



УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ
ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ



ИСИДОРА Ђ. АЦИН

ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА ОД НЕПРАВИЧНЕ ПОСЛОВНЕ ПРАКСЕ

докторска дисертација

Ниш, 2015



UNIVERSITY OF NIS
FACULTY OF LAW



ISIDORA Đ. ACIN

CONSUMER PROTECTION OF UNFAIR COMMERCIAL PRACTICES

Doctoral disertation

Nis, 2015.

Подаци о ментору и члановима комисије:

Ментор: Редовни професор, др Милена Јовановић-Zattila, Универзитет у Нишу, Правни факултет.

Чланови комисије:

1. Др Александар Ћирић, редовни професор Правног факултета у Нишу, председник Комисије;
2. Др Милена Јовановић Zattila, редовни професор Правног факултета у Нишу, писац Извештаја, и
3. Др Татјана Јованић, ванредни професор Правног факултета у Београду, члан.

Датум одбране: 26. 10. 2015.

Подаци о докторској дисертацији

Наслов докторске дисертације: **Заштита потрошача од неправичне пословне праксе**

Резиме

Предмет и циљ истраживања у докторској дисертацији је анализа заштите потрошача од неправичне пословне праксе и неправичних одредби у потрошачким уговорима у праву Европске уније и усклађивање права Републике Србије. Директиве 2005/29/ЕУ и 93/13/ЕЕЗ су најважније директиве Европске уније у области права заштите потрошача у државама чланицама. Неправична пословна пракса између привредних субјеката и потрошача се дефинише као сваки поступак, пропуст, начин пословања и представљања, вид пословне комуникације при оглашавању или маркетинг трговца у вези са промоцијом, продајом или испоруком производа. Она битно ремети економско понашање потрошача и смањује његову способност да донесе одлуку засновану на свим потребним подацима и тиме га наводи да донесе одлуку о закључењу посла коју у другачијим околностима не би донео. Неправичне одредбе у потрошачким уговорима су оне закључене између трговца односно даваоца услуге и потрошача које нису биле појединачно уговоране а које су супротне начелу савесности и поштења и нарушавају равнотежу права и обавеза које настају на основу уговора а на штету потрошача. Истраживање заштите потрошача од неправичне пословне праксе и неправичних одредби у потрошачким уговорима у праву Европске уније засновано је на комбинацији различитих метода научно-истраживачког рада, истраживању литературе, и случајева из праксе у државама Европске уније и Републике Србије.

Значај потрошача као субјекта на тржишту Европске уније појављује се седамдесетих година двадесетог века. Уговором из Маастрихта (Maastricht Treaty, 1993.) створен је правни оквир за обухватнију његову заштиту и то: економских интереса, здравља и безбедности, права на информисаност, образовање и удруживање.

Анализа проблематике неправичне пословне праксе показује све већу осетљивост на питања која су за потрошача у свакодневном животу од велике важности. Он је често изложен обмањујућим и преварним манипулацијама. Шта ће конкретно бити непоштено у великој мери зависи од контекста у коме се неки пословни поступак остварује и које су

све околности и претпоставке одредиле да се тај поступак деси. Као пример агресивног рекламирања наведена је кампања за млеко у праху компаније „Нестле“.

Истраживање неправичних уговорних одредби показује да правна једнакост не значи увек и стварну једнакост уговорних страна на тржишту, обзиром да оне немају исту економску односно финансијску снагу, не располажу истим обимом и квалитетом информација и немају исти ниво пословног знања и вештине. У савременој производњи, дистрибуцији и трговини робама и услугама домаћи и прекогранични уговори се најчешће закључују коришћењем типских или формуларних уговора. Код унапред припремљеног типског уговора могуће је да одређени део садржаја уговарач индивидуално преговара са сваким сауговарачем. Међутим, код великог броја уговора једна страна је искључиво одредила садржај и условила његово закључење искључењем преговарања док друга страна има само слободу одлучивања да ли хоће или неће да га закључи. Постоји више начина за превазилажење проблема у виду неправичних уговорних одредби. Један је да надлежни суд утврди да ли је конкретна уговорна одредба неправична или не а други је њихово набрајање односно утврђивање тзв. „црне“ и „сиве“ листе. У раду је презентирана анализа правног уређења неправичних уговорних одредби у појединим државама Европске уније и Југоисточне Европе као и судске праксе неких земаља.

Преглед имплементације одредаба директива о неправичним одредбама у потрошачким уговорима и неправичној пословној пракси у национална законодавства држава чланица Европске уније пружа увид у моделе хармонизације са стандардима прописаним директивама.

Проблематика заштите потрошача разматрана је и са становишта специфичних подручја као што су одговорност произвођача за производе са недостатком, општа безбедност производа, безбедносни стандарди прехранбених производа и медицинских уређаја. Анализирана је и проблематика нелојалне конкуренције као вид неправичне пословне праксе која заводи потрошаче у односу на избор производа.

Презентирана је процесноправна заштита потрошача у праву Европске уније. Она обухвата: вансудско решавање потрошачких спорова, уређење посебних правнозаштитних облика (тужби) за заштиту колективних и дифузних интереса потрошача као и уређење посебних правила о међународној надлежности у потрошачким спорима.

Политика заштите права потрошача у Републици Србији углавном прати правна достигнућа Европске уније у тој области иако она није чланица. Имплементација директива у законодавство Републике Србије је пре свега у интересу њених грађана, а не само због испуњавања једног од услова за стицање статуса пуноправног члана. Искуства Европске уније у уређивању права потрошача су врло корисна и могу представљати модел у решавању спорова и у Републици Србији.

Основни законски оквир за заштиту потрошача у Републици Србији представља измењени и допуњен Закон о заштити потрошача донет 2014. године. Он нормативно пружа задовољавајућу заштиту али је потребно установити механизам за његову ефикасну примену. Није довољно само обезбедити законски оквир усаглашен са правним тековинама Европске уније него и ефикасно устројство и функционисање институција за његову примену.

Кључне речи: потрошач, неправична пословна пракса, неправичне одредбе у потрошачким уговорима, обмањујућа пракса.

Научна област: Право

Ужа научна област: Привредно и трговинско право

УДК број и класификациона ознака за дату научну област: С-144

Key data on doctoral dissertation

Title: Consumer Protection of Unfair Commercial Practices

Summary

The research subject and objective in this doctoral dissertation is the analyse the protection of consumers from unfair business practices and unfair terms in consumer contracts in the European Union law and harmonisation of the law of the Republic of Serbia. Directives 2005/29/EU and 93/13/EEZ are the two most significant European Union directives in the area of consumer protection law in the Member States. Unfair business practices between companies and consumers is defined as any trader action, failure, manner of doing business and representation, way of commercial communication in advertising or marketing related to the promotion, sale or delivery of products. It appreciably impairs the consumer's ability to make an informed decision, thus causing him to make transactional decision that he would not have taken otherwise. Unfair terms in consumer contracts are those concluded between trader and service provider and consumer which were not individually negotiated and which are contrary to the principle of professional diligence and honesty, thus disturbing the balance of rights and obligations arising from contracts at the consumer's expense. Research into the protection of consumers from unfair commercial practices and unfair terms in consumer contracts in the European Union law is based on a combination of various methods of scientific research, research of literature, and cases from the consumer protection practices in the European Union countries and Republic of Serbia.

The importance of consumers as subjects on European Union markets dates back to the 1970s. The Maastricht Treaty established legal framework for comprehensive protection, such as: economic interests, health and safety, the right to be informed, education and association.

The analysis of the problem of unfair commercial practices is showing an increasing sensitivity to issues of great importance for consumers in everyday life, often exposed to misleading and untruthful manipulation. What exactly will be unfair greatly depends on the context in which a business transaction is carried out and which circumstances and prerequisites determined the occurrence of this act. Example of aggressive advertising is campaign of Nestlé powder milk.

The analysis of unfair terms in consumer contracts shows that legal equality does not necessarily always mean actual equality of the contracting parties on the market, as they do not have the same economic, i.e. financial strength, the same volume and quality of information, and the same level of business knowledge and skills. In the case of prepared standard contracts, certain sections of the content can be individually negotiated between contracting parties. However, in a large number of contracts, one party exclusively determines the content of the contract and conditions of its conclusion by exclusion negotiation while the other party only has the freedom to decide whether they will conclude or not. There are several ways to overcome unfair terms in consumer contracts. One of it is that competent court decide whether a particular contractual terms is unfair or not. Another way is to enumerate those terms which shall in all circumstances be regarded as unfair such as the so-called black and gray lists. The dissertation presents an analysis of the legal setup of unfair terms in consumer contracts in individual countries of the European Union and Southeastern Europe, and the court practices of some countries.

An overview of the implementation of the provisions of directives on unfair terms in consumer contracts and unfair commercial practices in national legislations of the European Union member states provides an insight into the models of harmonisation with standards prescribed by directives.

The issue of consumer protection is also considered from the viewpoint of specific areas, such as the producer's responsibility for defective products, general product safety, and safety standards for food products and medical devices. The issue of unfair competition is considered as a form of unfair commercial practices, which misleading consumers concerning product choice.

The analysis of procedural legal consumer protection in the European Union law is presented. It includes out-of-court settlement of consumer disputes, institution of special legal protection forms (claims) for the protection of collective and diffuse consumer interests, as well as institution of special rules of international competence in consumer disputes.

Consumer protection policies in the Republic of Serbia, although not a member of European Union, are mostly follow *acquis communautaire* of the European Union. Implementation of directives into the Serbian legislation is, above all, in the interest of its citizens rather than fulfilment of one of the conditions for acquiring the status of full

membership. The experiences of the European Union in regulating consumer rights are useful and can present a model in dispute solving in the Republic of Serbia.

The base legislative framework for consumer protection in the Republic of Serbia is the Law on Consumer Protection adopted in 2014. Although it provides normatively satisfactory protection, but it is necessary to establish a mechanism for its efficient application. Legal framework harmonised with the *acquis communautaire*, without an efficient establishment and functioning of institutions for their application, tends to be insufficient.

Key words: Consumer, unfair commercial practices, unfair terms in consumer contracts misleading practices.

Scientific field: Law

Subscientific field: Business and Commercial Law:

UDK number and classification of scientific field: C-144

Садржај

I. Уводна разматрања.....	1
1. Предмет истраживања.....	1
2. Циљеви истраживања и хипотеза.....	5
3. Методологија истраживања.....	6
4. Дефиниција потрошача у праву Европске уније.....	6
4.1. Субјективни критеријум дефиниције потрошача.....	8
4.2. Функционални критеријум дефиниције потрошача.....	9
5. Политика и циљеви заштите потрошача у Европској унији.....	10
II. Неправична пословна пракса.....	15
1. Дефиниција неправичне пословне праксе.....	15
2. Просечан и угрожен потрошач.....	18
3. Методе хармонизације националних прописа држава чланица Европске уније са комунитарним прописима.....	19
III. Заштита потрошача од неправичне пословне праксе.....	23
1. Концепт неправичне пословне праксе.....	23
2. Заштита потрошача од неправичне пословне праксе у Европској унији.....	31
2.1. Опште одредбе о неправичној пословној пракси.....	31
2.2. Обмањујућа пословна пракса.....	33
2.2.1. Обмањујуће радње.....	34
2.2.2. Обмањујућа пропуштања.....	34
2.2.3. Црна листа обмањујуће пословне праксе.....	35
2.3. Агресивна пословна пракса.....	38
2.3.1. Црна листа агресивне пословне праксе.....	39
2.4. Преварно и упоређујуће оглашавање.....	40
2.4.1. Преварно оглашавање.....	41
2.4.2. Упоређујуће оглашавање.....	42
2.5. Имплементација Директиве 2005/29/EУ у национална законодавства држава чланица Европске уније.....	45
3. Заштита потрошача од неправичних уговорних одредби.....	49

3.1. Концепт неправичних уговорних одредби.....	49
4. Заштита потрошача од неправичних одредби у потрошачким уговорима у Европској унији.....	67
4.1. Правни основ за доношење Директиве 93/13/ЕЕЗ.....	67
4.2. Карактеристике и обележја Директиве 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима.....	68
4.2.1. Појам неправичних одредби у потрошачким уговорима.....	68
4.2.2. Критеријуми за одређивање неправичних одредби у потрошачким уговорима.....	72
4.2.3. Имплементација одредби Директиве 93/13/ЕЕЗ у националне правне системе држава чланица Европске уније.....	73
5. Специфична подручја заштите потрошача у праву Европске уније.....	75
5.1. Одговорност произвођача за производе са недостатком као вид заштите потрошача.....	75
5.2. Општа безбедност производа.....	80
5.3. Безбедносни стандарди прехранбених производа као облик заштите потрошача.....	85
5.4. Безбедносни стандарди за медицинске уређаје као вид заштите потрошача.....	89
5.5. Нелојална конкуренција.....	91
6. Процесноправна заштита потрошача у праву Европске уније.....	93
6.1. Вансудско решавање потрошачких спорова.....	94
6.2. Уређење посебних правнозаштитних облика (тужби) за заштиту колективних и дифузних интереса потрошача.....	100
6.3. Уређење посебних правила о међународној надлежности у потрошачким споровима.....	100
IV. Заштита потрошача од неправичне пословне праксе и неправичних уговорних одредби у Републици Србији.....	104
1. Извори права заштите потрошача у Републици Србији.....	104

1.1.	Уставни основ права заштите потрошача.....	104
1.2.	Закон о заштити потрошача.....	104
1.2.1.	Заштита потрошача од неправичне пословне праксе.....	106
1.2.1.1.	Обмањујућа пословна пракса.....	107
1.2.1.2.	Облици обмањујуће пословне праксе.....	109
1.2.1.3.	Насртљива пословна пракса.....	112
1.2.1.4.	Облици насртљиве пословне праксе.....	113
1.2.2.	Заштита потрошача у остваривању права из уговора који садржи неправичне уговорне одредбе.....	114
1.2.2.1.	Неправичне уговорне одредбе.....	114
1.2.3.	Заштита потрошача од производа са недостатком.....	117
1.3.	Заштита потрошача у Закону о облигационим односима.....	118
1.4.	Заштита потрошача у Закону о оглашавању.....	120
1.5.	Заштита потрошача у Закону о општој безбедности производа.....	126
1.6.	Заштита колективног интереса потрошача.....	128
1.7.	Потрошачки приговори и вансудско решавање потрошачких спорова.....	129
2.	Политика заштите права потрошача у Републици Србији	131
3.	Стратегија и институционални оквири за заштиту потрошача.....	133
3.1.	Министарство за трговину, туризам и телекомуникације.....	133
3.2.	Национални савет за заштиту потрошача.....	134
3.3.	Органи аутономне покрајине и јединице локалне самоуправе у функцији унапређења заштите потрошача.....	135
3.4.	Удружења и савези.....	136
3.5.	Савет потрошача.....	138
3.6.	Надзор над спровођењем Закона о заштити потрошача.....	138
4.	Национални програм заштите потрошача у Републици Србији за период од 2007. до 2012. године.....	139
5.	Стратегија заштите потрошача у Републици Србији за период од 2013. до 2018. године	144

V. Усклађивање права заштите потрошача у Србији са директивама Европске уније.....	148
1. Имплементација директива Европске уније о заштити потрошача у позитивно законодавство Републике Србије.....	148
1.1. Имплементација Директиве 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима у Закон о заштити потрошача Републике Србије.....	148
1.2. Имплементација Директиве 2005/29/ЕУ о неправичној пословној пракси у Закон о заштити потрошача Републике Србије	150
1.3. Имплементација Директиве 85/374/ЕЕЗ о одговорности произвођача за недостатке производа у Закон о заштити потрошача Републике Србије.....	152
VI. Заштита потрошача у пракси.....	154
1. Удружења и савези у остваривању права заштите потрошача.....	154
2. Примери судске заштите	162
3. Случајеви повлачења производа са недостатком са тржишта.....	172
4. Случајеви повлачења производа са тржишта у другим земљама.....	174
5. Контрола производа на тржишту.....	177
6. Обмана потрошача и фалсификати.....	184
7. Кодекс алиментаријус – заштита или не.....	191
8. Информисање и образовање потрошача.....	194
VII. Закључна разматрања.....	199
VIII. Литература.....	207
1. Цитирана литература.....	207
2. Консултована литература.....	212
3. Правни извори	216
3.1. Право Европске уније.....	216
3.2. Домаћи правни извори.....	222
4. Остали извори.....	224
4.1. Интернет извори.....	224

4.2. Дневне новине.....	224
IX. Биографија аутора.....	225

I. УВОДНА РАЗМАТРАЊА

1. Предмет истраживања

Предмет истраживања у докторској дисертацији је анализа заштите потрошача од неправичне пословне праксе (у даљем тексту: Директива 2005/29/EУ)¹ и неправичних одредби у потрошачким уговорима (у даљем тексту: Директива 93/13/ЕЕЗ)² у праву Европске уније и усклађивање и прилагођавање права заштите потрошача Републике Србије са правним достигнућима Европске уније. Ово су две најважније директиве у области права заштите потрошача у државама чланицама Европске уније.

Неправична пословна пракса између привредних субјеката и потрошача означава сваки поступак, пропуст, начин пословања или представљања, комерцијалну комуникацију која обухвата оглашавање или маркетинг трговца, директно повезане са промоцијом, продајом или испоруком производа потрошачима. Неправична пословна пракса битно ремети економско понашање потрошача коришћењем пословних поступака којима се смањује његова способност да донесе одлуку засновану на свим потребним подацима и тиме се наводи да донесе одлуку о закључењу посла коју у другачијим околностима не би донео.³

Неправичне одредбе у потрошачким уговорима су оне између трговца, односно даваоца услуге и потрошача које нису биле појединачно уговаране, а које су супротне начелу савесности и поштења, и као такве нарушавају равнотежу права и обавеза која настају на основу уговора, а на штету потрошача. У праву држава чланица Европске уније постоје уговори који садрже одредбе које нису појединачно преговаране, као што су: стандардни уговори, уговори по приступу или адхезиони уговори, уговори о општим

¹ *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005, concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directive 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council, (Unfair Commercial Practices Directive)*. OJL 149. 11.06.2005.

² *Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993, on unfair terms in consumer contracts*, OJL 95/29, 21.04.1993.

³ Члан 2(е) Директиве 2005/29/EУ.

условима пословања али и општи услови формуларних уговора, и опште уговорне клаузуле.⁴

Значај потрошача као субјекта на тржишту Европске економске заједнице појављује се седамдесетих година двадесетог века. Његова позиција као учесника на јединственом тржишту Европске уније значајно је промењена. Економска димензија коју има као корисник на јединственом тржишту Европске уније доводи га у позицију субјекта права потрошача, чија је заштита обезбеђена низом посебних правних правила. Од 1992. године, она се сврстава у аутономну политику Европске уније и њен правни аспект постепено се уводи у друге политике Европске уније. Право заштите потрошача је установљено да би се подстакло и омогућило стабилизовање економских и социјалних проблема који су постојали у периоду формирања јединственог тржишта Европске заједнице.⁵ Важност проблематике је изражена и у тзв. Зеленој књизи Европске уније⁶ где се указује да остваривање стратегије јединственог тржишта Европске уније, омогућује успостављање равнотеже између високог нивоа заштите потрошача и конкурентности предузећа.

Римски Уговор (Roma Treaty, 1957.) је углавном био заснован на идеји економске хармонизације и формирања заједничког тржишта, али није директно разматрано питање заштите потрошача, односно није установљен сврсисходан правни оквир за активности које би биле усмерене директно ка њима. Појавили су се саморегулишући механизми који су увели стандарде на бази необавезујућих правних норми.⁷ Ипак, Европска заједница је била принуђена да предузме активности којима су створени услови за побољшање правног оквира у државама чланицама у циљу побољшања позиције потрошача.

Крајем 1973. године, државе чланице Европске заједнице донеле су Економску повељу о заштити потрошача и њиховим правима којом су обухваћена: (1) право на заштиту и помоћ државе; (2) право на обавештавање и образовање потрошача; (3) право на

⁴ Н. Мисита, Уз десетогодишњицу директиве 93/13/ЕЕЗ о неправичним уговорним одредбама, *Зборник Правног факултета Свеучилишта Ријека*, 2004, Вол. 25, бр. 1, стр. 20-21.

⁵ N. Reich, *Diverse Approaches to Consumer Protection Philosophy*, *Journal of Consumer Policy*, 1991-1992, Vol. 14, p. 274.

⁶ Commission of the European Communities: *Green Paper on European Union Consumer Protection*, Com (2001) 531 final, Bruselss, 2.10.2001.

⁷ N. Reich, оп. цит. стр. 274.

удруживање у сврху заштите њихових интереса, и (4) право на представљање у телима која одлучују о проблематици од интереса за потрошаче. На овим принципима у Европској заједници настало је богато законодавство заштите потрошача.⁸

Уговором из Мастрихта (Maastricht Treaty, 1993.) уведено је ново поглавље XI: „Заштита потрошача“, установљавајући у члану 129а(1) правни оквир за законодавну активност увођења вишег нивоа правне заштите. Она постаје службена политика Европске заједнице. Право заштите потрошача је добило нови садржај редефинисањем поглавља XI односно увођењем новог поглавља XIV, тј. члана 153.⁹ У члану 153. Уговора о Европској унији се наводи да су права потрошача заснована на пет основних права уграђених у националне политике њених чланица. То су: 1) заштита потрошача и њихова безбедност, 2) заштита економских интереса потрошача; 3) право потрошача да буду информисани и образовани; 4) право на накнаду штете, и 5) удруживање и заступање потрошача ради остваривања сопствених права.¹⁰ У обједињеним текстовима Уговора о Европској унији и Уговора о функционисању Европске уније – Лисабонски уговор,¹¹ у поглављу XV у члану 169. задржан је претходни правни оквир заштите права потрошача.¹² У члану 12. Лисабонског уговора, наводи се да ће се захтеви потрошача узимати у обзир приликом дефинисања и спровођења осталих политика и активности Европске уније.

