vašem mišljenju što bi doprinijelo poboljšanju rada Povjerenstva za reklamacije potrošača?
Više mogućih odgovora.

13 odgovora



Zakon o zaštiti potrošača nažalost ne propisuje detaljno rad Povjerenstava za zaštitu potrošača korisnika javnih usluga stoga rad Povjerenstva i funkcionalnost ovisi o znanju i iskustvu predstavnika potrošača. Broj i sastav povjerenstva nisu propisani, praksa pokazuje da su predstavnici potrošača u manjini (većinom 1 predstavnik potrošača) u odnosu na ostale članove koji su imenovani ispred osnivača. Iz tog razloga odluke se donose već unaprijed dogovoreno kako to povjerenstvu (osnivaču) odgovara a često je to na štetu potrošača. Naš prijedlog je da zakon detaljizira način rada Povjerenstva i da se niže navedene preporuke implementiraju u rad povjerenstava.

Planirana zagovaračka kampanja bit će usmjerena ka idućim ciljevima:

- Detaljno urediti rad savjetodavnih tijela za zaštitu potrošača (kroz jedinstvene pravilnike, smanjen broj članova).
- Informirati građane o radu Povjerenstava i mogućnosti slanja prigovora na Povjerenstva kao drugostupanjska tijela.
- Jasno odrediti nadležnosti inspekcija u slučajevima kada su u pitanju javna poduzeća koja nisu osnovala Povjerenstva prema ZOZP-u i sankcionirati iste.
- Sastaviti i javno objaviti jedinstvenu bazu poduzeća koja imaju Povjerenstva kako bi se građanima olakšao postupak slanja prigovor

4. POTROŠAČKA POLITIKA U OČIMA GRAĐANA

Za mjerenje zadovoljstva potrošača ne postoje jedinstvene tehnike koje će riješiti problem. Zadovoljstvo se mjeri kombinacijom različitih postupaka kako bi se došlo do rezultata. Udruge za zaštitu potrošača na izvoru su informacija što stvarno potrošači misle o svojim pravima i gdje su ona najčešće povrijeđena. Analizirati zadovoljstvo potrošača može se nizom metoda ali u nastavku osvrnut ćemo se na ključne dvije: analizu praćenja pritužbi sugestija te ispitivanje potrošača koje smo proveli putem kratkog online upitnika.

4.1. SUSTAVNO PRAĆENJE ŽALBI I SUGESTIJA OD POTROŠAČA

Jedna od ključnih metoda kako možemo mjeriti zadovoljstvo potrošača je sustavno praćenje žalbi i sugestija od potrošača. Prema Zakonu o zaštiti potrošača, potrošači su zaštićeni u određenim uvjetima. Kako bi se postiglo što veće zadovoljstvo potrošača potrebno je kontinuirano pratiti te situacije. Potrošačke udruge već dugi niz godina prate situaciju na terenu te mogu iz prve ruke posvjedočiti o tome kojom se dinamikom i u kojem smjeru razvijala politika zaštite potrošača u HR.

Najveći broj pritužbi koji stiže u CEIP se odnosi na materijalni nedostatak proizvoda i mogućnosti reklamacije u zakonskom roku.

Potrošače prvo upućujemo u postupak prigovora prema trgovcu, a potom u prijavu prema institucijama (Tržišnoj inspekciji pri Državnom inspektoratu). Potrošači traže objašnjenje razlike između ostvarivanja svojih prava koje im pruža jamstvo i zakonskih prava na temelju odgovornosti za materijalne nedostatke. Kako je Republika Hrvatska u Zakon preuzela direktivu koja se odnosi na materijalne nedostatke potrošačima najveći problem predstavlja servisiranje tek kupljenog proizvoda i teret dokaza uslijed čega je došlo do kvara. Kada su u pitanju tehnički proizvodi (laptop, TV, pametni satovi) kod prijave Tržišnoj inspekciji proizvod ide na vještačenje, a trošak snosi strana za koju se dokaže da je odgovorna.

Na drugom mjestu nalaze se pritužbe na elektroničke komunikacije - u djelu koji se odnosi na nepoštenu poslovnu praksu prema Zakonu o zaštiti potrošača, ali i nerazumijevanje Općih uvjeta poslovanja od strane potrošaču u praksi se događa da potrošači potpišu ugovor ne čitajući Opće uvjete poslovanja, tijekom korištenja zaključuje da su pristali na uvjete koji im ne odgovaraju.

Slijede sve ostale javne usluge koje se pružaju potrošačima (komunalne usluge, električna energija i plin).

Razvojem digitalnih tehnologija raste broj pritužbi na kupnju putem web shopova (povrat proizvoda, reklamacije na području EU), ali i na lažne web stranice. Kada se radi o kupnji putem interneta potrošači ostvaruju svoja prava pozivajući se na svoje pravo na jednostrani raskid ugovora od 14 dana. Kod lažnih web stranica upućujemo potrošače na pravo na povrat novca od strane banke ako je plaćeno karticom i ako se dokaže da se radi o prevari. Najmanji broj pritužbi odnosi se na sigurnost hrane (istek roka trajanja).

Unatoč educiranosti i visokoj svijesti potrošača broj pritužbi koji stiže u Udrugu se povećava i potreba za svakodnevnim savjetovanjem i rješavanjem individualnih pritužbi je sve izraženija.

Značajan broj pritužbi potrošača koje zaprima ROZP odnosi se na kupnju na daljinu. Najčešće se radi o kupnji putem društvenih mreža gdje se potrošač ne informira o trgovcu i proizvodu te vrlo lako povjeruje oglasu misleći da se radi o regularnom webshopu a ustvari se radi o lažnim oglasima privatnih osoba. Na takvu kupnju ne primjenjuju se odredbe ZZP i ZOO niti je nadležna tržišna inspekcija, stoga potrošači gotovo nikako ne mogu ostvariti neko svoje pravo. Takvi oglasi nemaju istaknute uvjete poslovanja, podatke o trgovcu, podatke o načinu podnošenja prigovora i načinu povrata kupljene robe. Te podatke bi potrošač trebao provjeriti prije kupnje.

Veliki broj pritužbi odnosi se na materijalni nedostatak i trajanje popravka proizvoda. Do toga dolazi zbog odredbe zakona na koju ne možemo utjecati no mogli bi se ugledati na druge države u kojima je odredba ista ali je uobičajena praksa da popravak traje puno kraće. U idućem periodu udruge za zaštitu potrošača će predložiti izmjene zakona u djelu koji se odnosi na materijalni nedostatak i zatražiti konkretne robove za rješavanje reklamacija.

Velik broj nesporazuma i upita nastaje zbog zahtjeva potrošača za zamjenom kupljenog proizvoda. U Hrvatskoj je praksa da dio trgovaca omogućava zamjenu ispravnih proizvoda u okviru dobrih poslovnih običaja. Dio trgovaca ne provodi takvu praksu što dovodi do zbunjenosti i nesporazuma jer se potrošači prilikom kupovine ne informiraju omogućava li trgovac zamjenu ili povrat ispravne robe ili ne. Naša preporuka je da se u zakon unese odredba koja bi obvezala trgovca da na vidljivom mjestu jasno istakne omogućava li zamjenu ispravnih proizvoda kako bi se izbjegli nesporazumi jer potrošači često smatraju da se odredba o mogućnosti povratka kupljene robe na daljinu odnosi i na robu kupljenu u trgovini.

4.2. ISPITIVANJE KUPACA O NJIHOVOM ZADOVOLJSTVU

Ispitivanje kupaca o njihovom zadovoljstvu se provodi s ciljem kako bi se saznalo što potrošač želi, s čim nije zadovoljan, s čim nije. Za potrebe ovog istraživanja od listopada do prosinaca 2023. pokrenut je internetski upitnik za građane.