Позиција заштите потрошача у односу на друге учеснике на јединственом тржишту Европске уније постаје значајнија након усвајања одредби којима се мења Уговор о оснивању Европске економске заједнице и проширује њен правни оквир. Тиме су створени услови за подстицај развоју законодавства обухватајући и директиве које штитећи економске интересе потрошача обезбеђују њихов једнак правни положај на јединственом тржишту Европске уније.

Заштита потрошача од неправичне пословне праксе у Европској унији и имплементација тих директива у национални правни поредак држава чланица у највећем

⁸ М. Јовановић-Zattila, Правна заштита потрошача-међународни нормативни оквир, *Правни живот*, бр.10/2006., стр. 1097.

⁹ Оснивачки уговори Европске уније. Приредио Душко Лопандић, Канцеларија за придруживање Србије и Црне Горе Европској унији, Београд, 2003. стр. 136.

¹⁰ М. Јовановић-Zattila, *Правна заштита...* оп.цит. стр. 1098.

¹¹ *Consolidated version of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union, OJ of the European Union, 2008/C 115, 9.05.2008.*

¹² Члан 153. Уговора о Европској унији (пречишћен текст).

броју случајева се заснива на стандарду минималне хармонизације у складу са текстом у члану 153(5) Уговора о Европској унији. Стандард минималне хармонизације обезбеђује минимум заједничких захтева у спровођењу стандарда заштите потрошача остављајући државама чланицама овлашћење да одржавају или уводе строже заштитне мере од оних које су прописане директивама, у складу са одредбама Уговора о Европској унији.

Директиве су усмерене на хармонизацију националног правног поретка и представљају правне акте који обавезују државе чланице на које су адресиране у погледу циља који треба постићи. Као модел регулисања права потрошача директива обухвата две димензије - правну и политичку. Она подстиче унификацију комунитарног права, омогућујући у исто време правну надлежност држава чланица и обезбеђујући флексибилност у процесу имплементације. Ефекти примењених мера, треба да су подударни са условима и циљевима постављеним у одредбама директиве у односу на резултате који се очекују њеном имплементацијом.

Истраживања у дисертацији су структурирана и представљена у пет поглавља. У првом поглављу под насловом „Уводна разматрања“ дефинисан је предмет истраживања, циљеви, хипотеза и методологија истраживања. Појам потрошача у праву Европске уније приказан је у анализи и прегледу дефиниције у праву Европске уније. Политика и циљеви заштите потрошача у Европској унији представљени су на крају овог поглавља.

У другом поглављу које носи назив „Неправична пословна пракса“, анализа обухвата методолошка питања функционисања неправичне пословне праксе. Иако Директива 2005/29/ЕУ полази од заштите свих потрошача, у овом делу се посебно разматрају категорије просечног и угроженог потрошача. Представљене су методе хармонизације националних прописа држава чланица Европске уније са комунитарним прописима.

Треће поглавље под насловом „Заштита потрошача од неправичне пословне праксе“ обухвата анализу (1) Заштите потрошача од неправичне пословне праксе у Европској унији регулисане у Директиви Европског парламента и Савета 2005/29/ЕУ укључујући и одредбе о обмањујућим и упоређујућим оглашавањима и (2) Заштиту потрошача од неправичних одредби у потрошачким уговорима у Европској унији регулисане у Директиви Европског савета 93/13/ЕЕЗ. Ово поглавље садржи и разматрање

специфичних подручја заштите потрошача у праву Европске уније: (1) одговорност произвођача за штету од производа са недостатком као вид заштите потрошача у праву Европске уније, (2) општа безбедност производа, (3) безбедносни стандарди прехранбених производа као облик заштите потрошача, (4) безбедносни стандарди за медицинске уређаје као вид заштите потрошача и (5) нелојална конкуренција.

У четвртом поглављу под насловом “Заштита потрошача од неправичне пословне праксе у Републици Србији” разматрани су извори права заштите потрошача, политика заштите потрошача и институционални оквири остваривања права заштите потрошача у Републици Србији. У анализи се разматра и Национални програм заштите потрошача за период од 2007. до 2012. године, укључујући и одговарајуће законе (Закон о заштити потрошача, Закон о облигационим односима и заштита потрошача у посебним прописима (законима). Истраживања обухватају и процесно правне аспекте заштите потрошача, имајући у виду да је минималан оквир у државама Европске уније установљен бројним директивама и њихово преузимање у национално право само је једна од димензија. Спорови потрошача у појединим државама чланицама Европске уније обухватају сложена правна и економска питања и њихова компаративно правна анализа омогућује боље сагледавање недостатака правне заштите потрошача у Републици Србији.

У петом поглављу разматра се проблематика усклађивања права заштите потрошача од неправичне пословне праксе и неправичних одредби у потрошачким уговорима у Републици Србији са директивама Европске уније.

У шестом поглављу презентирани су случајеви заштите потрошача у пракси а у седмом под називом “Закључна разматрања” представљени су резултати истраживања у докторској дисертацији.

2. Циљеви истраживања и хипотеза

Циљеви истраживања у докторској дисертацији усмерени су на анализу заштите потрошача од неправичне пословне праксе и неправичних одредби у потрошачким уговорима у Европској унији и њихову имплементацију у законодавство Републике Србије, у сврху његовог усаглашавања са правом Европске уније.

Имајући у виду циљеве истраживања, а у складу са проблематиком истраживања, полази се од следећих хипотеза:

1. У Србији је могуће успоставити модел заштите потрошача од неправичне пословне праксе и неправичних одредби у потрошачким уговорима усаглашених са правним достигнућима у Европској унији;
2. Тестирати модел минималног усклађивања права заштите потрошача у Европској унији са правним прописима у Републици Србији о заштити потрошача и оценити да ли потрошачи у Србији имају исти обим заштите као и потрошачи у државама Европске уније.

3. Методологија истраживања

У складу са предметом истраживања и дефинисаним циљевима у дисертацији се користе адекватне методе научно-истраживачког рада уобичајене у друштвеним наукама.

То су следеће методе:

1. Метод историјског прегледа,
2. Метод компарације,
3. Метод индукције,
4. Метод дедукције,
5. Метод анализе,
6. Метод синтезе, и
7. Метод студије случаја.

4. Дефиниција потрошача у праву Европске уније

Дефиниција потрошача као учесника на јединственом тржишту Европске уније током времена се мењала и допуњавала. Економска димензија потрошача позиционирала га је као корисника активности на јединственом тржишту Европске уније. Дефиниција је измењена у смислу да се потрошач схвата и као чинилац који на јединственом тржишту у значајној мери доприноси развоју Европске заједнице. Процењује се да издаци око 490

милиона потрошача у Европској унији износе преко половине бруто националног производа држава чланица Европске уније.¹³ Потрошачу је додељена позиција субјекта права, коме се заштита обезбеђује посебним сетом правних норми. Од 1992. године, заштита потрошача чији је мотив остао повезан са процесом економске интеграције држава чланица Европске уније, била је једна од независних политика Европске уније. Правни аспект постепено се уводио и у друге политике Европске уније.

У Директиви Европског парламента и Савета о неправичној пословној пракси¹⁴ потрошачем се сматра свако физичко лице које у пословним односима на које се ова директива односи, делује у сврху која је изван његовог занимања, посла или професије. Слично претходној дефиницији, у Директиви Савета Европских заједница о неправичним одредбама у потрошачким уговорима¹⁵ потрошачем се означава свако физичко лице које у уговорима на које се ова директива односи делује у сврхе које су изван сфере његовог занимања, посла или професије.

У директивама које уређују проблематику заштите потрошача уочавају се разлике у дефиницији појма потрошач.¹⁶ У праву Европске уније није усвојена формулација једне опште дефиниције која би се користила у свим случајевима који се појављује у друштвеном животу. Дефиниција потрошача, правно формулисана у директивама, зависно од конкретне ситуације, може бити преширока или преуска.

Преширока дефиниција не би представљала проблем уколико би директива одредила минимално усклађивање, тако да поједине државе чланице Европске уније могу у својим националним законодавствима штитити одређени круг лица. Уколико би национално законодавство употребило преуски појам, претила би опасност да се због тога можда не би заштитила лица која би требало заштитити. Инструктивна су разјашњења дефиниције потрошача засноване на субјективном критеријуму, који садржи карактеристичне особине потрошача као физичког лица и функционалном критеријуму који је одређен карактером трансакције у којој потрошач учествује.

¹³ Europe Commission – Directorate General for Communication, *Your right as a consumer*, Brussels, 2006. p. 4.

¹⁴ Директива 2005/29/ЕУ, члан 2(а).

¹⁵ Директива 93/13/ЕЕЗ, члан 2(б).

¹⁶ Директива 85/577/ЕЕЗ; Директива 90/314/ЕЕЗ; Директива 94/47/, замењена Директивом 2008/122/ЕУ, Директива 97/7/ЕУ; Директива 98/6/ЕУ; Директива 99/44/ЕУ; Директива 2002/65/ЕУ, Директива 87/102/ЕЕЗ и Директива 1999/44/ЕУ.

4.1. Субјективни критеријум дефиниције потрошача

Субјективни критеријум дефиниције потрошача полази од његових карактеристичних особина као физичког лица. Те особине су нарочито испољене у члану 2(б) Директиве 93/13/ЕЕЗ; члану 2. Директиве 85/577/ЕЕЗ; члану 2(2) Директиве 97/7/ЕУ; члану 2(д) Директиве 2002/65/ЕУ; члану 1(2)(а) Директиве 87/102/ЕЕЗ; члану 1(2)(а) Директиве 1999/44/ЕУ, и члану 1е Директиве 98/6/ЕУ.¹⁷

У Директиви *timesharinga* дефиниција не обухвата потрошача *per se*, него купца као субјекта права коришћења непокретне имовине на основу *timesharing-a*. Разлике у основи произлазе из различите терминологије која је прихваћена у *timesharing* Директиви 2008/122/ЕУ.¹⁸ Појам потрошача обухвата и купца који се дефинише као свако лице које учествује у трансакцијама регулисане овом Директивом.

У тексту Директиве 90/314/ЕЕЗ се примењује шира дефиниција потрошача. У складу са чланом 2(4) Директиве означава лице које преузима или се слаже да преузме пакет (главни уговарач) или било које лице које се у име главног уговарача сагласило да купи пакет (друге користи) или било које лице којем главни уговарач или било који други корисник пренесе пакет (преносилац).¹⁹ Ова Директива обезбеђује заштиту потрошача који користи услуге предвиђене пакет путничким аранжманом и у исто време није директна страна у уговору.

¹⁷ Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985, to protect the consumer in respect of contract negotiated away from business premises, OJL 732, 31.12. 1985, Art.2. p 1; Council Directive 93/13/EEC of 5.April 1993, on unfair terms in consumer contract. OJL 095, 21.04. 1993, Art 2. p 1; Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1977, on the protection of consumers in respect of distance contract, OJL 144 4.06. 1997, Art 2 p.3; Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council of 23. September 2002, concerning the distance marketing of consumer financial services and Amending Council Directive 90/619/EEC and Directives 97/17/EC and 98/27/EC, OJL 21, 9.10.2002, p. 19; Council Directive 87/102/EEC of the December 1986, for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit, OJL 042, 12.02. 1987, p 2.; Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999, on certain aspect of the sale of consumer goods and associated quaranteess, OJL 171, 7.07. 1999, p 14.; Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998, on consumer prices of product offered to consumer, OJL 80, 18.3. 1999, p. 28.

¹⁸ Directive 2008/122/EC of the European Parliament and of the Council of 14 January 2009, on the protection of consumers in respect of certain aspect of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts, OJL No.33, 3.02.2009, art. 2(e)(f), p. 13.

¹⁹ Council Directive 90/314/EEC, of 13 June 1990, on package travel, package Holidays and package travel, OJL No. 158, 23.06.1990, At.2(4), p. 3.

Државе чланице Европске уније имају потпуну слободу одлучивања да ли ће прихватити ужу дефиницију потрошача, пружајући заштиту само физичким лицима или ће изабрати ширу, укључујући и друге субјекте на нивоу националног законодавства. Неуједначеност у дефинисању појма потрошача у законодавству Европске уније и држава чланица афирмисало је судску праксу Европског суда правде који је прихватио ужу дефиницију потрошача као физичког лица које је закључило уговор у сврхе изван свога занимања, посла или професије, тј. купује за своје потребе или потребе своје породице.

4.2. Функционални критеријум дефиниције потрошача

Функционални критеријум дефиниције потрошача полази од карактеристичних обележја потрошача као субјекта пословне активности у оквиру свога занимања, посла или професије.

Преовлађујућа дефиниција потрошача у директивама Европске уније у тексту Принципа уговорног права Европске заједнице²⁰ означава га као свако физичко лице које углавном закључује потрошачке уговоре у сврху која није намењена његовом занимању, послу или професији. Директива 85/577/ЕЕЗ²¹ га штити у погледу уговора закључених изван пословних просторија, а Директива Европског парламента и Савета 98/6/ЕУ²² штити од назначених цена производа који се нуде. Законодавство Европске уније пружа заштиту сваком физичком лицу које закључује потрошачке уговоре у сврху која се може сматрати да је изван његовог занимања, посла или професије односно купује производе у сврху која не спада у његову пословну активност или није у сфери његове професије.

У члану 1(2)(а) Директиве 87/102/ЕЕЗ дефиниција потрошача обухвата било које физичко лице које обавља делатност невезану за његову професију, пословну активност или привредну делатност. Сличан текст дефиниције се налази и у члану 2(б) Директиве 93/13/ЕЕЗ и члану 1(2)(а) Директиве 1999/44/ЕУ. Европски суд правде заузео је

²⁰ Acquis Group: *European Research Group on Existing European Community Private Law, Section 2, Article 1:201: Consumer.*

²¹ *Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985, to protect the consumer in respect of contract negotiated away from business premises*, OJL 732, 31.12. 1985.

²² *Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council on consumer protection in the indication of the prices of product offered to consumers*, Article 2(e).

становиште да само правни послови склопљени ради задовољавања индивидуалних потреба спадају у уговоре где се потрошач као уговорна страна може сматрати слабијом страном. Овај суд је дефинисао правне послове потрошача као уговоре склопљене између физичког лица које купује на тржишту производе и услуге за своје потребе, с једне стране и уговорне стране (трговца) који обавља послове који спадају у његову основну делатности или професионално занимање, с друге стране.²³

5. Политика и циљеви заштите потрошача у Европској унији

Политика заштите потрошача, као једна од заједничких политика држава чланица Европске уније у циљу успостављања јединственог тржишта, није била предвиђена у Уговору о оснивању Европске економске заједнице.²⁴ Средином седамдесетих година двадесетог века Европска комисија је усвојила резолуцију Европске заједнице²⁵ о привременом програму заштите потрошача. Том приликом је истакнуто његових пет основних права:²⁶

- 1) право на заштиту здравља и безбедност - коришћење добара и услуга не треба да представља опасност када се користи у нормалним условима. У случају да је производ или услуга штетна по здравље потрошача, потребно је обезбедити његово повлачење са тржишта;
- 2) право на заштиту економских интереса – купац мора бити заштићен од могућих злоупотреба, посебно када је реч о потрошачким кредитима;
- 3) право на накнаду и правни лек - потрошач има право на накнаду штете;

²³ E. Hondius, The Notion of Consumer: European Union versus Member States, *Sydney Law Review*, 2006. Vol. 28, p. 94.

²⁴ Европска економска заједница је економска интеграција западноевропских земаља коју су основале Римским уговором 25. марта 1957. године, Француска, Италија, СР Немачка, Белгија, Холандија и Луксембург, који је ступио на снагу 1. јануара 1958, чија примена је отпочела 1. јануара 1959. године (Treaty Establishing European Economic Community, EEC Treaty, Treaty of Rome, Rome 1957).

²⁵ Европска економска заједница прераста у Европску заједницу 1965. године, спајањем Европског заједничког тржишта (European Common Market), Европске заједнице за атомску енергију – Euroatoma (European Atomic Community) и Европске заједнице за угаљ и челик (European Coal and Steel Community).

²⁶ Council of the European Communities: *Council Resolution of 14. April 1975 on a Preliminary Programme of the European Economic Community for Consumer Protection and Information Policy* (Official Journal C 092, 25. 04. 1975 p. 0001).

- 4) право на информисаност и образовање - потрошач мора бити информисан о основним карактеристикама производа и услуга;
- 5) право на представљање – потрошачи морају бити представљени у осталим политикама Европске уније.

Јединствени европски акт²⁷ је са два амандмана проширио Римски уговор (1957.), којима су створени правни оквири за касније усвајање прописа које се односе на заштиту потрошача. Функционисање јединственог тржишта повезано је са усклађивањем услова те заштите у државама чланицама.²⁸

Уговором из Мастрихта²⁹ којим је измењен Уговор о оснивању Европске заједнице, политика заштите потрошача постаје званична политика Европске уније. Уговором из Амстердама у члану 153. дефинисан је садашњи минимални ниво заштите у Европској унији кроз права, као што су: 1) заштита здравља и безбедности потрошача; 2) заштита економских интереса потрошача; 3) право потрошача да буду информисани и образовани; 4) право на накнаду штете и 5) право на удруживање, заступање и учешће потрошача у остваривању својих права. То је учињено и због тога што су разлике у националним прописима у државама чланицама представљале препреку слободном промету роба и услуга и конкуренције на јединственом тржишту Европске уније. Са појавом “болести

²⁷ Јединствени европски акт (Single European Act) потписан је од тадашњих 12 земаља чланица Европске заједнице, дана 17. фебруара 1986. у Луксембургу, и 28. фебруара 1986. године, у Хагу. Ступио је на снагу 1. јула 1987. године. Јединствени европски акт је прва најважнија ревизија Римског уговора (Treaty of Rome, 1957.) којим је установљено јединствено тржиште (Single European Market) са циљем да се уклоне постојеће трговинске баријере између земаља чланица и повећа њихова конкурентност.

²⁸ Ступањем на снагу Јединственог европског акта првобитни економски циљ Европске економске заједнице означен у оснивачком уговору као стварање заједничког тржишта (common market), допуњен је новим, који је означен као унутрашње тржиште (internal market) - подручје без унутрашњих граница, на коме су обезбеђени слободно кретање лица и промет робе, услуга и капитала. Овако широк одређен појам унутрашњег тржишта преузет је и у уговору из Мастрихта о оснивању Европске уније поред израза заједничко и унутрашње, користи се и израз јединствено тржиште (single market) (Р. Вукадиновић, *Право Европске уније – четврто измењено и допуњено издање*, Центар за право Европске уније Правног факултета у Крагујевцу, Крагујевац, 2006. с. 180-181.

²⁹ Уговором из Мастрихта или како се често назива Уговор о Европској унији (Treaty on the European Union/ Maastricht Treaty) који је потписан 7. фебруара 1992. године и ступио на снагу 1. новембра 1993. године, тадашње чланице Европске заједнице (12 држава чланица) успоставиле су Европску унију као нову етапу у развоју економске интеграције. Овим уговором су постављени темељи монетарне уније, јединствене валуте –евро, заједничке спољне и безбедносне политике, заједничке одбрамбене политике, увођење држављанства Уније, блиске сарадње у правосуђу и унутрашњим пословима.

лудих крава”,³⁰ заштита здравља потрошача и безбедности животних намирница су избили у први план политике заштите потрошача у Европској унији.

Усвајањем Јединственог европског акта, затим Уговора о Европској унији и Амстердамског уговора,³¹ иницијални ниво уставне заштите потрошача значајно је повећан и представља једну од важних активности за остваривање основних комунитарних циљева Европске уније.

Права потрошача у Европској унији су један од стубова функционисања јединственог тржишта на којем они могу куповати производе који својим употребним, техничким, естетским, еколошким и правним стандардима задовољавају њихове жеље и потребе, као и међународне стандарде који се односе на квалитет и безбедност производа. Највећи део прописа органа Европске уније у примени европског права произлази из комунитарне политике заштите потрошача Европске уније.

У првобитној званичној стратегији и политици заштите потрошача у Европској унији (2002-2006.), наведена су три основна циља:³²

- 1) висок степен заштите;
- 2) примена у пракси прописа о заштити потрошача;
- 3) укључивање организација потрошача у праћење активности у вези примене политике заштите потрошача у Европској унији.

У овој стратегији се истиче да је потребна посебна ангажованост на помоћи представницима организација потрошача у циљу предузимања конкретних акција у заштити њихових интереса како у Европској унији тако и на нивоу држава чланица.

³⁰ Говеђа spongiformna encefalopatija, позната по енглеској скраћеници BSE (*Bovine spongiform encephalopathy*), као и по далеко популарнијем називу „болест лудих крава“ или кравље лудило, је смртоносна, неуродегенеративна болест говеда, која се шири инфекцијом на начин који је изненадио биологе који су је открили крајем двадесетог века. Иако никада није убијала стоку у обиму других сточних болести, као што су слинавка и шап, BSE је изазвала велику пажњу јер је извесно да се може пренети на људе и сматра се да је узрочник варијанте Creutzfeld Jakobove (Кројцфелд Јакобове) болести која уништава људски мозак (http://sh.wikipedia.org/wiki/bolest_ludih_krava).

³¹ Уговор из Амстердама (Treaty of Amsterdam), су потписали министри спољних послова земаља чланица Европске уније (15) 2. октобра 1997. године, и ступио је на снагу 1. маја 1999. године. Садржи додатке Уговора о Европској унији и као такав не замењује друге уговоре, него равноправно улази у правне прописе Европске Уније (http://en.wikipedia.org/wiki/Amsterdam_Treaty).

³² The Council of the European Union: *Council Resolution of 2. December 2002. on Community Consumer Policy Strategy 2002-2006*. Press release 376, 2470th Council meeting: Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs, Brussels, 2-3 December 2002.

Организације потрошача, према овој стратегији, требају подстаћи покретање дијалога и ширења сарадње са представницима организација произвођача.