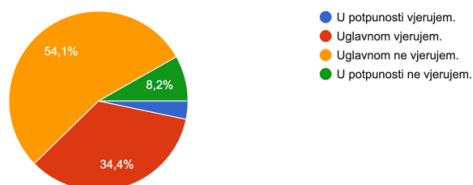
Cilj mu je bio:

- prikupiti informacije o stavovima i povjerenju potrošača
- utvrditi i rangirati institucije kojima potrošači vjeruju
- detektirati osnovna područja u kojima potrošači prepoznaju potrebu za unaprjeđenjem

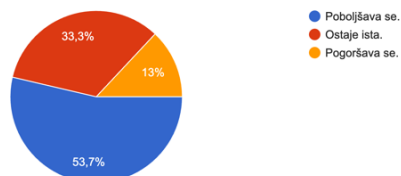
Upitnik je ispunilo ukupno 128 ispitanika.

Iako možemo zaključiti kako je opće mišljenje potrošača o stanju u Hrvatskoj itekako negativno te da je čak 54,1% ispitanika izjavilo kako ne vjeruju da su danas u Hrvatskoj prava potrošača lako ostvariva ipak većina od njih (čak 53,7% ispitanika) smatra da pomaka na bolje ima.

Vjerujete li da su u Hrvatskoj prava potrošača lako ostvariva ?
122 odgovora

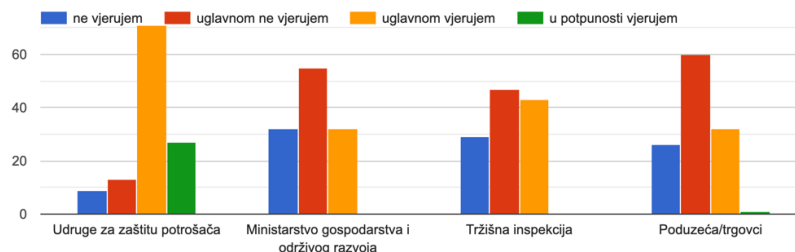


Biste li rekli da se situacija u području zaštite potrošača tijekom posljednjih nekoliko godina poboljšava, ostaje ista kao i prije ili da se pogoršava?
123 odgovora



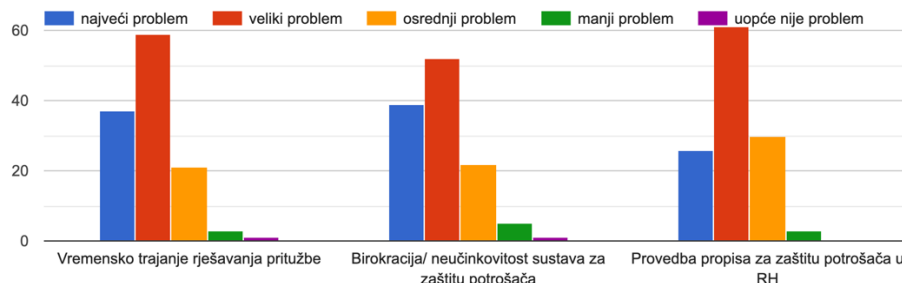
Kada govorimo o povjerenju u pojedine institucije u očima potrošača Poduzeća odnosno trgovci te Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja su institucije u koje ne polažu nimalo vjere i većina se izjasnila kako im uglavnom ne vjeruju ili nimalo ne vjeruju. U slučaju tržišne inspekcije postoje oprečna mišljenja i jednaka zastupljenost građana koji vjeruju i ne vjeruju ovog instituciji. U očima potrošača, Udruge ulijevaju najviše povjerenja iako kako vidimo i ovdje prostora za napredak ima.

Za svaku instituciju/organizaciju recite da li joj se uopće ne vjerujete, uglavnom ne vjerujete, uglavnom vjerujete ili im u potpunosti vjerujete.