У циљу усавршавања стратегије и политике заштите потрошача, Европска комисија је 13. маја 2007. године, усвојила нову стратегију за период од 2007. до 2013. године. Установљавају се правна правила, улога, приоритети и активности у политици заштите потрошача за предстојећи период.³³ Циљеви су усмерени да омогуће потрошачима Европске уније повећање благостања, ефикаснију заштиту њихових интереса кроз гарантовање остваривања права у свакодневном животу, уклањање социјалних напетости, како би се постигло њихово чвршће повезивање у државама чланица Европске уније.

Приоритети стратегије од 2007. до 2013. године, садрже остваривање следећих најважнијих циљева: 1) јачати поверења потрошача у јединствено тржиште Европске уније које ће допринети побољшању конкурентности предузећа установљавањем једнообразних правила која ће бити у примени на тржишту Европске уније и успешно их штитити; 2) побољшати њихов положај на тржишту Европске уније повећањем образовања, активном подршком организацијама потрошача и њиховим укључивањем у доношењу одлука о политици заштите потрошача; 3) обезбедити да се њихов интерес узима у обзир у свим политикама Европске уније; 4) употпуњавати политике заштите потрошача у државама чланицама Европске уније; 5) сакупљати одговарајуће податке о потрошачима у циљу унапређења одговарајућих законодавних одредби.

Политика заштите потрошача на нивоу Европске уније се може сврстати у две основне групе: прва се односи на безбедност производа а друга на заштиту њихових економских интереса.³⁴

Контрола безбедности производа је регулисана у Директиви о безбедности производа из 1992. године (у даљем тексту: Директива 92/59/ЕЕЗ).³⁵ Директива 92/59/ЕЕЗ обавезује произвођаче, увознике и друге учеснике у сфери промета (у мери у којој њихове

³³ Commission of the European Communities: *European Union Consumer Policy Strategy, 2007-2013, Empowering Consumers, Enhancing their Welfare, Effectively Protecting them*, Brussels, 13. March 2007. COM (2007.) 99 final, p. 1-13.

³⁴ М. Ковачевић, Политика заштите на тржишту Европске уније, *Маркетинг*, Београд, 2003. вол. 34. бр. 4. стр. 216.

³⁵ Council of the European Communities: *The General Product Safety Directive, – Council Directive 92/59/EEC of 29 June 1992*. Official Journal L, 228. 11/08/1992. p. 24-32.

активности утичу на безбедносне параметре), да на тржиште пласирају само безбедне производе, да их накнадно прате и по потреби повуку са тржишта. Она обавезује државе чланице Европске уније да формирају одговарајуће органе за контролу опште безбедности производа.

Заштита економских интереса потрошача обухвата низ прописа. Најзначајнији су они који имају непосредног утицаја на маркетиншки аспект представљања или продају производа. Прописи о оглашавању производа у Европској унији су првобитно усвајани у оквиру политике којом се спречавала нелојална конкуренција. У Директиви о обмањујућем и компаративном оглашавању из 1984. године (у даљем тексту: Директива 84/450/ЕЕЗ),³⁶ дефинисана су начела лојалне конкуренције у оглашавању производа и произвођача.

Спровођење политике заштите потрошача у Европској унији заснива се на начелима хоризонталности, супсидијарности и минималног усклађивања.

Начело хоризонталног спровођења значи да захтев за заштитом потрошача треба узети у обзир при дефинисању и спровођењу политика које имају крајњи утицај на ту категорију грађана.

Начело супсидијарности налаже да се национална законодавства надопуњују мерама заштите потрошача само ако је то нужно, док начело минималног усклађивања, дозвољава да државе чланице задрже или уведу строжа правила која су у складу са правом Европске уније. Подручје заштите потрошача у Европској унији укључује развијање законодавне праксе и осталих мера, као што су укључивање интереса потрошача у остале политике Европске уније и активно учествовање удружења потрошача у процесу одлучивања.

³⁶ European Council: *Misleading and Comparative Advertising – Council Directive 84/450/EEC of 10. September 1984*. Official Journal L 250, 19/09/1984. p. 17-20.

II. НЕПРАВИЧНА ПОСЛОВНА ПРАКСА

1. Дефиниција неправичне пословне праксе³⁷

Пословна пракса трговца је свака радња, начин понашања или представљања (пословна комуникација, укључујући оглашавање и пласман производа на тржиште коју је предузео трговац), а која је директно повезана са промоцијом, продајом и испоруком производа потрошачу.

Одредбе о неправичној пословној пракси између трговца и потрошача садржане су у Директиви 2005/29/ЕУ Европског парламента и Савета Европске уније (у даљем тексту Директива 2005/29/ЕУ).³⁸ Пословна пракса се сматра неправичном, ако је супротна захтевима професионалне пажње и ако, у смислу одређеног производа, битно утиче или је вероватно да ће битно утицати на економско понашање просечног потрошача којем је таква пракса намењена или до кога она допире.³⁹

Неправична пословна пракса трговца у односу на потрошаче је она коју трговци користе пре, у време и после склапања правног посла у вези са одређеним производом а на штету њихових интереса.

Неправичном пословном праксом се сматра она која испуњава два кумулативна критеријума:⁴⁰

- 1) да је супротна захтевима професионалне пажње и као таква не испуњава стандард струковних способности и степен пажње који се разумно очекује од трговца у односу с потрошачем и значајно утиче на његову одлуку о правном послу у вези са производом;

³⁷ Израз „Unfair Commercial Practices“ се у нас преводи као „Неправична пословна пракса“, „Непоштена пословна пракса“, „Непоштени пословни поступци“ или као „Непоштено пословање“. Определила сам се за термин „Неправична пословна пракса“ како је у пријави докторске дисертације наведен овај појам.

³⁸ *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and the Council of 11 May 2005. Concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directive 97/7/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council (“Unfair Commercial Practices Directive”)*, OJL 149, 11.06. 2005. p. 22-39.

³⁹ Члан 2(д) Директиве 2005/29/ЕУ.

⁴⁰ Члан 2(х) и 2(е) Директиве 2005/29/ЕУ.

2) да битно утиче на економско понашање просечног потрошача односно да знатно умањује његову способност да донесе одлуку засновану на потпуној обавештености о правном послу и свим потребним информацијама о производу. Тиме га наводи да закључи посао који у другачијим околностима не би закључио. Одлука о правном послу је она коју доноси потрошач, а која се односи на то да ли ће, како и под којим условима закључити посао, платити цену одједном или у ратама, производ задржати или с њим даље располагати, и користити се правима која има на основу уговора.

Поред утицаја пословне праксе на позицију просечног потрошача узима се у обзир и она која ће вероватно битно утицати на економско понашање специфичне групе потрошача, која је због својих менталних или физичких недостатака, старости или сенилности посебно осетљива на одређену пословну праксу трговца или на одређени производ и то на начин који је трговац могао разумно предвидети.⁴¹

Неправичном пословном праксом се посебно сматра обмањујућа и агресивна пословна пракса. Обмањујућа пословна пракса трговца је наведена у члановима 6. и 7. Директиве 2005/29/ЕУ. У Анексу 1 ове Директиве дата је листа 23 случаја пословне праксе који се сматрају неправичним у свим околностима.

Агресивна пословна пракса трговца је наведена у члановима 8. и 9. Директиве 2005/29/ЕУ. У Анексу 1 ове Директиве наведена је листа 8 случајева агресивне пословне праксе.

У члану 2. Директиве 2005/29/ЕУ дате су дефиниције појединих израза који се употребљавају и имају следеће значење:

- 1) „потрошач“ означава свако физичко лице које у пословној пракси која је регулисана овом Директивом делује у сврхе изван свог занимања, посла или професије;
- 2) „трговац“ означава свако физичко или правно лице које у својој пословној пракси која је регулисана овом Директивом, поступа у сврху свог пословања, трговине,

⁴¹ Члан 5(3) Директиве 2005/29/ЕУ.

заната или професије, као и свако друго лице које поступа у име или као пуномоћник трговца;

- 3) „производ“ означава сваку робу или услугу укључујући и непокретну имовину, права и обавезе;
- 4) „пословна пракса трговца према потрошачу“ означава сваки поступак, пропуст, начин пословања или представљања, комерцијалну комуникацију, укључујући оглашавање и маркетинг трговца, директно повезане са промоцијом, продајом или испоруком производа потрошачима;
- 5) „битно ремети економско понашање потрошача“ означава коришћење пословне праксе трговца ради знатног умањења способности потрошача да доносе одлуку засновану на потпуној обавештености о свим потребним подацима о правном послу и производу и на тај начин наводи потрошача да донесе одлуку о закључењу посла коју у другачијим околностима не би донео;
- 6) „кодекс понашања“ означава споразум или скуп правила који нису предвиђени законом, подзаконским актима или управним актима државе чланице Европске уније а који дефинише понашање трговаца прихватањем обавезујућих правила кодекса понашања у односу на једну или више трговачких пракси или занимања;
- 7) „носиоц кодекса“ означава сваког субјекта, укључујући трговца или групу трговаца, који је одговоран за формулисање и ревизију правила понашања и/или за праћење придржавања правила кодекса од стране оних који су се њиме обавезали;
- 8) „професионална пажња“ означава стандард струковних вештина и степен пажње која се од трговца разумно очекује да ће их он примењивати у односу с потрошачем, у складу са фер тржишном праксом и начелом савесности и поштења на подручју делатности трговца;
- 9) „позив на куповину“ означава трговачки облик комуникације који наводи својства производа и цену на начин који одговара употребљеним средствима трговачке комуникације и омогућава потрошачу да обави куповину;
- 10) „недопуштени утицај“ означава искоришћавање положаја моћи јаче стране према потрошачу како би се применио притисак, чак и без употребе или претње

употребом физичке силе, на начин који у знатној мери ограничава способност потрошача да донесе рационалну одлуку;

- 11) „одлука о правном послу“ означава сваку одлуку коју доноси потрошач а која се односи на то да ли ће и под којим условима закључити посао, под којим условима купити, да ли да плаћање изврши у целини или делимично, задржи или врати производ, користи правима из уговора у вези производа, без обзира на то да ли је потрошач одлучио да предузме или је одлучио да се уздржи од било којих од наведених радњи у вези правног посла;
- 12) „регулисано занимање“ означава професионалну делатност или групу професионалних делатности, чије обављање, приступ тој делатности или неки од начина обављања, је директно или посредно зависно од поседовања посебних професионалних квалификација у складу са законима, подзаконским актима или управним прописима.

Директива 2005/29/ЕУ је донета у циљу превазилажења препрека у развоју јединственог тржишта Европске уније замењујући примену принципа минималне хармонизације принципом максималне хармонизације. Она усклађује правила држава чланица са заједничким законодавством Европске уније. Њоме се гарантује примена јединствених правила у свим државама чланицама Европске уније не дозвољавајући им одступање од одредаба Директиве.

2. Просечан и угрожен потрошач

Приликом утврђивања случајева неправичне пословне праксе Директива 2005/29/ЕУ као мерило узима просечног потрошача. Он је ван сваке сумње добро информисан, разуман, способан да опажа и разборит је у доношењу одлуке засноване на свим потребним информацијама, узимајући у обзир друштвене, културне и лингвистичке елементе на начин како то тумачи Европски суд правде.⁴²

⁴² W.H. Micklitz, N. Reich, and P Roth, *Understanding EU Consumer Law*, Intersentia, Oxford, p. 87.

Угрожени потрошач, међутим, припада оној групи потрошача која је посебно рањива на пословну праксу или на основни производ због своје менталне или физичке заосталости или сенилности и чине ову групу посебно осетљиву на трговачку праксу или сам производ. Његово понашање у доношењу пословне одлуке ће вероватно бити поремећено. Трговац је дужан да то предвиди.⁴³ Сврха ове одредбе је да спречи трговца у искоришћавању слабости ове специфичне групе порошача. Од њих није разумно очекивати способност поступања према сопственом захтеву, имајући у виду економски или друштвени положај, услове живота, посебне потребе и друге тешке прилике, као што су.⁴⁴

- 1) личне околности;
- 2) хитност/критичност ситуације и неспособност управљања у датом времену у коме он треба да делује.

Категорију угроженог потрошача чине: старији, млади, незапослени, обухваћени дуготрајном болешћу, са ниским дохотком, припадници етничких мањина и потрошачи без формалних школских квалификација.⁴⁵

3. Методе хармонизације националних прописа држава чланица Европске уније са комунитарним прописима

Правни основ за усклађивање или хармонизацију унутрашњих прописа држава чланица са комунитарним прописима Европске уније налази се у одредбама чланова 94. и

⁴³ Директива 2005/29/ЕУ, АLINEЈА 19 и члан 5(3).

⁴⁴ М. В. Stacey and others, Building Understanding of the Domain of Consumer Vulnerability, *Journal of Macromarketing*, Vol. 25 No.2, December 2005. pp. 1-12.

⁴⁵ Дефиниције најважнијих група угрожених потрошача: 1. Старији потрошачи- обухватају становништво у пензијском добу (жене од 60 и мушкарци од 65 година, старости, па навише); 2. Млади потрошачи – обухватају становништво до 16 година старости; 3. Незапослени потрошачи – обухватају становништво од 18 и изнад 18 година старости које није у последњих 6 месеци било запослено; 4. Потрошачи обухваћени дуготрајном болешћу –становништво које је ограничавано у личним активностима (на пример: активности у слободном времену, присуство у школи, одлазак на посао и сл.); 5. Потрошачи са ниским дохотком; 6. Потрошачи - припадници етничких мањина – становништво које се изјаснило да припада етничким мањинама. То је нарочито изражено у државама где живе припадници различитих етничких мањина (као што су Индуси, Пакистанци, Кинези, Порториканци и др.) и 7. Потрошачи без формалних школских квалификација.

95. Уговора о оснивању Европске заједнице. Полазећи од одредбе члана 94. Савет министара Европске уније је донео директиве о приближавању законских, подзаконских и административних одредби држава чланица које имају непосредног утицаја на успостављање и функционисање јединственог тржишта. У складу са чланом 95. Уговора о оснивању Европске заједнице, Савет има овлашћења да усваја мере за приближавање закона, уредби и административних прописа држава чланица у циљу успостављања или функционисања јединственог тржишта Европске Уније. Од мера хармонизације се очекује да замене неусклађене националне прописе како би се њиховом применом остварили комунитарни циљеви и да се, са друге стране, очувају и испоштују различитости у националним правним системима. То се постиже различитим методама и техникама хармонизације. У литератури се наводе следећи методи:⁴⁶ 1) хармонизација путем дефинисања јединствених норми на комунитарном нивоу; 2) максимална хармонизација; 3) опциона хармонизација; (4) делимична хармонизација; (5) минимална хармонизација; (6) алтернативна хармонизација; (7) хармонизација путем узајамног признавања права контроле; (8) хармонизација техником упућивања; и (9) нови приступ техничкој хармонизацији и стандардизацији.

1. Метод хармонизације путем дефинисања јединствених норми на комунитарном нивоу примењује се у областима у којима државе чланице немају или нису донеле одговарајуће прописе, а постоји потреба да се на комунитарном нивоу дефинишу заједнички стандарди или заједничка политика.

2. Принцип максималне хармонизације обезбеђује примену јединствених правила у свим државама Европске уније. То значи да оне не могу усвојити строжа правила од оних која су регулисана у директиви чак и када би усвајањем строжих правила обезбедиле виши ниво заштите потрошача.

3. Опциона хармонизација се примењује у случају када директива омогућује државама чланицама слободу поступања или према одредбама директиве или према националним прописима.

⁴⁶ Р. Вукадиновић, *Право Европске уније*, четврто измењено и допуњено издање, Центар за право Европске уније Правног факултета у Крагујевцу, 2006. стр. 193.

4. Делимична хармонизација се примењује код уједначавања појединачних прописа државе чланице у појединим областима (нпр. хармонизација прописа који се користе у прекограничним трансакцијама).

5. Минимална хармонизација дозвољава државама чланицама да усвоје или задрже и строже стандарде (одредбе) којима се пружа виши ниво заштите потрошача у областима коју регулише директива, уколико су оне у складу са Уговором о оснивању Европске заједнице, односно Европске уније. Права на основу директиве не утичу на друга права која потрошач има на основу националних норми којима се регулише уговорна и вануговорна одговорност.

6. Алтернативни метод хармонизације се примењује у случајевима када се у директиви омогућује државама чланицама слобода избора коју ће од понуђених алтернатива примењивати.

7. Метод хармонизације путем узајамног признавања права контроле ограничен је на признавању од стране сваке државе чланице права другој држави да контролише испуњеност одређених услова. Ово начело обезбеђује да се роби која је на законит начин произведена и стављена у промет у једној држави чланици мора признати слободан промет и у другој држави чланици.

8. Метод хармонизације техником упућивања заснива се на примени и поштовању одређених правила која су садржана у одговарајућој директиви. Остала питања се уређују у складу са одговарајућим нормама надлежних органа и институција (нпр. Међународне организације за стандардизацију).

9. Метод хармонизације који упућује на нови приступ хармонизацији и стандардизацији садржи само основне захтеве које треба да испуне сродне групе производа да би могли бити у слободном промету (хоризонтални захтеви за групе производа). Хармонизација је ограничена на прописивање само битних захтева које одређени производи морају испуњавати у промету на јединственом тржишту Европске уније (као што су безбедносни стандарди прехранбених производа, заштита здравља и животне средине).

Директива 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима у члану 8. прописује метод минималне хармонизације ради постизања максималне заштите

потрошача. Државама чланицама Европске уније је дозвољено да усвоје или задрже и строже стандарде којима се пружа виши ниво заштите потрошача у области коју регулише Директива, уколико су те одредбе у складу са Уговором о оснивању Европске уније. Права на основу ове директиве не утичу на друга права која потрошач има на основу националних норми којима се регулише уговорна и вануговорна одговорност.

У складу са чланом 3(5) Директиве 2005/29/ЕУ државе чланице су могле и после 12. јуна 2007. године да у наредних шест година наставе са применом националних прописа који су рестриктивнији од прописа у области које усклађује ова Директива. После истека наведеног рока (13. јуни 2013.), државе чланице нису могле задржати одредбе које су сматране привременим одступањима.⁴⁷ Европски парламент и Савет могу продужити важност привремених одступања у случају постојања тешкоћа у имплементацији одредаба Директиве. С тим у вези, Европска Комисија је у свом извештају и предлогу Резолуције Европском парламенту и Савету⁴⁸ установила да постоје значајне разлике у примени Директиве 2005/29/ЕУ од једне државе чланице до друге. Наводе се и случајеви у којима су оне неисправно спроводиле и примењивале кључне одредбе, посебно црну листу забрањених, обмањујућих и агресивних пословних пракси.

Имаући у виду претходне констатације, Европски парламент је у фебруару 2014. године, усвојио Резолуцију⁴⁹ којом позива државе чланице да у току две наредне године ускладе своје прописе с одредбама Директиве 2005/29/ЕУ.

⁴⁷ Изузетак су финансијске услуге и непокретна имовина (Члан 3(9) Директиве 2005/29/ЕЗ).

⁴⁸ European Commission: Report from the Commission to the European Parliament and the Council of the European Economic and Social Committee :*Report on the application of the Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning Unfair Commercial Practices Directive*, Brussels, 14.03.2013. Com (2013) 0139 final.

⁴⁹ European Parliament adopted Resolution of 4. February 2014. *On the implementation of the Unfair Commercial Practices Directive 2005/29/EC (2013/2116 (INI) (COM (2013) 0139.*

III. ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА ОД НЕПРАВИЧНЕ ПОСЛОВНЕ ПРАКСЕ

1. Концепт неправичне пословне праксе

Интензивније разматрање проблематике неправичне пословне праксе је израз све веће осетљивости за питања која су за потрошача у свакодневном животу од велике важности. Она се изражава кроз сталну изложеност обмањујућим и преварним манипулацијама. Обмањивањем се сматра сваки плаћени облик јавног обавештавања с намером непосредног или посредног утицаја на продају робе или услуге. Ако неко оглашавање (или кампања оглашавања) оставља утисак на потрошача или веровање различито од онога које би разуман потрошач нормално могао очекивати, а тај утисак или веровање је уствари неистинито или потенцијано обмањујуће, тада се за такво оглашавање каже да је преварно.⁵⁰

Потрошач често доживљава оглашавање као рекламу за неки производ или услугу, а рекламирање као вид преваре. Она се испољава у случају претераног хваљења производа или услуге истицањем квалитета који не постоје ради остваривања брже продаје или продаје неконкурентне робе. Природа обмане у реклами је посебне врсте. Разлика између онога што је стварно обмана у рекламирању и онога што је само стављање нагласка на неку одређену особину производа —ону за коју се узима да ће привући купца – не мора увек да буде сасвим јасна. Једна од честих обмана су тзв. сталне акције распродаје по сниженим ценама када се у излогу продавнице током целе године налази натпис „стално снижење цена 50%.“

Обмана у рекламирању не мора нужно да укључује лажне исказе о нечему, јер потрошача који нема довољно знања о неком производу може се лако обманути без иједног лажног исказа. Манипулација и превара не морају произлазити само из онога што

⁵⁰ Gardner's definition of deceptive in advertising (T. Carson, An Ethical Analyses of Deception in Advertising, *Journal of Business Ethics*, Vol. 4. (1985), str. 93.

се каже већ и из онога што се не каже. Али могућности за манипулацију су највеће у комбинацији онога што се каже и онога што се пропушта.⁵¹

Постоји више облика оглашавања у којима се може појавити питање етичности, као што су:

- 1) претеривање у промотивним порукама, неистинито информисање, агресивно уверавање, обмане потрошача, оглашавање усмерено деци као циљној групи, коришћење позива који су непримерени, који негативно утичу на понашање потрошача и који изазивају кривицу или страх;
- 2) коришћење и наметање стереотипа о друштвеним мањинама, женама, и старијим људима;
- 3) увредљиво, деградирајуће, неукусно и неодговорно оглашавање су само неки од елемената система оглашавања у којем може доћи до повреде етичких норми, итд.