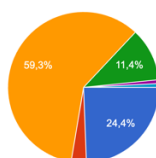
Potrošači su putem upitnika ocjenjivali tri izdvojena problema: vremensko trajanje rješavanja pritužbi, birokraciju i provedbu propisa. Iz odgovora koje smo zaprimili determinirati koji od tri ponuđena problema možemo izdvojiti kao alarmantniji je teško jer je u sva tri slučaja gotovo 60% ispitanika definiralo svaki kao veliki problem.

Za svaku karakteristiku recite mi je li ona najveći problem, veliki problem, osrednji problem, manji problem ili uopće nije problem :



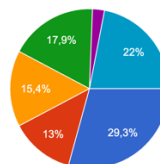
Posljednji blok pitanja odnosio se na mišljenja potrošača o područjima u kojima vide potrebu za promjenama i većom učinkovitosti. Većina ispitanika stavila je naglasak na pojednostavljenje i skraćivanje postupaka (59%) te svakako brže i učinkovitije rješavanje pritužbi (29,3%). Čak 24,4 % građana smatra da bi se povećala učinkovitost politike za zaštitu potrošača donošenjem novog zakona. Na 4. mjestu je svakako edukacija građana što mi smatramo da je jedna od važnijih metoda kojom možemo značajnije i direktnije utjecati na unaprjeđenje potrošačke politike u Hrvatskoj je samo educiran i osviješten potrošač može snažno vršiti pritisak na sve dionike i na taj način ne samo zaštititi svoja prava već graditi temelje pravednije politike.

Što bi trebalo promijeniti u procesnim pravilima kako bi se povećala učinkovitost politike za zaštitu potrošača?
123 odgovora



- Zakone / novi zakoni
- Ne mijenjati često zakone
- Pojednostavniti (skratiti) postupak rješavanja pritužbe
- Veća zastupljenost izvansudskog rješavanja sporova
- Odabrati 5
- Promijeniti vladajuće, smanjiti korupciju i proglorirati korumpirane. Krenuti sa promjenama samog vrha da bi se i ost...

Što bi, prema Vašem mišljenju, trebao biti najvažniji prioritet u provedbi politike zaštite potrošača?
123 odgovora



- Brže i učinkovitije rješavanje pritužbi
- Veće kazne za trgovce
- Izmjene Zakona o zaštiti potrošača i srodnih propisa koje osiguravaju veća prava
- Veće ovlasti udruga za zaštitu potrošača
- Senzibilizacija (manja birokracija)
- Tržišne inspekcije prilikom nadzora
- Edukacija građana

5. ZAKLJUČCI ISTRAŽIVANJA

Glavni cilj politike zaštite potrošača jest poboljšanje kvalitete života građana i dio je cilja Europske unije kojim se želi osigurati da svi građani Europske unije uživaju visoke standarde zaštite potrošača. Politika zaštite potrošača u središtu je daljnjeg razvoja unutarnjeg tržišta, s osnovnim ciljem osiguranja slobode odabira proizvoda i usluga te pravom na povrat neispravnog proizvoda, visokim sigurnosnim standardima, kao i na informiranosti potrošača o sadržaju i kvaliteti proizvoda, pravom na jasne i transparentne ugovorne odredbe te na zaštitu od zavaravajuće i agresivne poslovne prakse. Činjenica da je potrošač slabija strana na tržištu, jer trgovac raspolaže s više znanja i informacija o proizvodima koje prodaje u odnosu na potrošača koji ih kupuje, može dovesti do neravnoteže na tržištu, i to na štetu potrošača. Upravo zbog toga potreban je kontinuirani razvoj europskog zakonodavstva u području zaštite prava potrošača. EU smjernice nastoje uskladiti zakonodavstva država članica tako da se pruži jednaka minimalna zaštita potrošača u svakoj zemlji, da bi potrošač mogao na to računati neovisno gdje na zajedničkom tržištu kupuje dobra ili usluge.

Hrvatska je u tom cilju usvojila, i dalje usvaja, brojne europske smjernice, ali ne može se generalno reći da je to učinjeno na najbolji mogući način.