Шта ће конкретно бити непоштено у великој мери зависи од контекста у коме се неки пословни поступак остварује и које су све околности и претпоставке и детерминанте одредиле да се тај поступак деси. Илустративан је пример рекламирања и коришћења јужноамеричке биљке *стевие* коју индијанска племена користе као природни заслађивач за храну и пиће. Она се рекламира у многим земљама као природни заслађивач и, за разлику од шећера, изазива снижење шећера у крви, снижава високи крвни притисак, смањује осећај глади и побољшава процес варења. У Јапану, производи *стевие* чине око 50% тржишта заслађивача. Слично је и у Кореји, Кини, Бразилу, Аргентини, Парагвају. Крајем 80-тих година, двадесетог века Америчка агенција за храну и лекове покренула је поступак којим се забрањује употреба *стевие* као заслађивача, а десет година касније и Европска комисија је донела закључак којим спречава улазак *стевие* на тржиште земаља Европске уније.⁵² Забрана уласка на тржиште се заснивала на чињеници непостојања задовољавајућих података који потврђују сигурну употребу тог производа. Сматра се да је овај закључак резултат притисака индустрије вештачких заслађивача (као нпр. Monsanto Ноеcht) ради заштите својих економских интереса пре него што је *стевиа* штетна за људску употребу.

⁵¹ www.politika.rs/rubrika/potrosac/specijalna-ponuda-ili-obmana.lt.html

⁵² www.livestrong.com/article/531568 is-stevia-good-for-you. Last updated: January 30, 2014.

У међувремену Комисија Европске уније је донела Уредбу бр. 1131/2011⁵³ од 11. новембра 2011. године, којом је одобрила коришћење стевие гликозида (steviol glycosides) као додатка храни. Овом Уредбом је допуштено државама Европске уније коришћење стевие гликозида као заслађивача по стриктно одређеним условима (максимални ниво додатка по јединици производа) за поједине производе хране (млечни производи, прерађевине од воћа, поврћа, хлеб и жита за исхрану, какао, чоколада, жвакаће гуме) и пића (пиво, алкохолна пића са мање од 15% алкохола и безалкохолна пића). Након доношења ове Уредбе повећана је тражња стевие и у државама нечланицама Европске уније.

У Србији је 2003. године, „Минаква“ из Новог Сада отпочела производњу и рекламирање газираног дијететског напитка „Стевиа оранж“. Непуних пола године од када је прва флаша газираног дијететског напитка „стевиа оранж“ пласирана на тржиште Србије, забрањена је њена производња. Разлог забране „стевиа оранж“ је да напитаk садржи адитиве који нису дозвољени у производњи животних намирница у државама Европске уније.

Након одобрења коришћења стевие у Европској унији и у Србији је Правилником о прехранбеним адитивима⁵⁴ одобрено коришћење стевие као заслађивача у храни сходно условима употребе дефинисаним у Правилнику.

Природни састојци стевие гликозиди чине је многоструко слађом од обичног шећера. За разлику од вештачких заслађивача (аспартман, сахарин, ацесулфам, цикламат и др.) снижава ниво шећера у крви и висок крвни притисак. Због ових својстава радо је користе дијабетичари, лица са високим крвним притиском и прекомерном тежином. Она је дуги низ година била прилично контроверзна биљка. У неким државама (Бразил, Кина, Јапан) је одобрена за коришћење као додатак храни, док је у другим државама (Сједињене Америчке Државе и државе Европске уније) била забрањена као несигуран додатак храни. Овај природни заслађивач првобитно је оспораван јер се нашао на путу интереса

⁵³ Commission Regulation (EU) No 1131/2011 of 11 November 2011 amending Annex II to Regulation (EC) No 1333/2008 of the European Parliament and of the Council with regard to steviol glycosides, OJL 295, 12.11.2011, pp 205-211. Уредба је ступила на снагу 2. децембра 2011.

⁵⁴ Правилник о прехранбеним адитивима, *Сл. Гласник Р. Србије*, 63/2013. Листа I: Листа адитива који су одобрени за употребу у храни и услови употребе, део Б, тачка 2. Заслађивачи.

индустрије вештачких заслађивача. Њима није било у интересу да се стевиа користи као заслађивач у храни из једноставног разлога што се као самоникла биљка не може патентирати а то значи и немогућност зараде по тој основи.⁵⁵

Илустративан је и пример кампање коју је компанија Нестле спровела у низу земаља у развоју, нарочито у Африци, да би тамо пласирала и повећала своју продају млека за бебе.⁵⁶ Млеко које је производила и продавала компанија Нестле јесте замена за мајчино млеко и неопходно је да би се беба прехранила у случајевима у којима је мајка изгубила млеко. Млеко у праху да би се могло употребити, потребно у одговарајућој сразмери помешати са стерилизованом водом. Реклама која је коришћена за експанзију продаје је била тако успешна да је довела до масовног напуштања дојења и прелажење на вештачку исхрану одмах по рођењу деце. Рекламна кампања је била агресивна: огласима, плакатима, и што је нарочито спорно, поделом бесплатних пакета дечје хране у породицима, како самим породицама тако и болничком особљу. Ефекат је био више него очигледан: након употребе тог једног бесплатног пакета мајчино млеко би пресушило, а многе мајке су биле доведене у положај да морају да купују нешто што им иначе не би требало. Ако су биле сиромашне довијале су се на разне начине, по правилу разређујући млечни прах у много више воде него што је формула предвиђала, користећи при том нестерилизовану воду, што је водило у тешке облике потхрањености, болести и умирање деце.

Овај пример показује да се овакво рекламирање граничи са криминалом, које увелико потсећа на поклон првог паковања дроге будућим наркоманима. Али и други аспекти Нестлеове рекламе, чија морална неисправност није тако видљива, су морално спорни: плакат са привлачном белом женом која храни дете из бочице носи јасну поруку да „савремене“ мајке своју децу треба да хране из бочице а не својим млеком, да је дојење „назадно“, „примитивно“, док је храњење из бочице постало питање престижа. Овоме треба додати још и да су Нестлеови продавци улазили у болнице одевени у бело одело да би дали бесплатне пакете дечје хране породицама. Ова околност је могла довести у

⁵⁵ [Http://stevia-shop.hr/o-steviji/](http://stevia-shop.hr/o-steviji/)

⁵⁶ Т. Beauchamp, and N. Bowie, eds. *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 5th ed. 1997. стр. 607-608.

заблуду пацијенте болнице да су они медицинско особље и то делује још импресивније. Нестле је пре тога своје производе, са сличним техникама рекламирања али са знатно мање драстичним негативним последицама, успешно пласирала у развијеним државама Европе и Сједињеним Америчким Државама.

Из овог примера се види да су могућности манипулације у реклами огромне. Реклама је заснована на уверењу о исправности продаје робе као такве, и неодређеност услова у којима се та исправност успоставља. Тај проблем се не протеже само на рекламу већ на цео процес маркетинга, на функцију продаје као такве. Начин продаје и почетни услови од којих се полази су предмет на који се може утицати на разне начине, укључујући и оне који су морално сумњиви или некоректни.

Конкуренција претпоставља равноправност и одређену правичност у тржишном такмичењу. Правичности не може бити ако конкуренција нема онај облик разуђености који јој омогућава да буде присутна у конкретним тржишним трансакцијама. Директна принуда или превара, каква је описана у примеру агресивне рекламе Нестлеовог млека за децу су по правилу скопчани са великим пословним ризиком, али постоје други, можда само наизглед елегантнији, начини да се конкуренција заобиђе и избегне. Један од главних таквих начина јесте монопол.

Монопол представља тржишну ситуацију у којој нема конкуренције – она је искључена јер је само један продавац производа за који нема супститута и у којој други произвођачи (продавци) немају слободан приступ производњи и тржишту односно производа.⁵⁷ Монополом се постиже доминација у трговини неким производом/услугом, а искључењем конкуренције искључују се правила тржишне привреде односно закони понуде и тражње на тржишту. Монополиста поставља цену какву хоће и, како нема конкуренције, држи купца (потрошача) под потпуном контролом и може да му за своју робу/услугу наплати колико хоће. Значајан део садржаја куповине се тако уствари губи и продаја тежи да постане дистрибуција а монополиста стиче моћ која не произлази само из профита (зараве) који оствари продајом већ велики, можда и претежни, део његове добити произлази из његове позиције из које може да уцењује купца/потрошача.

⁵⁷ С. Јурин, Ј. Шохингер, *Теорија тржишта и цијена*, Глобус, Загреб, 1990. стр. 204.

Негативне стране овог процеса су вишеструке: пре свега то је губитак оног кључног тржишног момента садржаног у конкуренцији, губитак слободе за једну страну у процесу – за купце (потрошаче) и престанак потребе за нормалном одговорношћу – за продавца, који кад постане монополиста више не мора да брине ни о роби/услугу ни о купцу/потрошачу на начин на који је морао раније.

Циљ нормалне рекламе јесте информисање потенцијалних купаца/потрошача да неки производ/услуга постоји и о томе каквог квалитета су и за које сврхе се могу употребити и, евентуално, колика је цена тог производа/услуге. Не може се нешто продати (или купити) ако се не зна за његово постојање. Реклама се, дакле, појављује и као део процеса продаје али и као посебно подобан инструментаријум за манипулацију.

Сматра се да реклама оставља позитиван утисак на потрошача. Али понекад због начина представљања производа/услуге изводи се закључак да реклама показује тенденцију ка манипулацији обмани и наметању. Манипулација је увод у принуду. Када би сврха рекламе била само да информише онда би манипулација могла да се реализује само по цену директне обмане. Али сврха није само да информише, већ и да убеди, или бар да покуша да убеди купца да производ купи.

Манипулација је далекосежнија од принуде јер ова друга увек оставља простор за скривени отпор, док манипулација, с обзиром да садржи превару, присиљава своју жртву да сама прихвати циљ који јој је уствари стран. Сва та негативна својства су, у већој или мањој мери, потенцијално присутна у реклами. Кад се рекламе пажљивије погледају види се да се рекламе за децу и рекламе за одрасле заправо у суштини не разликују. Наравно, циљне групе су различите, и увек се користи оно на шта су припадници те групе на неки начин осетљиви. Деца су један пример. Други су адолесценти где је њихова несигурност у комбинацији са осећањем да све знају и да их се све тиче, користи да се производњом престижних модела намећу модни тендови који их уствари заробљавају.⁵⁸

Реклама је одувек била део трговачког пословања. Њена основна сврха је пласирање информације о могућности да се неки посао обави, да нека роба постоји и да је нека услуга на располагању, дакле, оглашавање и информисање. Али реклама је такође

⁵⁸ www.allwaelaraby.com/psihologija-obmane.

увек имала и једну другу димензију, пропагандну - да наведе потенцијалног купца (потрошача) да уђе у пословни однос и то се навођење, које по инерцији прелази у завођење, заснива на убеђивању да нешто треба да се учини, купи, прода или уговори. Успешност убеђивања ће онда бити посебан циљ, унутар циља који се конкретно поставља, и та ће успешност зависити од поступка који не мора и најчешће није никаква превара, али који степен своје успешности често дугује вештини коришћења механизма који су слични онима који се користе у (успешним) преварама.⁵⁹

У рекламама не мора нужно бити обмањивања и лагања, чак и кад се реклама не своди само на информисање о томе шта све постоји и шта се све може купити. Сврха рекламе је да се производ који се нуди потрошачима представи у веома повољном светлу, као изузетно добар, и потребан чак и онима који ту потребу до тада нису имали или за њу нису знали. Ако се производ хвали и ако тај поступак похваљивања буде уверљив и успешан и ако се помињу само добре, позитивне стране и особине онога што се рекламира, а без помињања његових лоших, негативних, страна и особина, таква реклама садржи елементе латентне обмане, јер полуистина може имати и често има исте оне лоше поруке, понекад и у већем обиму, које има и обмана. Полуистина је много успешнија од обмане, јер је уверљивија, лепша и јефтинија – све што се каже је истинито и може се проверити, не мора се ништа измишљати, не мора се улагати напор и инвестирати новац у измишљање и касније у заташкавање и скривање истине, итд. Ако се полуистином купац или потрошач наведе да стекне, у односу на конкретни случај лажно веровање, онда је обмана ипак извршена (нпр. ако се, велики број купаца наведе да има лажно или погрешно мишљење о неком производу).⁶⁰

Оглашивач може рећи да он не истиче само позитивне а скрива негативне карактеристике производа, већ да истиче и оне које су битне а изоставља оне које то нису. У правичној реклами се ради само о томе да ли је информација о ономе што је потребно да се каже довољна, јер овде се и не ради о истини (која се подразумева) већ о информацији (која мора бити истинита, иначе би била забрањена). Битан моменат за утврђивање

⁵⁹ www.explicitedesign.org/internet-marketing-blog.php-marketing-advertising-propaganda-reklama.

⁶⁰ B92 Blog.html. потрошач у раљама обмањујућег оглашавања.

ваљаности рекламе је – не само да је њен садржај истинит већ и да је довољан за сврсисходну информацију. Проблем за оглашивача рекламе није само довољна информација већ је то уједно и инвестиција, она се плаћа и она је део механизма продаје. Реклама је такође информација не само о производу/услугу него и о произвођачу/понуђачу. Њоме се не каже само да постоји неки производ/услуга већ да га неки привредни субјект има у свом поседу и да га он нуди. То што потенцијални купци могу наћи једнако квалитетан производ другог произвођача по истој цени не представља ограничење за рекламирање. Ако тај други нема средстава за инвестирање у рекламирање то га заиста ставља у неравноправан положај, али не такве врсте који би производио било какве обавезе за оног првог.⁶¹

Реклама је и вештина посебне врсте. Могуће је, на пример, рекламирање техником „мамца“ рекламе. Рекламира се нека јефтина роба, која је специјалано за то набављена (или је можда само за то искоришћена, иначе би можда била отписана) да се привуку купци да дођу, али кад дођу онда им се нуди нека друга, много боља али и скупља, роба чија је продаја од почетка заправо била циљ рекламе. Овде нема никакве преваре (под условом, наравно, да има довољан број рекламиране робе а не само један комад), нити скривања мане те јефтине робе (која је, управо зато јефтина).⁶²

У вези са оглашавањем присутно је и питање подмићивања. У реклами елемент мита може бити присутан на истовремено интензиван и прикривен начин, много теже уочљив и још теже утврдив. Давање и примање поклона је једна од техника ефикасности подмићивања. На пример, давање рекламних производа од стране произвођача потенцијалним приказивачима или утицајним грађанима може ићи под одредбом „без обавезе“. Али чак и ако се занемари моменат обавезивања, који се заснива самим примањем поклона, прималац поклона је свестан да „без обавезе“ подразумева и да ако ништа не уради на промоцији и рекламирању односног производа да други пут неће ништа ни добити.

Привредни субјект не жели да корисници његових производа, без обзира да ли се ради о купцима/потрошачима или другим привредним субјектима, имају на располагању

⁶¹ www-etarget.rs/customer/help/guidelines_rs

⁶² Б92 Blog.html потрошач у раљама обмањујућег оглашавања.

више могућности приликом одлучивања о куповини. Економска пропаганда треба да буде тако позиционирана да потенцијалним купцима/потрошачима понуди оно што им треба, где им треба, где и како им треба, не бирајући средства како би постигла тај свој циљ. У приручницима из пословне етике и маркетинга, се наглашава значај моралности при оглашавању, и указује на основне проблеме савременог рекламирања:

- 1) обмањивање потрошача у погледу квалитета производа;
- 2) лажна сведочења потрошача/купца или тзв. експерата о наводном квалитету производа;
- 3) манипулације, избегавање да се укаже потрошачу на могуће штетне ефекте производа/услуге;
- 4) погрешно представљање потрошачу производа/услуге конкуренције;
- 5) имитација добро познатих светских брендова, и сл.

Реклама има задатак да убеди како је то што представља баш оно што је потрошачу потребно. Наравно, реклама може убедити потрошача да једном купи неки производ, али од његових квалитета зависи да ли ће га поново куповати.

2. Заштита потрошача од неправичне пословне праксе у Европској унији

2.1. Опште одредбе о неправичној пословној пракси

Директива 2005/29/ЕУ представља један од најважнијих правних аката у области заштите потрошача. Она обавезује државе чланице Европске уније на које је адресирана у погледу циља који треба остварити. Државе чланице имају слободу у погледу избора облика и начина њеног увођења у своје правне системе у циљу уједначавања прописа заштите потрошача од неправичне пословне праксе.

Сврха доношења Директиве 2005/29/ЕУ је уједначавање закона, подзаконских аката држава чланица о неправичној пословној пракси која штети економским интересима потрошача, успостављање уредног функционисања јединственог тржишта, и остваривање високог нивоа њихове заштите на унутрашњем тржишту Европске уније. Разлике у праву фер трговине од државе до државе проузрокују баријере у трговини и стварају различите

нивое заштите економских интереса потрошача. Проблем се није испољавао у строгоћи права заштите потрошача држава Европске уније, већ у чињеници да се ово право разликовало од државе до државе. Имплементацијом одредаба Директиве 2005/29/ЕУ у национална законодавства држава чланица Европске уније смањују се ове разлике и успоставља виши ниво заштите потрошача.

Директива је заснована на принципу потпуне (максималне) хармонизације. Државе чланице не могу уводити или примењивати рестриктивније мере од оних које су установљене у Директиви, односно у законодавству Европске уније. Принцип максималне хармонизације гарантује јединствени сет правила која ће се примењивати у државама чланицама Европске уније. Изузетак су ограничења дефинисана у члану 3(9) Директиве, а односе се на финансијске услуге.

Имплементација одредаба Директиве 2005/29/ЕУ у национална законодавства повећава правну сигурност како потрошача тако и трговаца. Крајњи ефекат који се очекује је уклањање препрека које потичу од непотпуних прописа о неправичној пословној пракси којима се повређују економски интереси потрошача.

Директива 2005/29/ЕУ представља важан извор законодавства који се односи на неправичну пословну праксу у Европској унији. Она обезбеђује свеобухватна правила како би се радње неправичне пословне праксе забраниле широм Европе.⁶³ Државе чланице Европске уније имају обавезу имплементације одредаба ове Директиве у сопствени правни систем у циљу хармонизације прописа држава чланица и адекватне заштите потрошача од неправичне пословне праксе.

Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ груписане су у три главне области правних норми (табела 1.), и то:

- 1) путем генералне клаузуле (опште одредбе) се прописује забрана неправичне пословне праксе. Она замењују постојеће различите опште одредбе држава чланица и уклања баријере на јединственом тржишту Европске уније;

⁶³ М. Јовановић-Zattila, *Право потрошача*, Центар за публикације Правног факултета Универзитета у Нишу, 2013. стр. 78.

- 2) две категорије неправичне пословне праксе: оне које су обмањујуће⁶⁴ и оне које су агресивне;⁶⁵
- 3) у Анексу 1 Директиве 2005/29/ЕУ презентирана је листа оних пословних пракси (црна листа) које се у свим околностима сматрају неправичним и као такве су забрањене.

Табела 1.: Структура одредаба Директиве 2005/29/ЕУ

ОПШТЕ ОДРЕДБЕ		
ОБМАЊУЈУЋА ПОСЛОВНА ПРАКСА		АГРЕСИВНА ПОСЛОВНА ПРАКСА
ОБМАЊУЈУЋЕ РАДЊЕ	ОБМАЊУЈУЋА ПРОПУШТАЊА	
ЦРНА ЛИСТА		

2.2. Обмањујућа пословна пракса

Пословна пракса се сматра обмањујућом ако садржи неистините информације, у вези једног или више карактеристичних обележја производа, којима се обмањује или се вероватно може обманути просечни потрошач да донесе одлуку о послу коју иначе не би донео. Она се манифестује у обмањујућим радњама и обмањујућим пропуштањима трговца.

⁶⁴ Чланови 5(4)(а), 6. и 7. Директиве 2005/29/ЕУ.

⁶⁵ Чланови 5(4), 8. и 9. Директиве 2005/29/ЕУ.

2.2.1. Обмањујуће радње

Обмањујуће радње чине оне лажне информације које доводе или могу да доведу у заблуду просечног потрошача чак и онда када је информација чињенично тачна у вези једног или више битних елемената и наводе га или ће га вероватно навести да се одлучи на закључење посла који у другачијим околностима не би закључио. У обмањујуће радње сврставају се нетачне информације које се се односе на:⁶⁶ 1) постојање или природу производа (продаја производа који није још произведен); 2) главне карактеристике производа (расположивост, користи, ризици, извршење, састав, помоћна опрема, постојање постпродајне помоћи потрошачу и решавање рекламација, начин и датум производње или набавке, испорука, исправност за употребу, начин коришћења количина, спецификација, географско или тржишно порекло, резултати који се очекују од његове употребе или резултати и битни показатељи тестова или провера изведених на производу); 3) обим обавеза трговца, мотиви за пословне поступке, природа поступка продаје (било која изјава или симбол који се односи на директно или индиректно спонзорство или одобрење трговца или произвођача); 4) цену производа или начин њеног обрачуна (постојање одређеног попушта у погледу цене); 5) сервисирање, резервне делове, замену или поправку производа; 6) природу, обележја и права трговца или његовог заступника (његов идентитет, имовину, квалификације, статус, дозволу, чланство у одређеним удружењима или повезаност с неким другим субјектима, његово индустријско, комерцијално или интелектуално власништво, награде и признања); 7) ризици којима потрошач може бити изложен.

2.2.2. Обмањујућа пропуштања

Обмањујућа пропуштања трговца⁶⁷ да предузме одређене радње испољавају се када трговац, узимајући у обзир све околности случаја, просторна и временска ограничења употребљеног средства комуникације и допунске мере које је предузео у циљу

⁶⁶ Члан 6. Директиве 2005/29/ЕУ.

⁶⁷ Члан 7. Директиве 2005/29/ЕУ.