U vezi s potrošačima i korištenjem njihovih prava primjećuje se slaba aktivnost. Iako trenutno postoji petnaestak aktivnih udruga, malo se rabi sustav zaštite kolektivnih interesa potrošača. Prvi primjer takve tužbe je tužba Udruge Franak iz 2011. protiv sedam poslovnih banaka. Čini se da su potrošači još uvijek više orijentirani na individualne tužbe i pritužbe inspektorima, moguće zbog slabije informiranosti i nedostatka edukacije, iako raste zajednička svijest o potrebi cjelovite zaštite svih potrošača. No udrugama treba priznati da su najviše pridonijele razvoju potrošačke kulture i senzibiliziranju javnosti za ovu problematiku putem raznih kampanja i suradnjom s medijima.

Osnovni problem ostaju državna tijela izvršne vlasti, sudska vlast i poslovni subjekti koji još uvijek ne mare dovoljno za malog potrošača.

Ono što i ovo istraživanje prepoznaje da je svakako nužno u što skorijem razdoblju mijenjati je:

1. Krenuti u izmjenu propisa koji uređuju odgovornost za materijalne nedostatke proizvoda-kroz izmjenu Zakona osigurati potrošaču brži i jednostavniji postupak rješavanja prigovora.
2. Detaljno definirati dio koji se odnosi na rješavanje reklamacije u „razumnom“ roku (staviti točan broj dana) i ispunjenje ugovora u „naknadnom“ (staviti točan broj dana) kako bi se izbjegla manipulacija trgovaca u postupku rješavanja.
3. Točno definirati ulogu JLS-a u provedbi Nacionalnog programa za zaštitu potrošača u djelu koji se odnosi na suradnju s udrugama za zaštitu potrošača npr. potrebno zakonski odrediti minimalni iznos koji JLS mora dodijeliti udruzi za obavljanje tih poslova. Taj iznos ne bi trebao biti manji od 75% iznosa zajamčene minimalne plaće.
4. Detaljno urediti rad savjetodavnih tijela za zaštitu potrošača (kroz jedinstvene pravilnike, smanjen broj članova).
5. Ubrzati postupak rješavanja pritužbe pri Tržišnoj inspekciji.
6. Oformiti info centre koji će pružati svakodnevnu individualnu podršku potrošačima (savjetovanje, informiranje)
7. Ukoliko se radi o proizvodu koji je nužno dobro, utoliko trgovac obavezno mora dati zamjenski proizvod potrošaču dok je njegov na servisu (potrošač kupi glačalo, hladnjak, klima uređaj i zbog materijalnog nedostatka na proizvodu isti završi na servisu u roku od 6 mjeseci od kupnje, trgovac je obavezan dati zamjenski proizvod potrošaču na korištenje dok se njegov ne vrati (u razumnom roku) sa servisa)

POPIS LITERATURE:

Zakon o zaštiti potrošača („Narodne novine“ 41/14, 110/15, 14/19)

Novi Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22 i NN 59/23

Nacionalni program zaštite potrošača 2021.-2024.

Zakon o obveznim odnosima

Zakon o predstavničkim tužbama za zaštitu kolektivnih interesa potrošača

Zakon o elektroničkim komunikacijama

Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi

Ustav Republike Hrvatske

Direktiva o Rezolucija o pravu na popravak

Izvješće o nepoštenoj poslovnoj praksi

New deal za potrošače: Komisija jača prava potrošača i njihovu primjenu

Marušić M., Vranešević T. Istraživanje tržišta, ADECO, Zagreb

Mintas Hodak, LJ.: Pravno okruženje poslovanja, Mate, Zagreb, 2010.

Zlatović, D.: Nepošteno tržišno natjecanje i poslovna praksa, Organizator, Zagreb, 2009.

<https://hgk.hr/usluge/lanstvo-u-udruenjima-zajednicama-arbitraa-i-mirenje/sud-casti>

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2098



POTROŠAČKA SNAGA