обавештавања потрошача: 1) пропусти да пружи битну информацију која је просечном потрошачу неопходна за доношње адекватне трансакцијске одлуке; 2) скрива битне информације или даје нејасне, делимичне, двосмислене или неблаговремене информације или када пропусти да истакне пословну сврху свог обраћања а она није видљива из контекста, чиме доводи у заблуду просечног потрошача у вези склапања правног посла. Ако се ради о позиву за куповину као битне се сматрају информације о основним обележјима производа, пуној адреси и идентитету трговца, малопродајној цени производа или о начину на који ће цена бити израчуната, условима плаћања, испоруци, осталим елементима испуњења уговора, решавању приговора, и постојању права на раскид или отказ уговора.

2.2.3. Црна листа обмањујуће пословне праксе

У Анексу 1 Директиве 2005/29/ЕУ наведена је црна листа пословне праксе која се сматра неправичном, односно обмањујућом и агресивном. Сврха доношење листе је да омогући трговцима и потрошачима препознавање обмањујуће пословне праксе. Она је императивне природе и може се изменити само Директивом.⁶⁸

Црна листа неправичне пословне праксе која се у свим околностима сматра обмањујућом обухвата тврдње трговца да је:

- 1) потписник кодекса понашања, а да заправо није;
- 2) истицао заштитни знак, ознаку квалитета или сличну ознаку са претходно добијеном дозволом, а да то није истинито;
- 3) кодекс понашања који примењује одобрио неки државни или други орган, а да у ствари то није случај;
- 4) његову делатност (укључујући и његову пословну праксу или његов производ) препоручио или подржао неки државни орган, иако то није тачно, или иста таква тврдња у случају када његова пословна пракса или производ не испуњавају захтеве за издавања тог одобрења, препоруке или добијање сагласности;

⁶⁸ Алинеја 17. Директиве 2005/29/ЕУ.

- 5) понуда за куповину производа или услуга у довољним количинама и разумном року а без истицања чињенице да неће бити у могућности испоруке тог и сличног производа по наведеној цени (bait advertising);
- 6) упутио позив за куповину производа по тачно одређеној цени, и онда одбио да:
 - (1) потрошачу покаже рекламирани производ;
 - (2) прихвати поруџбине, и испоруке производа у разумном року;
 - (3) приказивањем неисправног узорка производа у намери промовисања неког другог производа;
- 7) производ може купити само у ограниченом року или да се може набавити под посебним условима у ограниченом временском периоду, како би изазвао потрошача да одмах донесе одлуку о куповини и тиме му ускрати могућност или време потребно да донесе адекватну одлуку;
- 8) преузео обавезу пружања неких постпродајних услуга потрошачу, и то на језику који није службени језик државе чланице Европске уније у којој се трговац налази, а затим, пружа те услуге само на неком другом језику, а да потрошач на то није био јасно упозорен пре закључења уговора;
- 9) продаја производа законита и када то није случај;
- 10) посебност његове понуде у истицању одређених права заштите потрошача, која већ гарантује закон а представљају се као посебно својство понуде трговца.

Црна листа пословне праксе која се сматра обмањујућом обухвата и случајеве када трговац:

- 1) користи публиковане садржаје у медијима у циљу промовисања производа, без јасног навођења у садржају информације, сликама или звуку за потрошача да је трговац платио ту информацију;
- 2) износи нетачне тврдње у вези природе и обима ризика којим би могла бити изложена лична безбедност потрошача или његове породице у случају да потрошач не купи производ;

- 3) оглашава производ сличног производу којег израђује неки други произвођач на начин који намерно доводи у заблуду потрошача да поверује да је оглашавани производ произвео тај други произвођач;
- 4) успоставља, управља или промовише пирамидални систем промоције при чему потрошач мора дати одређену чинидбу како би могао добити одређену накнаду због тога што је увео у систем нове потрошаче, а не због тога јер је купио или користио производ;
- 5) тврди да убрзо престаје са радом, или се пресељава у други пословни простор, иако то није тачно;
- 6) тврди да куповина производа може омогућити добитак у играма на срећу;
- 7) лажно тврди да производ може излечити одређену болест, поремећај функције или урођене деформације органа;
- 8) даје нетачне информације о стању на тржишту или могућности проналажења производа с намером навођења потрошача да купи производ под условима који су неповољнији од нормалних тржишних услова;
- 9) у оквиру пословне праксе тврди да се расписује наградна игра или промоција, а да се не додели описана награда или друга исте вредности;
- 10) означава производ речима "гратис", "бесплатно", "без накнаде" или сличним ознакама, ако потрошач мора за тај производ да плати било који износ различит од неизбежних трошкова одговарања на пословну праксу, трошкова испоруке производа или пријема производа;
- 11) уноси у промотивне материјале рачуне или неког другог захтева за плаћање којим се код потрошача ствара утисак да је већ наручио оглашавани производ који се нуди, иако то није случај;
- 12) лажно тврди или ствара утисак да поступа у оквиру своје пословне делатности односно делатности слободног занимања или лажно се представља код потрошача;

- 13) ствара лажни утисак да су постпродајне услуге у вези са производом доступне и у другој држави чланици Европске уније, која је различита од оне у којој је производ продат.

2.3. Агресивна пословна пракса

Агресивна пословна пракса⁶⁹ је она ако трговац узнемиравањем, притиском, укључујући и физичку силу или претњу и недозвољени утицај, значајно умањује или је вероватно да ће умањити слободу избора или поступања просечног потрошача у вези са производом и тиме га навести или вероватно навести да донесе одлуку о закључењу посла којег у другачијим околностима не би закључио. Правно регулисање агресивне пословне праксе је новина у праву Европске уније.

Приликом одлучивања о томе да ли је у пословној пракси трговца коришћено узнемиравање, притисак, укључујући и физичку силу или претњу или недозвољени утицај, води се рачуна о:⁷⁰

- 1) времену, месту, природи или трајању агресивне пословне праксе као и упорности коју је том приликом трговац показао;
- 2) да ли је трговац користио претње, увредљиве изразе или арогантно понашање;
- 3) томе да ли је трговац искоришћавао несрећне или друге околности у којима се потрошач налазио, а које су биле таквог значаја да су умањиле способност потрошача да разумно просуђује, при чему је трговац био свестан да ће те околности утицати на одлуку потрошача у вези куповине производа;
- 4) постојању било којег отежавајућег или несразмерног ограничења изван уговорне природе које је трговац наметнуо потрошачу за случај да потрошач жели остварити неко своје право из уговора, укључујући право на раскид, право на отказ уговора, или право да изабере други производ или другог трговца;
- 5) коришћењу било какве претње о предузимању радњи које се по закону не могу предузети.

⁶⁹ Члан 8. Директиве 2005/29/ЕУ.

⁷⁰ Члан 9. Директиве 2005/29/ЕУ.

2.3.1. Црна листа агресивне пословне праксе

Агресивном пословном праксом, која се у свим околностима сматра неправичном, обухвата следеће пословне поступке трговца:⁷¹

- 1) стварање утиска да потрошач не може напустити пословне просторије све док не склопи уговор;
- 2) посета потрошачу у кући или стану противно његовој вољи, не уважавајући његов захтев да се напусти његова кућа односно стан и да га се више не посећује, осим ради остваривања потраживања из уговора односно сходно прописима предвиђеног принудног извршења уговорне обавезе;
- 3) вишеструко обраћање потрошачу противно његовој вољи телефоном, телефаксом, електронском поштом или другим средствима комуникације на даљину, осим ради остваривања потраживања из уговора;
- 4) тражење од потрошача, који поставља одштетни захтев на основу полисе осигурања, да достави одређена документа која нису битна за оцену оправданости захтева, или константно избегавање давања одговора на упорно писмено обраћање потрошача, с намером да се потрошач одврати од остваривања права која му припадају на основу уговора;
- 5) директно подстицање деце путем огласа да купе или утичу на родитеље или друга пунолетна лица да за њих купе производ који је предмет оглашавања;
- 6) захтев потрошачу да плати, чува или врати производ чију испоруку није тражио, осим у случајевима куповине на даљину;
- 7) директно обавештавање потрошача да ће, посао или његов опстанак бити угрожен, ако потрошач од њега не купи производ или услугу;
- 8) стварање лажног утиска да је потрошач већ добио награду односно да ће је освојити добитком, да ће освојити одређену награду или неку другу еквивалентност, а по извршењу неке радње, а да уствари:
 - (1) не постоји никаква награда, нити њој еквивалентна корист, или

⁷¹ Анекс I Директиве 2005/29/EУ.

- (2) предузимање било какве радње у вези са добијањем награде или друге еквивалентне користи условљено је одређеним плаћањем потрошача.

2.4. Преварно и упоређујуће оглашавање

Оглашавање означава пословни поступак трговца ради упознавања потрошача с производом или услугама преко плаћеног средства масовне комуникације у циљу њихове продаје. Примарни циљ оглашавања је уверавање потрошача да прихвате оглашаване производе или услуге. У нашој литератури⁷² својевремено је коришћен назив „привредна пропаганда“ уместо назива „оглашавање“. Чак је и енглески назив „Encyclopedia of Advertising“ преведен као „Енциклопедија за економску пропаганду“, јер се у то време сматрало да се привредна пропаганда заснива на чврстим принципима, од којих су најважнији: истинитост, објективност, лојалност и економичност, а рекламно оглашавање је, према тадашњим схватањима, изражавало извесне негативне карактеристике, с обзиром на преувеличавање својстава робе и недовољно прецизно информисање потрошача.⁷³

Преварно и упоређујуће⁷⁴ оглашавање регулисано је у државама Европске уније Директивом 2006/114/ЕУ⁷⁵, која се примењује од 12. децембра 2007. године. Прописи у државама чланицама који су регулисали преварно и упоређујуће оглашавање су се међусобно разликовали што је директно нарушавало функционисање јединственог тржишта Европске унује и фер тржишну конкуренцију. Ова Директива се односи на Европски економски простор⁷⁶ и донета је у циљу да облик и садржај оглашавања буду уређени једнообразно а услови коришћења усклађени на целом Европском економском простору. Оглашавање је изузетно значајно и за потрошаче и трговце у погледу

⁷² *Економска и пословна енциклопедија*, Савремена администрација, Београд, 1994. други том, стр. 1201.

⁷³ *Исто*, стр. 1201.

⁷⁴ За преварно оглашавање користи се у нас и израз “обмањујуће оглашавање”, а за упоређујуће оглашавање израз „компаративно рекламирање“, односно „упоредно оглашавање“. У Закону о оглашавању Републике Србије користе се изрази „преварно“ и „упоређујуће“ оглашавање (*Сл. гласник РС*, бр. 79/2005).

⁷⁵ *Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006., concerning misleading and comparative advertising (consolidated version)* OJL 376, 27.12. 2006. Ова Директива је заменила Директиву 84/450/ЕЕЗ из 1984. године, која је неколико пута мењана и допуњавана.

⁷⁶ Европски економски простор обухвата државе чланице ЕУ и ЕФТА и треће земље које су поднеле захтев ЕУ за придруживање или које су укључене у процесе стабилизације и придруживања закључивањем релевантних билатералних или мултилатералних споразума.

остваривања несметаног протока робе и услуга на целој територији Европске уније с обзиром да подстиче конкуренцију између снабдевача робе и услуга у корист потрошача.

Сврха доношења ове Директиве је двојака: 1) заштита трговаца од преварног оглашавања и њихових штетних последица, и 2) заштита потрошача од таквог оглашавања које може имати одлучујући утицај на избор производа који им се нуди.

2.4.1. Преварно оглашавање

Преварно оглашавање је дефинисано у члану 2(б) Директиве 2006/114/ЕУ⁷⁷ и означава свако оглашавање које на било који начин речима или приказивањем, укључујући и презентацију, доводи или ће вероватно довести у заблуду потрошаче којима је упућено или до којих допире. Због своје преварне природе, као кључни елемент овог оглашавања, је да ће оно вероватно утицати на економско понашање потрошача и које ће из тих разлога штетити или ће наносити штету конкуренту. Преварне или лажне оглашаване поруке стварају погрешан утисак код потрошача о произвођачу или о понуђеним производима и услугама. Овакво оглашавање је у великом броју случајева неистинито и потрошачима не даје реалну информацију. Приликом утврђивања да ли је неко оглашавање преварно у обзир треба узети све његове карактеристике, а нарочито сваку информацију која се односи на:⁷⁸

- 1) карактеристике производа или услуге, њихову подобност, природу, састав, начин и датум производње или пружања услуге, примереност намени, начин употребе, количини, спецификацији, географском или трговачком пореклу, ефекти који се могу очекивати од њиховог коришћења, односно резултата и карактеристика проба или провера које су спроведене на робама и услугама;
- 2) цену и начин на који је цена израчуната и услова под којима је роба испоручена или услуга обезбеђена;
- 3) природу, битна обележја и права оглашивача, његов идентитет и имовину,

⁷⁷ *Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006., concerning misleading and comparative advertising (consolidated version)*, OJL 376, 27.12.2006.

⁷⁸ Члан 3. Директиве 2006/114/ЕУ.

квалификације и поседовање права индустријске, привредне или интелектуалне својине, као и награде и истакнута својства.

Директива 2006/114/ЕУ не спречава државе чланице Европске уније да задрже или уведу строже законе који уређују оглашавање које доводи у заблуду, дезинформише потрошача и ремети функционисање јединственог тржишта Европске уније.⁷⁹ Успостављање заједничких минималних стандарда на овом пољу служи заштити интереса пословних субјеката чије правичне трговинске праксе могу бити нарушене неправичним трговинским праксама других пословних субјеката које доводе у заблуду потрошача и имају деформишући утицај на функционисање јединственог тржишта Европске уније.

2.4.2. Упоређујуће оглашавање

Један од облика конкурентског оглашавања које добија на значају је упоређујуће оглашавање. Оно није прихваћено као свеобухватни модел. У неким државама је упоређујуће оглашавање легално и користи се у слободнијем облику него у осталим деловима света (нпр. у Сједињеним Америчким Државама и Канади). Процењује се да је приближно 30-40% свих огласа у Сједињеним Америчким Државама компаративне природе.⁸⁰

Прописи који су регулисали оглашавање у државама Европске уније до 2000-те године су се међусобно разликовали. Упоређујуће оглашавање је до 1997. године било забрањено у шест од петнаест држава Европске уније, а у шест држава је било предмет строге законске контроле.⁸¹ Оно је дефинисано у члану 2(ц) Директиве 2006/114/ЕУ и означава било које оглашавање које изричито или путем наговештаја идентификује конкурента или производ/услугу коју нуди конкурент. Овим оглашавањем се врши директно или индиректно поређење између једног и другог производа или компаније.

⁷⁹ Члан 7. Директиве 2006/114/ЕУ.

⁸⁰ N. A. Donthu, cross-country investigation of recall and attitude toward comparative advertising, *Journal of Advertising*, Vol 27(2), Summer 1998. стр. 111.

⁸¹ R. Benett, Communicator credibility, personality factors and customer responses to comparative advertising claims, *Marketing Intelligence and planning*, Vol. 15. 1997. стр. 85.

Директивом 2006/114/ЕУ су постављени заједнички стандарди за упоређујуће оглашавање у државама Европске уније.

Упоређујуће оглашавање не мора нужно бити преварно. Оно није преварно ако се врши директно или индиректно поређење једног или другог производа или привредног субјекта и где се упоређују суштинске, релевантне, проверљиве и репрезентативне карактеристике, углавном показујући сопствени производ/компанију у много бољем светлу. Овакво оглашавање може бити легитимно средство обавештавања потрошача о предностима производа/услуга. Упоређујуће оглашавање може бити и корисно јер омогућује подстицање конкуренције на унутрашњем тржишту Европске уније. Потрошачи могу имати користи од адекватно формулисаног и имплементираниог упоређујућег оглашавања јер им пружа већи обим и квалитет информација и омогућује доношење рационалнијих одлука.

Упоређујуће оглашавање је дозвољено ако су испуњени следећи услови:⁸²

- 1) није преварно у смислу чланова 2(б), 3. и 8(1) Директиве 2006/114/ЕУ, и чланова 6. и 7. Директиве 2005/29/ЕУ;
- 2) оглашавањем се упоређују производи/услуге који задовољавају исту потребу или су намењени истој сврси;
- 3) објективно се упоређује један или више материјалних, релевантних, проверљивих и репрезентативних карактеристика тих производа/услуга, која могу обухватити и цену;
- 4) није допуштено стварати забуну на тржишту између оглашивача и конкуренције или између оглашивачевог заштитног знака, трговачког имена, других знакова разликовања производа и услуга, и истих оних који се односе на конкуренцију;
- 5) производи са ознаком порекла, могу се упоређивати само са производима исте ознаке;
- 6) оглашавањем се не сме стицати неправедна предност на основу стеченог угледа заштитног знака, трговачког имена или неког другог знака конкурента или на основу порекла конкурентских производа;

⁸² Члан 4. Директиве 2006/114/ЕУ.

7) производи и услуге који се оглашавају не смеју се представљати као имитације или копије производа и услуга који имају заштитни трговачки знак или трговачко име.

Оглашавање које не испуњава прописане услове може бити забрањено за емитовање, привремено или стално, а могу бити наложене мере које имају за циљ отклањање последица оваквог оглашавања и након престанка њеног емитовања.

Државе чланице Европске уније су дужне да утврде одговарајућа и ефикасна средства за спречавање преварног оглашавања и обезбеде примену одредаба о незаконитом упоређујућем оглашавању у интересу трговаца и конкурената. Физичка лица или организације којима је по националном праву признато постојање легитимног интереса у борби против преварног облика оглашавања могу покренути поступке и правне мере против таквог оглашавања, или да изнесу предмет оглашавања пред орган управе надлежан било за одлучивање по жалбама или за покретање одговарајућег правног поступка.

Судови и органи управе могу да донесу наредбу да се прекине или да се установе одговарајући правни поступци за доношење наредбе за прекид преварног рекламирања или незаконитог упоређујућег рекламирања. У случају када преварно рекламирање или противправно упоређујуће рекламирање још није објављено или објављивање предстоји, да нареди забрану или иницира одговарајуће правне поступке за доношење наредбе за забрану таквог објављивања.⁸³

Државе чланице могу такође пренети на судове или управне органе овлашћења која им омогућују покретања одговарајућих поступака у циљу елиминисања штетних дејстава преварног и упоређујућег оглашавања. Они могу да затраже од оглашивача да достави доказе о тачности чињеничних тврдњи у оглашавању. Чињеничне тврдње оглашивача ће се сматрати нетачним ако се не доставе тражени докази или ако их суд или управни орган сматра неодговарајућим.⁸⁴

Овом Директивом се не искључује добровољна контрола којом државе чланице подстичу мере против преварног или упоређујућег рекламирања од стране саморегулаторних тела и обраћање таквим телима лица или организација које су наведене

⁸³ Члан 5. став 1. и 2. Директиве 2006/214/ЕУ.

⁸⁴ Члан 7. Директиве 2006/114/ЕУ.

у другој алинеји члана 5(1) Директиве, под условом да су поступци пред тим телима допунски у односу на судске или административне поступке предвиђене у том члану.

Сагласно члану 8(4). Директиве 2006/114/ЕУ државе чланице Европске уније могу задржати или усвојити и строже стандарде у циљу обезбеђивања веће заштите потрошача, трговаца и конкурената од преварног оглашавања односно незаконитог упоређујућег оглашавања.

Имплементација Директиве 2006/114/ЕУ у државама чланицама Европске уније пружа проширену могућност избора за потрошаче и значајну шансу за трговце. Имајући у виду да је оглашавање важан начин информисања потрошача и диференцирања понуђача производа и услуга, основне одредбе које регулишу форму и садржину преварног и упоређујућег оглашавања треба да су уједначене, а услови оглашавања и садржина упоређујућег оглашавања усклађени у државама чланицама. На овај начин ће се објективно представљати својства упоредивих производа/услуга и стимулисати конкуренција понуђача роба/услуга, а у корист потрошача. Ради остваривања тих циљева неопходно је поставити минимална и објективна мерила за утврђивање да ли је неко оглашавање преварно или незаконито упоређујуће.

2.5. Имплементација Директиве 2005/29/ЕУ у национална законодавства држава чланица Европске уније

Директива 2005/29/ЕУ о неправичној пословној пракси усвојена је у мају 2005. године. Државе чланице су имале обавезу да до 12. јуна 2007. године, имплементирају у своје национално законодавство одредбе Директиве, у циљу уједначавања закона, подзаконских аката држава чланица неопходних за поступање по овој Директиви.⁸⁵

Директива 2005/29/ЕУ обавезује пуно усклађивање (хармонизацију) националних правних система држава чланица са стандардима Европске уније прописаним у Директиви. Имплементација Директиве о неправичној пословној пракси не односи се само

⁸⁵ У складу са чланом 3(5) Директиве, државе чланице су могле да у наредних шест година наставе са применом националних прописа који су рестриктивнији од оних које прописује Директива. Разлози за продужење важности привремених одступања у случају постојања тешкоћа у имплементацији Директиве описани су у тексту на страни 22. дисертације.

на усвајање одредаба Директиве у законе држава чланица Европске уније, него се односи и на допуну постојећих закона ако нису у супротности са одредбама Директиве. Сврха Директиве је у њеном доприносу ефикаснијем функционисању унутрашњег тржишта Европске уније и постизању високог степена заштите потрошача у односу на неправичне пословне поступке привредних субјеката којима се повређују економски интереси потрошача и утиче на одлуку потрошача о правном послу у вези с производима. Директива не обезбеђује комплетну хармонизацију у свим аспектима неправичне пословне праксе. Она обезбеђују хармонизацију само за ниво В2С.⁸⁶

Табела 2. Преглед имплементације Директиве 2005/29/ЕУ у законодавства држава чланица Европске уније⁸⁷

Државе чланице Европске уније до 2000. године	Година уласка у Европску унију	Имплементација Директиве 2005/29/ЕУ у национална законодавства
Аустрија	1995.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон против нелојалне конкуренције (новембар 2007.).
Белгија	1958. оснивач	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон о трговачкој пракси и заштити потрошача (јуни 2007.).
Данска	1973.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон против нелојалне конкуренције (септембар 2007.).
Финска	1995.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача (децембар 2008.).
Француска	1958. оснивач	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон о потрошачима (јануар 2008.).

⁸⁶ Уводни део Директиве 2005/29/ЕУ тачка (7). В2С (business-to-consumer) означава однос на релацији професионални субјект: потрошач.

⁸⁷ European Parliament, Directorate-General for Internal Policies: *State of play of the implementation of the provision on advertising in the unfair commercial practices legislation*, Brussels, 2010. pp. 1-24.

Грчка	1981.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача (децембар 2009.).
Холандија	1958. оснивач	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Грађански законик (септембар 2008.).
Ирска	1973.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача (мај 2007.).
Италија	1958. оснивач	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у постојећу кодификацију, тј. у Закон о праву потрошача (август 2007.).
Луксембург	1958. оснивач	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача од неправичне пословне праксе (април 2009.).
Немачка	1958. оснивач	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон против нелојалне конкуренције (јануар 2008.).
Португалија	1986.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача од неправичне пословне праксе (децембар 2007.).
Шпанија	1986.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон против нелојалне конкуренције (децембар 2009.).
Шведска	1995.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон против нелојалне конкуренције (март 2008.).
Велика Британија	1973.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача од неправичних трговинских одредби (мај 2008.).
Државе чланице Европске уније од 2000-те године	Година уласка у Европску унију	Имплементација Директиве 2005/29/ЕУ у национално законодавство
Бугарска	2007.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон о заштити потрошача (септембар 2007.).
Чешка Република	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон о заштити потрошача (мај 2007.).

Естонија	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача и Закон о облигационим односима (октобар 2007.).
Кипар (грчки део)	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о непоштеној пословној В2С пракси (јули 2007.).
Летонија	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о забрани неправичне В2С пословне праксе (децембар 2007.).
Литванија	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о забрани неправичне В2С пословне праксе (децембар 2007.).
Мађарска	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача и Закон о оглашавању (децембар 2007.).
Малта	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су у Закон о пословима потрошача (Consumer Affairs Act), (јануар 2008.).
Пољска	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о спречавању неправичне тржишне праксе (септембар 2007.).
Румунија	2007.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача (децембар 2007.).
Словачка	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача (мај 2007.).
Словенија	2004.	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача од неправичне пословне праксе (јуни 2007.).
Хрватска	2013	Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ имплементирани су <i>in extenso</i> у Закон о заштити потрошача (мај 2009.).

Из прегледа у табели 2. се види да нису све државе чланице Европске уније у предвиђеном року (децембар 2007.) имплементирале одредбе Директиве 2005/29/ЕУ у национална законодавства.⁸⁸

Државе чланице Европске уније имплементирале су одредбе Директиве 2005/29/ЕУ о неправичној пословној пракси у законе о нелојалној конкуренцији (Аустрија, Данска, Немачка, Шпанија и Шведска), затим у законе о потрошачима (Бугарска, Чешка Република, Француска, Италија и Малта), или у Грађански законик (Холандија), или у постојеће законе о трговини и заштити потрошача (Белгија), односно *in extenso* у одговарајуће законе о заштити права потрошача (Естонија, Хрватска, Финска, Грчка, Ирска, Кипар (грчки део), Летонија, Литванија, Луксембург, Мађарска, Пољска, Португалија, Румунија, Словачка, Словенија и Велика Британија).

3. Заштита потрошача од неправичних уговорних одредби

3.1. Концепт неправичних уговорних одредби

Грађанскоправни уговор представља сагласност изјављених воља уговорних страна у циљу постизања одређеног правног дејства. Уговор је истовремено и правни посао који настаје сагласношћу воља уговорних страна које су вољу изјавиле са намером успостављања одређеног облигационог односа. Уговор представља и правни инструмент којим се обавља промет материјалних добара и услуга на тржишту. Њиме се дефинишу права и обавезе уговорних страна.

Начело слободе уређивања облигационог односа је оно на коме почива уговорно право. Ово начело полази од претпоставке да ће уговорне стране правичније уредити свој однос од законодавца. Начело аутономије воље огледа се у:

- 1) слободи уговорних страна да одлучују да ли ће или неће закључити уговор;
- 2) самосталном бирању партнера;

⁸⁸ Финска, децембар 2008; Француска, јануар 2008; Грчка, децембар 2010; Холандија, септембар 2008; Луксембург, април 2009; Мађарска, јуни 2008; Малта, јануар 2008; Немачка, децембар 2008; Шпанија, децембар 2009; Шведска, март 2008; и Велика Британија, мај 2008.

- 3) уговарању форме уговора;
- 4) одређивању садржине и услова уговора;
- 5) слободном вољом мењању или раскидању уговора.

Сагласност изјављених воља је неопходан услов за закључење уговора, али не мора бити довољан. Потребно је да је предмет уговора буде дозвољен и могућ. Када се постигне сагласност изјављених воља о битним елементима сматра се да је уговор закључен.

Правна једнакост не значи увек и стварну једнакост уговорних страна на тржишту, обзиром да оне немају исту економску односно финансијску снагу, не располажу истим обимом и квалитетом информација и немају исти ниво пословног знања и вештине. Ако се у таквим условима правни поредак једне државе препушта искључиво начелу аутономије воље уговорних страна, отварају се могућности злоупотреба од стране оних учесника који су на тржишту у надмоћнијем положају. Стога је потребно државном интервенцијом увести у правни систем низ ограничења како би се спречиле нежељене последице стварне неједнакости уговорних страна. Али треба водити рачуна да се уграђивањем заштитних механизма који ограничавају слободу уређења уговорних односа не угрози иста та слобода

У механизме којима правни поредак ограничава аутономију воље уговорних страна спада и институт неправичних уговорних одредби које се користе у типским адхезионом уговорима. У савременој производњи, дистрибуцији и трговини робама и пружања услуга домаћи и прекогранични уговори се најчешће закључују коришћењем типских или формуларних уговора.

Типски уговори су уговори у којима је унапред састављен модел уговора који уговарач саставља и нуди као општу понуду потенцијалним сауговарачима. Уговарач на тај начин искључује могућност преговарања са заинтересованим учесницима о садржају уговорних одредби или једном делу тих одредби. Сауговарачима се намеће закључивање уговора по моделу приступања (адхезионо закључивање уговора).

У савременој пословној пракси преговарања класична техника закључивања уговора индивидуалним преговарањем, односно заједничким утврђивањем садржаја уговора је мање заступљена. Она захтева да се поступак закључивања уговора

поједностави, убрза и учини што јефтинијим. То су уједно и аргументи у прилог оправданости уговарања правног посла путем типских уговора.

У пракси се појам типског уговора и адхезионог уговарања као технике закључивања уговора по правилу подударају, али се ипак као појмови разликују. Код унапред припремљеног типског уговора могуће је да одређени део садржаја уговарач индивидуално преговара са сваким сауговарачем, на пример, о цени, посебним својствима робе или услуге, додатне обавезе и сл. Код адхезионе технике закључивања уговора није неопходно да уговор по форми буде типски уговор (унапред припремљен модел за закључивање великог броја будућих уговора) него да је једна уговорна страна (уговарач) искључиво одредила садржај уговора и условила његово закључење искључењем преговарања. Друга страна (сауговарач) има само слободу одлучивања да ли хоће или неће закључити уговор.

За трговца-уговарача адхезионо уговарање има несумњиво бројне предности у односу на индивидуално преговарање. То су брзина, ефикасност и смањивање трошкова у масовној дистрибуцији роба и услуга које му омогућавају да робу и услуге нуди по нижој цени и тиме повећава своју конкурентност на тржишту.

Адхезионо уговарање има и недостатке у односу на интересе сауговарача, а нарочито ако је реч о потрошачу јер је начело слободе уговарања доведено у питање. У савременим условима се готово без изузетка сви потрошачки уговори закључују путем типског (формуларног) уговора и техником адхезионог уговарања, када потрошач као уговорна страна може да бира између различитих понуђених унапред формулисаних уговора. У пракси трговци у потрошачким уговорима допуштају преговарање једино везано уз одређивање једног од понуђених типова робе или услуге и евентуално цене, а понекад ни то.⁸⁹ У погледу осталих елемената уговорног односа они су понуђени по начелу “узми или остави”. Из овога произлази да се потрошачева слобода око формулације садржаја уговорног односа своди само на избор за њега најприхватљивијег производа или услуге, евентуално квалитета и цене. Када је реч о томе да ли закључити

⁸⁹ С. Петрић, Концепт непоштених уговорних одредби с посебним освртом на потрошачке уговоре, у В. Томљеновић, С. Петрић, и Е. Мишћенић, *Зборник радова Непоштене уговорне одредбе-Еуропски стандарди и хрватска прерада*, Правни факултет у Риједи, 2013. стр. 20.

уговор по понуђеним условима или тражити повољније услове, иако та могућност постоји, у пракси је то за потрошача готово бескорисно јер се услови по којима се нуди закључивање уговора по појединим браншама по правилу међусобно у високом степену усаглашени.

Један од начина да се слабија уговорна страна која приступа уговору заштити од премоћи друге уговорне стране, у условима у којима нема никакав или има врло мали утицај на садржај уговора, јесте интервенција државе у режим једнострано састављеног уговора. Начело слободе изражавања воље уговорних страна, при закључивању уговора у нормалним условима нема места интервенцији државних органа, обзиром да свака страна код појединачних уговора има могућност да изрази вољу да ли прихватити услове уговора или не. Код типских уговора избор слабије стране је био сужен на одлуку да ли приступити уговору или не. Имајући у виду да се типски уговори састављају унапред као модел по којем се закључује велики број будућих уговора они добијају на важности за разлику од индивидуално закључених уговора. Углавном правни системи, и то почевши од времена када су се типски уговори први пут појавили као значајније заступљени облик закључивања уговора, постављају границе слободи уговорне стране која одређује садржај таквих уговора. Та су ограничења оправдана не само чињеницом стварне финансијске, економске и тржишне надмоћи таквих пословних субјеката над њиховим партнерима-сауговорачима, него највише правилном интерпретацијом једног од основних начела уговорног права, а то је сагласност слободно изјављених воља уговорних страна. Ако је уговор настао на начин да је његов садржај у потпуности или у претежном делу одредила искључиво једна уговорна страна, без обзира на то јесу ли уговорне стране стварно неравноправне, за такав уговор морају се примењивати другачија правила интерпретације и другачији стандарди заштите оне уговорне стране чија је воља сведена на пристајање на унапред одређени садржај уговора.

У циљу превазилажења неправичних уговорних одредби одређених искључиво вољом једне стране уговора користи се више начина у постављању правила о неправичности уговорних одредби. Један начин је дефинисање опште норме која прописује критеријуме према којима суд утврђује да ли је конкретна уговорна одредба неправична или не. Други начин је набрајање тачно одређених одредаба које се сматрају

неправичним, утврђивањем тзв. „црне“ и „сиве“ листе. Трећа могућност представља комбинацију одредаба општег правила и листе неправичних одредаба. Предност и недостаци првог или другог начина су јасни и карактеристични за све случајеве у којима је оваква методологија нормирања прихваћена. Опште норме су по правилу увек недовољно прецизно формулисане и остављају велику слободу примењивачу норме, што доводи до извесне правне несигурности. Затворена листа неправичних уговорних одредби је често недовољно исцрпна, а с друге стране превише рестриктивна да би се на основу ње могло одговорити потребама савремене пословне праксе.

У остваривању заштите потрошача, како је наведено у Мастрихтском уговору,⁹⁰ право Европске уније као својеврсне транснационалне и наднационалне творевине, се служи специфичним средствима и техникама које су израз и последица посебног статуса Европске уније и њеног посебног односа према правним порецима држава чланица. У оквиру мера заштите економских интереса потрошача значајно место заузимају правила о неправичности општих услова типских уговора. Проблемом типских уговора и општих услова пословања као преовлађујућег садржаја тих уговора бавила су се законодавства и судска пракса већине земаља чланица. Ова пракса је често показивала неуједначеност у приступу питању неправичности појединих одредби таквих уговора што је имало за последицу различит степен заштите потрошача у појединим државама чланицама.

Имајући у виду претходно речено, јавила се потреба за усаглашавањем прописа о заштити потрошача како би се пружио исти ниво заштите у свим државама Европске уније. Тиме се постиже и остваривање другог циља Европске уније, а то је успешно функционисање јединственог европског тржишта. Препуштање заштите потрошача националним правилима би значило ограничавање функционисања јединственог европског тржишта, јер би његов положај и ваљаност уговора зависила од правила националног права. Биле би му ускраћене могућности коришћења предности јединственог тржишта јер би при куповини робе и услуга у другим државама био суочен са различитим

⁹⁰ Након извршених измена Уговора о оснивању Европске заједнице доношењем Мастрихтског уговора одредбе које се односе на право заштите потрошача су: чл. 3(с) и чл. 95 (ex.чл. 100а) и посебно чл. 153 (ex. чл. 129а).

нивоом заштите прописане у појединим националним правима у односу на неправичне одредбе типских уговора.

Правно уређење неправичних уговорних одредби до доношења Директиве 93/13/ЕЕЗ је било различито у поједним државама Европске уније.⁹¹ У Италији су у Закону наведене „црне“ листе неправичних уговорних које се сматрају апсолутно ништавим. Међутим овај систем се није показао делотворним јер није садржавао критеријуме утврђивања неправичних уговорних одредби.

У Француској је Законом о заштити и информисаности потрошача производа и услуга из 1978. године, прихваћен критеријум утврђивања неправичности уговорних одредби прописан у општој одредби о неправичности. Ништава је свака одредба која је потрошачу наметнута злоупотребом веће економске моћи трговца која му омогућује непримерену корист у уговору. Усвојен је специфичан систем индивидуалне контроле неправичних уговорних одредби. У основи је прихваћен систем општих одредби према којима судови проглашавају ништавом одређену одредбу уговора која је другој уговорној страни омогућила повољнији положај општих услова а на штету потрошача. Посебна комисија је контролисала опште услове пословања и ако их је сматрала непримереним предложено је надлежном министарству да такве одредбе стави ван снаге или их модификује.

Доношењем Закона о праву општих услова пословања⁹² у Немачкој је прихваћен комбинован систем који се заснива на контроли допуштености општих услова уговора према критеријуму добре вере и добрих обичаја. Према овом критеријуму ништаве су оне одредбе општих услова уговора које противно начелу савесности и поштења другу страну непримерено стављају у неповољнији положај тако да се не може остварити сврха уговора. Уз општу клаузулу ништавости уводи се и „црна“ листа од 16 одредаба општих услова, које су увек ништаве без обзира на њихово значење у конкретном уговору. Поред тога предвиђена је и „сива“ листа неправичних одредби, тј. оних које суд може прогласити ништавим ако утврди да не задовољавају критеријум опште одредбе неправичности. Ова

⁹¹ С. Петрић, Концепт неправичних уговорних одредби с посебним освртом на потрошачке уговоре, *Зборник радова Непоштене уговорне одредбе*, Правни факултет у Ријеци, 2013. стр. 23-25.

⁹² С. Петрић, О неправичним клаузулама општих увјета уговора у праву Европске уније, *Зборник радова Правног факултета у Сплиту*, бр. 1-2/2002. стр. 63.

листа није била затворена. Она је садржала списак одредаба за које законодавац сматрао да су противне доброј вери и осталим критеријумима неправичности. Суд је могао прогласити и сваку другу одредбу која није садржана у овој листи ништавом, под условом да испуњава критеријуме који су дефинисани за одредбе „сиве“ листе.⁹³

У енглеском праву најзначајнији правни акт за заштиту потрошача од неправичних уговорних одредби је био Закон о неправичним уговорним одредбама из 1977. године.⁹⁴ Закон се не односи само на неправичне одредбе потрошачких уговора него и на све стандардизоване уговоре. Одредбе овог закона су примењиване и на неке вануговорне обавезе. Прописани начин контроле је специфичан и састојао се од два нивоа. Суд је морао прво према постављеним критеријумима утврдити да ли нека одредба ограничава или искључује одговорност, а кад то утврди, проглашавао је да ли је ништава или ваљана. Критеријуми за одређивање ваљаности одредби садрже кратку „црну“ листу одредби које су у сваком случају забрањене и тиме ништаве. Тако на пример, апсолутно су ништаве одредбе о ограничењу одговорности за смрт или телесну повреду проузроковану непажњом. Апсолутно су ништаве одредбе о ограничењу или искључењу одговорности за штету која је настала од производа који су намењени потрошачима за личну употребу, а штета је последица недостатка на производу до којег је дошло због непажње лица које учествује у производњи и дистрибуцији. Апсолутно су биле ништаве и одредбе о ограничењу или искључењу одговорности продавца производа којом на купца преноси власништво ствари, а да потрошач одговара да је роба сагласна узорку, опису робе односно квалитету робе. Енглески судови у решавању ових проблема су имали велику слободу у одлучивању које одредбе општих услова о искључењу или ограничењу одговорности нису правно ваљане.

У хрватском правном систему до пријема Хрватске у Европску унију важила су два скупа позитивних правних правила о неправичним уговорним одредбама која су се међусобно надопуњавала.⁹⁵ Један се тиче контроле стандардних унапред састављених

⁹³ С. Петрић, *Концепт непоштених уговорних одредби с посебним освртом на потрошачке уговоре*, оп. цит. стр. 25.

⁹⁴ Unfair Contract Terms Act, 1977.

⁹⁵ Е. Мишћенић, *Непоштене уговорне одредбе у уговорном праву Републике Хрватске*, *Зборник радова Другог форума за грађанско право Југоисточне Европе*, Скопље, 2012. стр. 184.

услова уговора уређен Законом о облигационим односима који је постојао и пре поступка усклађивања хрватског важећег законодавства с европским правним достигнућима о заштити потрошача и који се примењују на све врсте уговорних односа, било да укључују правна и физичка лица, или само правна лица (B2C, B2B). До имплементације Директиве 93/13/ЕЕЗ у хрватски правни систем одредбе о неправичним уговорним одредбама односиле су се само на контролу општих услова уговора у стандардним унапред формулисаним уговорима прописаним Законом о облигационим односима из 1978. године.⁹⁶

Други сет правних правила о неправичним уговорним одредбама у потрошачким уговорима је био уређен Законом о заштити потрошача. Имплементација Директиве 93/13/ЕЕЗ и већине других директива Европске уније у Закон о заштити потрошача Хрватске је директна последица испуњавања преузете обавезе усклађивања хрватског важећег законодавства са правним достигнућима Европске уније која је утврђена у Споразуму о стабилизацији и придруживању потписаног између Републике Хрватске, с једне стране, и Европских заједница и њихових држава чланица, с друге стране.

Закон о облигационим односима Републике Хрватске прописује да су ништаве одредбе општих услова уговора које, супротно начелу савесности и поштења проузрокују знатну неравноправност у обавезама уговорних страна на штету сауговорача.

За разлику од Закона о облигационим односима, Закон о заштити потрошача Републике Хрватске контролу неправичности не ограничава само на стандардне услове састављене за већи број уговора, већ у складу са преузетом Директивом 93/13/ЕЕЗ његове су одредбе применљиве и на унапред састављене појединачне уговоре за индивидуално коришћење. У члану 96. став 2. Закона се каже да се о појединој уговорној одредби није појединачно преговарало, ако је ту одредбу унапред формулисао трговац, а потрошач није имао утицаја на његов садржај, посебно ако је реч о одредби унапред формулисаног стандардног уговора трговца.

Укључивање материје неправичних уговорних одредби у опште уговорно право, у смислу обједињавања два тренутно постојећа скупа позитивних правних правила у оквиру

⁹⁶ *Сл. Лист* СФРЈ бр. 29/78, 39/85, 46/85, 45/89, 57/89.

ЗОО, сматра се да доприноси богатијој судској пракси обзиром да постоји значајан недостатак судске праксе на основу одредаба ЗЗП.⁹⁷ Хрватски судови примењују одредбе ЗОО и тако штите потрошаче као и свако друго лице занемарујући истовремено посебне одредбе о заштити потрошача. Постоје судске одлуке о неправичним одредбама у стандардним унапред састављеним уговорима на основу одредаба ЗОО из 1978. године, где једна уговорна страна у монополском положају намеће неправичне уговорне одредбе другој страни. Ово је један од аргумената за који се сматра да би могао допринети будућој правној расправи о укључивању потрошачких уговорних правила о неправичним уговорним одредбама у ЗОО. Мотив јединственог уређења неправичних уговорних одредби унутар ЗОО могла би бити и чињеница да важећи ЗОО не може испунити захтеве члана 7. Директиве 93/13/ЕЕЗ у вези поступка заштите колективних интереса потрошача. Јединствено уређење материје неправичних уговорних одредби унутар ЗОО би донело већу транспарентност и систематичност хрватском уговорном праву и на тај начин омогућило ефикаснију заштиту и остварење права заштите потрошача у пракси.⁹⁸

Уважавајући нормативни приступ Директиве 93/13/ЕЕЗ, хрватски је законодавац ускладио одредбе о општим условима уговора у ЗОО и увео у ЗЗП тзв. општу одредбу о (не)правичности која утврђује критеријуме које суд користи у сваком конкретном случају приликом одлучивања о (не)ваљаности одређене уговорне одредбе.

Полазећи од члана 3. став 1. Директиве 93/13/ЕЕЗ, ЗЗП Хрватске у члану 96. став 1. прописује да су неправичне уговорне одредбе оне о којима се није појединачно преговарало које су супротне начелу савесности и поштења и проузрокују знатну неравнотежу у правима и обавезама уговорних страна а на штету потрошача. Ова законска дефиниција неправичне уговорне одредбе у ЗЗП Хрватске се односи само на В2С уговоре, за разлику од одредаба ЗОО о општим условима уговора који се примењује на унапред састављене појединачне В2С и В2В уговоре. Према члану 296. став 1. ЗОО, ништавне су одредбе општих услова уговора које, супротно начелу савесности и поштења, нарушавају равнотежу права и обавеза које настају на основу уговора, а на штету сауговорача.

⁹⁷ Е. Мишћенић, *Непоштене уговорне одредбе у уговорном праву Републике Хрватске, у Зборнику радова Другог Форума за грађанско право Југоисточне Европе*, Скопље, 2012. стр. 187.

⁹⁸ Е. Мишћенић, *оп. цит.* стр. 187-188.

Питање неправичних уговорних одредби у македонском законодавству регулисано је у Закону о облигационим односима⁹⁹ (у даљем тексту ЗОО), као *lex generalis*, и Закону о заштити потрошача¹⁰⁰ (у даљем тексту ЗЗП) као *lex specialis*.

ЗОО Македоније регулише опште прописе о уговорима и примену општих уговорних услова независно од уговорних страна, док ЗЗП регулише питања везана за потрошачке уговоре. Одредбе ЗЗП које се односе на опште уговорне одредбе примењују се само на В2С уговоре.

Садржај одредби у македонским законима је формулисан под утицајем Директиве 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима и ЗОО СФРЈ из 1978. године¹⁰¹ који је био примењиван у Македонији до 2001. године. Касније је овај закон замењен новим Законом о облигационим односима из 2001. године, у којем се два члана ЗОО (члан 130. и члан 131.) односе на опште уговорне одредбе, у којима недостаје детаљан опис или дефиниција општих одредби.

У 2008. години ЗОО Македоније је значајно измењен како би могле да се испуне обавезе Републике Македоније преузете потписивањем Споразума о стабилизацији и придруживању¹⁰² а посебно да би се створили нужни услови за несметану и ефикасну трговину робама и услугама. Приближавање законодавства Македоније правним достигнућима Европске уније, створила је потребу за транспозицијом релевантних директива Европске уније у Закон о облигационим односима, као основном правном акту који регулише трговину робама и услугама.

Једна од измена учињена у ЗОО (2001) била је у одредбама које регулишу опште уговорне услове (члан 130.) и апсолутну ништавост одређених одредби општих уговорних услова (члан 131.) у циљу њиховог усклађивања са Директивом 93/13/ЕЕЗ. У ЗОО није извршена потпуна транспозиција Директиве 93/13/ЕЕЗ, јер је она већ имплементирана у Закон о заштити потрошача.

⁹⁹ Закон о облигационим односима, *Сл. лист* Р. Македоније, бр 18/2001.

¹⁰⁰ Закон о заштити потрошача, *Сл. лист*. Р. Македоније, бр. 38/2004.

¹⁰¹ Закон о облигационим односима, *Сл. лист*, СФРЈ, бр. 29/1978.

¹⁰² Споразум о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њених држава чланица, с једне стране, и Републике Македоније, с друге стране, потписан 26.03.2001. године (*Сл. лист*, Р. Македоније бр. 28/2001).

Први Закон о заштити потрошача из 2000-те године¹⁰³ прописао је у три члана одредбе о општим питањима у вези са неправичним уговорним одредбама. Доношењем ЗЗП 2004. године (измењен 2007., 2008., и 2011.), у потпуности је имплементирана Директива 93/13/ЕЕЗ. У Закон о заштити потрошача Македоније неправична уговорна одредба се сматра она о којој се није појединачно преговарало, ако супротно начелу савесности и поштења проузрокује очигледну неравнотежу у правима и обавезама странака која произлазе из уговора, а на штету потрошача.¹⁰⁴

У погледу неправичних уговорних одредби оцењује се да је садашње законодавство Македоније у складу са постојећим законодавством Европске уније и да одредбе у Закону о облигационим односима пружају прихватљив оквир за заштиту интереса уговорних страна погођених могућим неправичним уговорним одредбама.¹⁰⁵ Терет доказивања да ли се о уговорној одредби преговарало појединачно или не, је на трговцу.¹⁰⁶ ЗЗП Македоније прописује да се и одредба из појединачног уговора може сматрати неправичном, ако о њој уговорне стране нису преговарале. Међутим, чак и ако се о одредби појединачно преговарало, а она испуњава постављене критеријуме неправичности сматраће се неправичном и апсолутно ништавом. ЗЗП Македоније одређује црну листу неправичних поступака у двадесетпет случајева када се конкретна одредба сматра непоштеном и ништавом, без повезивања са општим условом да се о њима није појединачно преговарало.

Према члану 3(3) Директиве 93/13/ЕЕЗ, Анекс садржи индикативну и отворену листу (тзв. сива листа), одредаба које се могу сматрати неправичним. Оне нису у целини имплементирани у ЗЗП Македоније.¹⁰⁷

Што се тиче контроле „праведности“ одређених уговорних одредби, доступна су два механизма, зависно од тога да ли се ради о В2В или В2С уговору. У оба случаја суд је тај који оцењује да ли је одредба неправична и тиме апсолутно ништава. У случају В2В

¹⁰³ Закон о заштити потрошача, *Сл. лист*, Р. Македоније, бр. 63/2000.

¹⁰⁴ Члан 53(1) ЗЗП Македоније.

¹⁰⁵ Н., Здравева, Н. Гавриловић, и Б. Тушевска, *Непоштене уговорне одредбе у уговорном праву Републике Македоније, Зборник радова Другог Форума за грађанско право Југоисточне Европе*, Скопље, 2012. стр. 203.

¹⁰⁶ Члан 53(2) и (3) ЗЗП Македоније.

¹⁰⁷ Тачке (д), (г), из Анекса I. Директиве 93/13/ЕЕЗ нису транспоноване у ЗЗП Македоније.

уговора, тужбу може поднети странка које се тиче, свако лице која има правни интерес и јавни тужилац (члан 101. ЗОО). Ако суд сматра да одређена одредба испуњава услове неправичне и апсолутно ништаве, она неће имати правно дејство. Апсолутна ништавост не треба да утиче на уговор у целини, ако он може опстати без ње, и ако она није била ни услов уговора ни одлучујући мотив због којег је уговор закључен.

У случају В2С уговора тужбу пред судом може поднети погођени потрошач као и свака странка која има оправдан интерес за потрошачеву заштиту. И потрошачке организације могу од суда захтевати да прогласи апсолутну ништавост уговорне одредбе, уколико је утврђено да је таква одредба дефинисана у закону неправична, што је у складу са чланом 7. Директиве 93/13/ЕЕЗ.

У складу са чланом 101(1) ЗЗП Македоније прописана је обавеза суда да прегледа уговорне одредбе и утврди њихову ништавост уколико су испуњени услови. Такви прописи националног законодавства су у складу са праксом Суда Европске уније. Нема довољног доказа у судској пракси у Македонији која би потврдила примену ове одредбе.¹⁰⁸

У Црној Гори постоје два правна оквира, која су паралелно установљена за преузимање правне тековине Европске уније,¹⁰⁹ којима се штите економски интереси потрошача у уговорним односима са трговцима. То су Закон о заштити потрошача и Закон о облигационим односима.

Црна Гора је у мају 2007. године, донела Закон о заштити потрошача (ЗЗПЦГ),¹¹⁰ а 2008. године, извршене су измене у општем уговорном праву. Усвајањем новог Закона о облигационим односима (ЗООЦГ)¹¹¹ преузете су одговарајуће одредбе правних тековина права потрошача Европске уније које се примењују (супсидијарно у односу на ЗЗПЦГ¹¹²) у појединим уговорним односима.

¹⁰⁸ Н. Здравева, и остали, *оп. цит.* стр. 210.

¹⁰⁹ У складу са чланом 72. Споразума о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њихових држава чланица, с једне стране, и Републике Црне Горе, с друге стране, Црна Гора има обавезу да обезбеди да ће постојећи закони и будуће законодавство бити постепено усклађени са правом Заједнице (*Сл. лист РЦГ*, 7/0).

¹¹⁰ Закон о заштити потрошача, *Сл. лист РЦГ* бр. 26/07.

¹¹¹ Закон о облигационим односима, *Сл. лист РЦГ* бр. 47/08.

¹¹² Према члану 6. Закона о заштити потрошача ако тим законом није друкчије уређено, на облигационе односе примењују се одредбе Закона о облигационим односима.

Закон о облигационим односима је оквир за уговорне односе без обзира на правни статус уговорних страна. Он се примењује на правна и физичка лица, на све врсте уговора, било да су у питању В2В или В2С уговори. Закон о заштити потрошача се односи само на В2С уговоре.

У складу са чланом 72. Споразума о стабилизацији и придруживању (ССП)¹¹³ између Европских заједница и њихових држава чланица, с једне стране, и Републике Црне Горе, с друге стране, Црна Гора има обавезу да обезбеди да ће постојећи закони и будуће законодавство бити постепено усклађено са правним тековинама Европске уније. Одредбе Директиве 93/13/ЕЕЗ су садржане у ЗЗПЦГ. Наведена правила се примењују само на В2С уговорне односе, док се одредбе које су применљиве на В2В уговоре налазе у Закон о облигационим односима.

Дефиниција неправичних уговорних одредби и њена конкретизација у црној или сивој листи, и улога судова приликом тумачења неправичних уговорних одредби преузета је из члана 3. став 1. Директиве 93/13/ЕЕЗ у којем је дефинисан стандард теста неправичности који одређује да ће се уговорна одредба чија садржина није појединачно преговарана сматрати неправичном ако, супротно начелу савесности и поштења, доводи до битне неравнотеже у правима и обавезама уговорних страна, а на штету потрошача. Оваква дефиниција се, за потребе В2В уговора, може наћи и у појединим деловима Закона о облигационим односима ЦГ (члан 138. став 1.) Суд може одбити примену појединих одредби општих услова које спечавају другу уговорну страну да стави приговоре или оних на основу којих она губи права из уговора или губи рокове, као и оних које су иначе неправичне или претерано строге према њој.¹¹⁴ Судови у Црној Гори још увек радије користе Закон о облигационим односима него ЗЗП.¹¹⁵ ЗЗПЦГ садржи одредбу која упућује на Закон о облигационим односима и која уређује да се, уколико у ЗЗП није другачије прописано, на облигационе односе између потрошача и трговца примењују одредбе закона којим се уређују облигациони односи.

¹¹³ Сл. лист РЦГ, бр. 07/07.

¹¹⁴ Члан 138. став 4. Закона о облигационим односима ЦГ (Сл. лист РЦГ бр 47/08).

¹¹⁵ З. Чађеновић, Непоштене уговорне одредбе у уговорном праву Црне Горе, *Зборник радова Другог Форума за грађанско право Југоисточне Европе*, Скопље, 2012. стр. 214.

Закона о облигационим односима ЦГ у члану 107. став 1. утврђује да се поред уговорних страна, на ништавост може позивати свака заинтересована страна, док став 2. истог члана омогућује државном тужиоцу *ex officio* утврђивање ништавости уговорне одредбе или самог уговора. За заштиту колективних интереса, а у циљу утврђивања ништавости самог уговора или поједине уговорне одредбе, постоје друге институције које су овлашћене за предузимање акција (нпр. организације потрошача).

Из неколико прегледа националних законодавстава у овој материји видљиво је да су решења појединих права држава чланица Европске уније различита, што је био снажан мотив да се на нивоу Европске уније успостави систем јединствене заштите потрошача од неправичних уговорних одредби.

Најзад, када је реч о критеријумима према којима се нека уговорна одредба може квалификовати неправичном најчешће се своди на одредбе:

- 1) о којима се није појединачно преговарало;
- 2) ако су донете унапред а потрошач није могао утицати на њихов садржај;
- 3) којима се ствара значајна неравнотежа у преговарачким позицијама;
- 4) противне начелу савесности и поштења.

У литератури се указује на случајеве када општи услови пословања постају део уговора када се на њих позива, иако услови не морају бити у њему. У случају када су у питању потрошачи ово правило се тумачи строже, у смислу да се потрошачима мора скренути пажња на опште услове пословања, а посебно на оне које су за њега од већег значаја, као што је одредба о искључењу одговорности. Илустративни су случајеви из судске праксе о којем су расправљали енглески и италијански Апелациони судови.

Интересантан је пример који је расправљао енглески Апелациони суд у случају позивања на опште услове пословања као делу уговора када се уговор на њих позива.¹¹⁶ Тужилац је паркирао аутомобил на уређеном паркингу. На улазу у паркинг простор се налазило обавештење о томе да се сви аутомобили паркирају на личну одговорност. Кад се тужилац хтео вратити по аутомобилу догодила му се несрећа у којој је био теже

¹¹⁶ R. Lowe, G. Woodroffe, *Consumer Law and Practice*, Sweet and Maxwell, London, 2004. str. 128 (Према А. Пошћић, Непоштена клаузула у потрошачким уговорима, *Зборник радова Правног факултета у Сплиту*, год. 43. 2/2006., стр. 172.).

повређен. Тражио је накнаду штете од предузећа паркинг сервиса. Међутим, тужени су се бранили тиме да паркинг картица садржи одредбу о искључењу одговорности у овим случајевима (исписана на табли паркинга, не на картици) и упућивало је на опште услове пословања паркинг сервиса (туженог). На самом углу паркинг картице је писало ситним словима да се на уговор примењују општи услови пословања. На табли за обавештења паркинг сервиса која се налазила супротно од уређаја за издавање картица били су објављени општи услови пословања у којима се налазила одредба која је прописивала да паркинг сервис неће одговарати за било какву повреду која се догоди потрошачу док се његов аутомобил налази на паркингу.

Енглески Апелациони суд је утврдио да тужени нису предузели све потребне радње да би упознали тужиоца (корисника услуге - потрошача) с поменутом одредбом. Наведено је како је потребно учинити разумне радње у упознавању потрошача с таквом одредбом.

Спорни су били општи услови пословања паркинг сервиса који нису били одштампани на паркинг картици. За потрошача то би значило, по мишљењу Суда, да у тренутку када прима паркинг картицу мора тражити где су објављени општи услови пословања, што мали број и чини. Потрошачи готово никада и не читају опште услове пословања. Суд је утврдио како тужени нису учинили довољно да упознају кориснике (потрошаче) паркинга с одредбом о искључењу одговорности. Терет доказа је био на туженом, који, међутим, није успео доказати да су биле предузете потребне радње како би потрошача у потпуности упознало с том одредбом. Суд је одредбу прогласио ништавом и без икаквог значење и последица за кориснике паркинга. Овде се види на који начин суд појашњава тест неправичности коришћењем додатног критеријума - критеријума транспарентности.

Слична ситуација као у претходном случају била је предмет расправе италијанског Апелационог суда.¹¹⁷ И овде су били спорни општи услови пословања друштва које води паркиралиште. Случај је следећи:

На паркиралишту су на посебној табли ситним словима били објављени општи услови пословања на висини већој од два метра. Били су и доста удаљени од ознаке „П“ за

¹¹⁷ Corte d'appello di Roma, 1780/2002. (према: М. Јовановић-Zattila, Примена Директиве 93/13/ЕЕЗ у потрошачким уговорима, *Зборник Правног факултета у Нишу*, Свеска 2/2009. стр. 531.).

паркирање. Општи услови пословања садржали су десет чланова. Посебно је била проблематична одредба која је прописивала: “Уколико се паркирање не плати, корисник паркиралишта мора платити казну од тридесет евра заједно са трошковима принудне наплате“. Удружење потрошача је тражило да се та одредба прогласи ништавом. Суд је у образложењу одлуке навео да тужени нису употребили сигуран начин упознавања потрошача у потпуности са тим одредбама, јер опште услове пословања нису одштампали на паркинг картици. Суд је потврдио како одредба која прописује новчану казну, уколико се не плати према члану 1469 Грађанског законика је неправична, обзиром да прописује плаћање од 30 евра, што је тридесет пута више од износа који се плаћа за један сат паркирања. Овде је италијански суд закључио: на опште услове пословања је нужно упозорити и то тако што ће се они посебно одштампати на самој паркинг картици.

Други критеријум који се мора испунити су одредбе којима се ствара значајна неравнотежа у преговарачким позицијама. Појам „значајна неравнотежа“ је тешко дефинисати. Нејасноће се јављају у утврђивању садржаја који су нужни за одређивање појма неравнотеже у преговорима. Појам неравнотеже се испитује на чињеницама конкретног случаја узимајући у обзир права и обавезе уговорних страна. Не узима се сваки вид неравнотеже већ се захтева да она буде значајна. То није лако утврдити. Интересантно је упознати се како судови утврђују која је то неравнотежа која је релевантна у тумачењу појма значајне неравнотеже. На примерима националних пресуда могу се наћи неки садржаји који могу помоћи у тумачењу појма.

Илустративан је случај који се појавио пред Савезним Врховним судом Немачке у којем се суд изјаснио о појму значајне неравнотеже. Расправљало се о уговорној одредби која је прописивала да истеком рока важности телефонске картице аутоматски ће се поништити остатак телефонских импулса. Суд је сматрао да таква одредба проузрокује значајну неравнотежу у правима и обавезама уговорних страна. Тужени су се бранили да је то прописано код увођење нових технологија и борбе против злоупотребе кредитних картица. Међутим, суд је сматрао како ти аргументи не оправдавају поништење постојећих импулса.

Интересантан је и случај италијанске судске праксе која је покушала дефинисати који је то степен неравнотеже одлучујући у правима и обавезама страна да би се могло

говорити о значајној неравнотежи у преговарачким позицијама. Реч је о одредби банке којом она има дискреционо право једностраног мењања уговорних одредби, како би удовољила законским обавезама или одређеним организационим разлозима. Када је реч о законским обавезама суд сматра да је такво редефинисање одредби уговора оправдано. Али, уколико се ради о организационим променама, банка не сме једнострано мењати одредбе. Једини који може процењивати степен (не)равноправности уговорних страна, односно да ли је одредба у уговору неправична је надлежни суд. Према мишљењу Европског суда правде, питање неравнотеже може се успешно решити ако се упореде предности и недостаци одредбе приликом утврђивања да ли је одредба неправична и која проузрокује значајну неравнотежу у правима и обавезама уговорних страна.¹¹⁸

Последњи критеријум који је потребно испунити односи се на одредбе противне начелу савесности и поштења. Ово начело нема јасно утврђену дефиницију. Коначно то утврђује суд, односно судија и примењује га на чињенице конкретног случаја.¹¹⁹

Правни стандард савесности и поштења сусреће се у свим правним системима, али под различитим именима. На пример, италијански правни систем користи за правни стандард савесности и поштења термин добре вере. У Великој Британији и Ирској се користи концепт разумности.¹²⁰ Тест разумности захтева да се конкретна одредба, према околностима са којима су уговорне стране биле упознате или морале бити упознате у време закључења уговора, може сматрати разумном и поштеном. Закон садржи посебне одредбе које упућују на критеријуме по којима треба процењивати разумност одредби. Суд, међутим, може и применом било ког другог критеријума или извора права доћи до закључка да је одређена одредба неправична или неразумна. При томе суд нарочито има у виду следеће околности:

- 1) међусобни однос преговарачких позиција и снага уговорних страна;
- 2) да ли је потрошач био навођен да пристане на одређену одредбу;
- 3) да ли је потрошач имао могућности да склопи сличан уговор с другим субјектом, али без такве одредбе;

¹¹⁸ А. Пошћих, *Непоштена клаузула...оп. цит.* стр. 178.

¹¹⁹ А. Пошћих, *Непоштена клаузула ...оп. цит.* стр. 179.

¹²⁰ Section 11., of the Unfair Contract Terms Act, 1977. The “reasonableness” test.

- 4) је ли потрошач знао или могао знати за постојање и значење одредбе;
- 5) ако одредба ограничава одговорност у случају непоштовања одређених услова уговора, може ли се сматрати да је у време закључења уговора било разумно очекивати да је поштовање тих услова практично изводљиво;
- 6) да ли је роба произведена или адаптирана према посебном налогу потрошача.

У Закону су постављени општи и широки критеријуми којима се омогућује судовима да санкционишу одређени облик несавесног тржишног понашања, узимајући у обзир све посебности конкретног случаја. Видљиво је да законодавац испољава намеру да заштити слабију страну у уговору, посебно потрошача, имајући у виду да се одређени број одредби односи искључиво на потрошаче. Положај стране која приступа уговору је заштићен и одредбом према којој уговорна страна која тврди да одредба која искључује или ограничава одговорност удовољава тесту разумности, обавезна је да то и докаже.¹²¹

Занимљив је и случај око куповине компјутера. Тужилац је склопио уговор с туженим о набавци компјутера. У међувремену је дошло до грешке у софтверу. У уговору се налазила одредба о ограничењу одговорности туженог за случај грешке у софтверу. Тужилац је у тужбеном захтеву истицао како је одредба неправична и неразумна. Тужени се бранио да је клаузула о ограничењу одговорности у овом случају разумна. Суд се међутим, позвао на ранији случај износећи тврдњу да се морају у обзир узети одређене ситуације, пре свега да ли су уговорне стране биле равноправне у вези закључења посла. Судија је у овом случају утврдио да су странке биле у неједнакој преговарачкој позицији. Тужени нису могли да оправдају неразумну одлуку о новчаном износу на који су ограничили одговорност, који је по мишљењу суда био низак у односу на потенцијални ризик и могуће губитке, па следствено томе нису се могли позивати на одредбу о ограничењу одговорности која је по њима разумна.¹²²

¹²¹ Section 11(5), Unfair Contract, *оп. цит.*

¹²² А. Пошћих, *Непоштена клаузула...оп. цит.* стр. 183.

4. Заштита потрошача од неправичних одредби у потрошачким уговорима у Европској унији

4.1. Правни основ за доношење директиве 93/13/ЕЕЗ

Правни основ за доношење Директиве Савета Европских заједница о неправичним одредбама у потрошачким уговорима (у даљем тексту Директива 93/13/ЕЕЗ),¹²³ налази се у одредбама члана 100. и 100а (сада чланови 94. и 95.) Уговора о оснивању Европске заједнице којим се овлашћују комунитарне институције да правно уреде ову област,¹²⁴ доносећи директиве о приближавању законских, подзаконских и административних одредби држава чланица Европске уније које имају непосредног утицаја на успостављање, односно функционисање јединственог тржишта. Савет Европских заједница усваја мере за усклађивање одредби и управних аката држава чланица чији је циљ успостављање и функционисање јединственог тржишта којег карактеришу одсуство унутрашњих граница и остваривање четири слободе: слобода кретање роба, услуга, лица и капитала.

Уколико се појави сумња у погледу значења одређене уговорне одредбе за коју се сматра да је неправична¹²⁵, предност има тумачење које је повољније за потрошача.

Државе чланице Европске уније су у обавези предузимања ефикасних средстава којима ће спречавати коришћење неправичних одредби у уговорима између трговаца и потрошача.

¹²³ Directive 93/13/EEC of the Council of the European Communities of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts, OJL 95, 21.04.1993. pp. 29-34.

¹²⁴ Оснивачки уговори Европске уније (Уговор о оснивању Европске заједнице) Канцеларија за придруживање Србије и Црне Горе Европској унији, Београд, 2003. стр. 92.

¹²⁵ У прилогу Директиве 93/13/ЕЕЗ налази се списак од 17 одредби које се сматрају неправичним.

4.2. Карактеристике и обележја Директиве 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима

4.2.1. Појам неправичних одредби у потрошачким уговорима¹²⁶

Уговорна одредба о којој се није појединачно преговарало, ако супротно начелу савесности и поштења проузрокује значајну неравнотежу у правима и обавезама које произлазе из уговора, а на штету потрошача, сматраће се неправичном.¹²⁷ О уговорној одредби није појединачно преговарано ако је ту одредбу унапред формулисао трговац, а потрошач није имао утицаја на њен садржај, а нарочито ако се ради о одредби унапред формулисаног стандардног (типског) уговора трговца.

Типске уговоре по правилу припрема једна страна (трговац или давалац услуге) и приликом закључења уговора презентира их другој страни (потрошачу) која није у стању да било шта мења у предложеном формулару већ га прихвата у целини. Употреба типских (формуларних) уговора у савременој привреди је у порасту и процењује се да представљају око 95% свих закључених уговора.¹²⁸ Уговорне одредбе у типским уговорима које нису појединачно уговаране, а које се нуде потрошачу у писаној форми, морају бити јасне и разумљиве за потрошача.

Имајући у виду релативно уопштени карактер неправичних одредби у потрошачким уговорима, а да би се избегло њихово различито тумачење у Анексу Директиве 93/13/ЕЕЗ,¹²⁹ у складу са чланом 3(3) Директиве, је дата индикативна и незакључена листа (сива листа) од 17 одредби које су препознате као неправичне. То су одредбе којима се :

¹²⁶ Израз „Unfair terms in consumer contracts“ се у нашој литератури користи као: „Некоректне уговорне одредбе, односно клаузуле“, затим, „Неправедне или непоштене уговорне одредбе“ и „Непоштене клаузуле у потрошачким уговорима“. У раду сам се определила за израз „неправичне одредбе у потрошачким уговорима“, имајући у виду да је циљ Директиве 93/13/ЕЕЗ да се у уговорним односима страна постигне правичан однос између права и обавеза уговорних страна.

¹²⁷ Дефиниција неправичне одредбе у потрошачким уговорима у члану 3. Директиве 93/13/ЕЕЗ.

¹²⁸ М. Јовановић-Zattila, Примена Директиве 93/13/ЕЕЗ у потрошачким уговорима, *Зборник радова Правног факултета Ниш*, свеска 2/2009. стр. 523.

⁶⁴ Annex: Terms referred to in article 3(3), Directive 93/13/EEC p. 3.

- 1) ограничава или искључује одговорност трговца или пружаоца услуге за штету проузроковану смрћу или телесном повредом потрошача, ако је штета последица штетне радње трговца, односно пружаоца услуге;
- 2) ограничавају или искључују права која потрошач има према трговцу или неком трећем лицу у случају потпуног или делимичног неиспуњења уговора укључујући и одредбу о искључењу пребијања потрошачевог дуга с дугом који трговац има према потрошачу;
- 3) обавезује потрошач на испуњење уговорне обавезе док је испуњење обавезе трговца условљено околношћу чије испуњење зависи искључиво од његове воље;
- 4) предвиђа да трговац задржи плаћене износе од стране потрошача када потрошач одлучи да не закључи уговор или га не изврши, док се исто право не предвиђа за потрошача у случају да трговац не жели закључити уговор, односно испунити уговорне обавезе;
- 5) обавезује потрошач да надокнади штету због неиспуњења уговора која је знатно већа од стварне штете;
- 6) овлашћује трговац на раскид уговора на основу његове дискреционе оцене док исто право није предвиђено за потрошача;
- 7) овлашћује трговац да откаже уговор склопљен на неодређено време без остављања примереног отказног рока, осим у случајевима када постоје оправдани разлози за отказ;
- 8) одређује да ће се уговор на одређено време продужити на неодређено или одређено време, а потрошач не изјави, пре престанка важности уговора, да не жели продужење уговора, ако је рок у коме потрошач то може изјавити непримерено кратак;
- 9) потрошачу намећу одређене обавезе, а да он пре закључења уговора није био у могућности да се упозна с том одредбом;
- 10) трговцу допушта да једнострано мења уговорне одредбе без оправданог, уговором предвиђеног разлога;
- 11) трговцу допушта да без оправданог разлога једнострано мења обележја производа или услуге који су предмет уговора;

- 12) цена робе или услуге утврђује у време испоруке, односно пружања услуге или одредба којом се трговцу допушта повећање цене, у оба случаја не признајући при томе потрошачу право на раскид уговора, ако је стварна цена знатно виша од договорене у време закључења уговора;
- 13) трговцу даје право да оцени да ли је продати производ или пружена услуга у складу с уговором. Одредба којом се трговцу даје искључиво право тумачења свих или појединих одредаба уговора;
- 14) искључује или ограничава одговорност трговца за обавезе које је за њега преузео његов заступник или одредба којом се дужност поштовања тих обавеза условљава испуњењем одређених формалности;
- 15) обавезује потрошач на испуњење својих уговорних обавеза чак и у случајевима када трговац није испунио своје уговорне обавезе;
- 16) трговцу допушта да без претходног пристанка потрошача пренесе права и обавезе из уговора на треће лице, ако се потрошач тиме доводи у неповољнији положај;
- 17) искључује, ограничава или отежава право потрошача да права из уговора оствари пред судом или другим надлежним телом, а посебно одредба којом се обавезује потрошач да спор искључиво решава путем арбитраже која није предвиђена меродавним правом, одредба која онемогућава извођење доказа који иду у прилог потрошачу или одредба којом се терет доказа пребацује на потрошача, када би, према меродавном праву, терет доказа био на трговцу.

Полазећи од критеријума обележја неправичности одредби у потрошачким уговорима у складу са применом назначеној у Анексу Директиве 93/13/ЕЕЗ у подставовима од (1) до (17), груписање одредби према условима је следеће:¹³⁰

- 1) овлашћује се трговац или пружаоц услуге на раскид или отказ уговора, док то право није предвиђено за потрошача (одредбе у Анексу (6), (7), (10), (11), (12) и (14));
- 2) успоставља се неравнотежа права и обавеза страна у потрошачком уговору, а на штету потрошача (одредбе у Анексу (3), (4), и (15));

¹³⁰ R. Bronsword, G. Howells, and T. Wilhelmsson, *The EC Unfair Contract Terms Directive*, Aldershot, 1994.p. 275.

- 3) несразмерно се више оптерећује једна страна, тј. потрошач (одредбе у Анексу (5), (8) и (9));
- 4) искључује се одговорност трговца или пружаоца услуге (одредбе у Анексу (1) и (2));
- 5) трговцу или пружаоцу услуге се допушта да једнострано без ваљаног разлога мењају одредбе уговора (одредбе у Анексу (9), (11), (12), (13) и (16));
- 6) искључује се или отежава право потрошача да права из уговора оствари пред судом или другим надлежним телом, односно потрошач се обавезује на решавање спора путем арбитраже која није предвиђена меродавним правом (одредба у Анексу (17));
- 7) одређује се продужење уговора (одредба у Анексу (9));
- 8) омогућује се трговцу раскид уговора неодређеног трајања без разумног упозорења (одредба у Анексу (8));
- 9) потрошач се обавезује на испуњење уговорне обавезе док испуњење обавезе трговца или пружаоца услуге зависи искључиво од њихове воље (одредба у Анексу (3), (4), (6) и (15));
- 10) ограничава се или искључује одговорност трговца за штету проузроковану смрћу или телесној повреди потрошача (одредба у Анексу (1), односно одредбе које искључују или ограничавају права која потрошач има према трговцу или пружаоцу услуге у случају потпуног или делимичног испуњења уговора (одредбе у Анексу (2), (5), (14) и (17)).

Списак неправичних одредби у потрошачким уговорима не представља обавезујућу норму националним законодавствима држава чланица Европске уније већ више служи као упутство за њихово тумачење. Државе чланице Европске уније могу допуњавати и проширивати сиву листу неправичних одредби у потрошачким уговорима у складу са критеријумима за њихово одређивање.

У члану 6(1) Директиве је предвиђено да државе чланице могу прописати да неправичне одредбе у потрошачким уговорима које је трговац или пружалац услуге закључио са потрошачем на националном нивоу не обавезују потрошача. Али ако уговор и без њих може да се примењује он ће остати на снази и обавезивати уговорне стране.

Уколико постоји сумња или неразумевање уговорне одредбе, тумачиће се у смислу који је повољнији за потрошача.

Државе чланице су дужне да обезбеде адекватна и ефикасна средства у циљу спречавања редовног уговарања неправичних одредби у уговорима које трговци или пружаоци услуга закључују са потрошачима. Лица или организације са легитимним интересом заштите потрошача по националним прописима, могу покренути поступак, на основу националног права пред судовима или надлежним органима управе против оних који употребљавају неправичне уговорне одредбе.¹³¹

Ради постизања максималне заштите потрошача државе чланице Европске уније могу донети или задржати прописе који су строжи у области на коју се односи ова директива.

Главни циљ усвајања Директиве је усклађивање законодавства држава чланица Европске уније у погледу јачања положаја и заштите потрошача на тржишту Европске уније код склапања уговора који садрже неправичне уговорне одредбе, о којима није појединачно преговарано.

Усвајајући Директиву Савет Европских заједница је имао у виду неусклађеност права држава чланица која се односе на уговоре између трговца или пружаоца услуге, с једне стране, и потрошача робе и услуга, с друге стране. То је имало за последицу да се национална тржишта роба и услуга међусобно разликују и да може доћи до поремећаја конкуренције међу трговцима и пружаоцима услуга, посебно када продају робу или пружају услуге у другој држави чланици Европске уније.

4.2.2. Критеријуми за одређивање неправичних одредби у потрошачким уговорима

Неправичну одредбу у потрошачким уговорима одређују три главна критеријума који морају бити кумулативно испуњена. Неправична уговорна одредба је она о којој се није појединачно преговарало, која проузрокује значајну неравнотежу у правима и

¹³¹Члан 7. став 2. Директиве 93/13/ЕЕЗ.

обавезама уговорних страна а на штету потрошача и која је супротна начелу савесности и поштења.

Уговорна одредба о којој се није појединачно преговарало је она коју је унапред формулисао трговац и на коју потрошач није могао утицати.¹³² Оне се налазе у унапред формулисаном стандардном уговору трговца и искључује се могућност преговарања са заинтересованим саговорачима о њиховом садржају.

Други критеријум су одредбе које нарушавају равнотежу права и обавеза које настају по основу уговора. Под појмом значајне неравнотеже у преговарачким позицијама уговорних страна се сматрају уговорне одредбе које доводе до битне несразмерности у уговорним правима и обавезама уговорних страна, а на штету потрошача.¹³³

Трећи критеријум прописује да се под неправичним уговорним одредбама сматрају одредбе које су супротне начелу савесности и поштења.

4.2.3. Имплементација одредаба Директиве 93/13/ЕЕЗ у националне правне системе држава чланица Европске уније

Директива 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима утиче на права држава чланица Европске уније, али и држава које са Европском унијом остварују сарадњу по основу Споразума о придруживању или као државе кандидати за чланство у Европску унију. Директива обавезује државе чланице Европске уније да унесу у националне правне системе одредбе о потрошачким уговорима како би ускладиле националне правне режиме у овој области са онима у Европској унији.

Државе чланице Европске уније су биле у обавези да најкасније до 31. децембра 1994. године, усвоје законе и друге прописе неопходне за имплементацију Директиве 93/13/ЕЕЗ. Имплементација Директиве у националне правне системе држава чланица Европске уније трајала је скоро дванаест година, обзиром да је у међувремену дошло до проширења Европске уније новим државама чланицама: 1) четвртим проширењем (1995.) Аустрија, Финска и Шведска постају тринаеста, четрнаеста и петнаеста пуноправна

¹³² Директива 93/13/ЕЕЗ, члан 3. став 2.

¹³³ Директива 93/13/ЕЕЗ, члан 3. став 1.

држава чланица Европске уније; 2) петим проширењем (2004.) Естонија, Литванија, Летонија, Пољска, Чешка Републка, Словачка, Словенија, Мађарска, Кипар (грчки део) и Малта постају пуноправне двадесетпете државе чланице Европске уније; 3) шестим проширењем (2007.) Румунија и Бугарска постају двадесетшеста и двадесетседма пуноправне државе чланице Европске уније; и 4) седмим проширењем (2013.) Хрватска постаје двадесетосма пуноправна држава чланица Европске уније.

Имплементација одредаба Директиве 93/13/ЕЕЗ у националне правне системе држава чланица Европске уније је углавном извршена у постојеће законе који су се односили на права заштите потрошача. Извесне различитости су запажене у неким државама Европске уније у имплементацији Директиве 93/13/ЕЕЗ.¹³⁴

Бугарска је имплементирала Директиву 93/13/ЕЕЗ у закон о заштити потрошача 2005. године. Одредбе закона се примењују на све трансакције између трговца/пружаоца услуге и потрошача. Легитимне су само споразумно уговорене одредбе између трговца и потрошача. Одредбе које нису споразумно уговоране не сматрају се пуноважним.

Чешка Република заштиту потрошача од неправичних одредби у потрошачким уговорима остварује на основу Грађанског законика у којем је у целини имплементирана Директива 93/13/ЕЕЗ (2000.). Поред физичких лица потрошачем се сматрају и правна лица. Неправичне одредбе у потрошачким уговорима се сматрају пуноважним све док потрошач не затражи њихово поништење.

Данска остварује заштиту потрошача на основу Закона о заштити потрошача у којем су имплементиране Директиве 93/13/ЕЕЗ (1994.). Под појмом потрошача су обухваћена и правна лица под условом да не делују у сврху своје професије. Развијена је административна контрола заштите потрошача путем потрошачког омбудсмана.

Естонија је 2000. године имплементирала Директиву 93/13/ЕЕЗ у Закон о облигационим односима дајући предност појединачном споразумевању заснованом на

¹³⁴ H. Schulte-Nölke, *EC Consumer Law Compendium - Comparative Analysis*, Universität Bielefeld, Bielefeld, 2008. стр. 341-437.

стандардним одредбама. Уведена је црна листа од 37 одредби у потрошачким уговорима које се сматрају неправичним.

У Финској су до 1994. године у постојећи Закон о заштити потрошача (1978.) имплементирале одредбе Директиве 93/13/ЕЕЗ. За разлику од других скандинавских држава, у Финској је установљено овлашћење надлежног суда да доноси правоваљане одлуке о томе да ли су уговорне стране појединачно преговарале о одредбама у потрошачким уговорима.

У Немачкој је Директива 93/13/ЕЕЗ имплементирана (1996.) у Закон стандардних пословних одредби (1977.). Потрошачем се сматрају правна и физичка лица. Неправичне одредбе у потрошачким уговорима наведене су у две листе: а) сива листа одредби (неправичност зависи од оцене) и б) црна листа одредби које су неправичне у свим околностима и спадају у ништавне одредбе.

Пољска је имплементирала одредбе Директиве 93/13/ЕЕЗ (2000.) у Закон о заштити потрошача. Неправична одредба о којој се није појединачно преговарало односи се на међусобне уговоре између правних субјеката и уговоре између правних субјеката и потрошача.

Словачка је имплементирала Директиву 93/13/ЕЕЗ (2004.) у Закон о заштити потрошача. Правна лица се сматрају потрошачима уколико делују у сврхе изван своје делатности и професије. Посебан значај у политици заштите потрошача имају невладине организације.

Имплементација Директиве 93/13/ЕЕЗ у хрватски правни систем извршена је у мају 2009. године, преузимањем одредби Директиве у Закон о заштити потрошача.

5. Специфична подручја заштите потрошача у праву Европске уније

5.1. Одговорност произвођача за производе са недостатком као вид заштите потрошача

Одговорност произвођача за штету од производа са недостацима у Европској унији регулисана је Директивом Савета Европске економске заједнице 85/374/ЕЕЗ од 25. јула

1985. године, о уједначавању законских и административних прописа држава чланица Европске уније о одговорности за штету од производа са недостатком (у даљем тексту: Директива 85/374/ЕЕЗ).¹³⁵ Она обезбеђује примену заједничких минимума комунитарних правила о одговорности произвођача за штету проузроковану производом са недостатком. Државама чланицама Европске уније дата је могућност да се права оштећеног лица не утврђују само на основу одредаба Директиве 85/374/ЕЕЗ, него и према националном законодавству држава чланица, уколико та правила дају шира и већа права оштећеном лицу.

Производ садржи недостатак уколико не обезбеђује потрошачу безбедност при коришћењу коју он с правом очекује, узимајући у обзир све околности, укључујући:¹³⁶

- 1) природу производа;
- 2) сагледиви начин коришћења производа;
- 3) употребу за коју се разумно може претпоставити да ће производ користити;
- 4) време кад је производ стављен у промет.

Произвођачи су у обавези да пласирају на тржиште производе безопасне приликом коришћења. Безопасни производ је производ произведен у складу са националним законодавством, европским или националним безбедносним стандардима или техничким спецификацијама. Када се користи у нормалним условима представља производ без ризика при коришћењу или минималним али прихватљивим ризиком својственим природи употребе производа.

У процени да ли је производ при коришћењу безбедан разматрају се његове карактеристике, представљање, утицај на друге производе, и ризик при његовој употреби.

Обавеза је произвођача да упозори потрошача ако производ садржи безбедносни ризик при коришћењу. Упозорење произвођача о ризику мора бити дато на начин који ће могућег корисника или потрошача учинити свесним тога ризика.

¹³⁵ Council of the European Communities: Council Directive of 25 July 1985 on the Approximation of the Laws, Regulations and Administrative Provisions of the Member States Concerning Liability for Defective Products (85/374/EEC), Brussels, Official Journal L 210, 7. 8. 1985, p. 0029, and Directive 1999/34/EC of the European Parliament and of Council, of 10. May 1999, amending Council Directive 85/374/EEC on the Approximation of the Laws, Regulations and Administrative Provisions of the Member States Concerning Liability for Defective Products, Official Journal, L 141, 04.06.1999, p. 0020-0021.

¹³⁶ Члан 6. Директиве 85/374/ЕЕЗ.

Иако су произвођачи у обавези да упозоре потрошаче о ризицима и познатим опасностима својственим производу, њихова немарност се испољава у случају ако изостане одговарајуће упозорење корисницима о познатим ризицима, ако је оно неодређено (нејасно) или неодговарајуће, односно није на прикладан начин пренето потрошачевој пажњи.

Право о одговорности произвођача за производ са недостатком узима недостатке производа као услов за одговорност. После увођења права о одговорности за производ са недостатком, оштећени треба само да констатује недостатак у/на производу као основ за подношење захтева за накнаду штете. Право о одговорности за производ са недостатком користи институт објективне одговорности. Произвођач је одговоран за штету ако је оштећење настало као резултат неисправности производа, без обзира да ли је било његове намере или пропуста. Оштећено лице је дужно доказати штету, недостатак производа и узрочну везу између недостатка производа и штете која је наступила. Одговорним субјектима се сматрају:

- 1) произвођач, сагласно члану 3. Директиве 85/374/ЕЕЗ;
- 2) увозник (трговина на велико, трговина на мало и други посредници);
- 3) свако лице које је ставило своје име, и обележја на производу са знаком “произвођач” или “увозник”, или
- 4) свако лице које ставља своје име на производ на погрешан начин као “произвођач” или „увозник”, сматраће се произвођачем.

У нормалним околностима оштећено лице ће релативно лако доказати узрочну везу између производа са недостатком и штете. У специфичним ситуацијама је теже доказивати узрочност (технички сложени производи, високи трошкови вештачења, физички нестанак производа са недостатком и др.). Потрошачи ретко имају знање, искуство, финансијска и техничка средства потребна за доказивање неисправности производа, посебно у случајевима технички веома сложених производа.

Произвођач неће одговарати за настале штете од производа са недостатком и неће бити у обавези да надокнади штету, ако докаже да:¹³⁷

¹³⁷ Директива 85/374/ЕЕЗ члан 7.

- 1) није ставио производ у промет;
- 2) недостаци производа који су довели до штете нису постојали у време када је производ ставио у промет, или да се недостатак појавио касније;
- 3) после стављања производа у промет, потрошач је предузимао неодговарајуће радње које су изазвале или допринеле настанку штете;
- 4) степен научног и техничког знања у време када је производ произведен и пласиран на тржиште био на том нивоу, да се постојање недостатка у/на производу није могло открити;
- 5) није произвео производ ради продаје или било којег другог облика дистрибуције у привредне сврхе нити да је произвео или дистрибуирао производ у оквиру своје делатности;
- 6) неисправност је последица придржавања обавезујућих стандарда који су били на снази у време производње и пласмана производа на тржиште;
- 7) јесте произвео само саставни део, а да се неисправност производа може приписати дизајну који је био инкорпориран у производ или неодговарајућег упутства о ризику при коришћењу производа које је дао произвођач финалног производа.

Посебну пажњу привукло је питање ослобађања произвођача од одговорности за штету проузроковану производом са недостатком ако докаже да се постојање недостатка у /на производу није могло открити у тренутку када је производ стављен у промет, позивањем на развојни ризик.

Недостаци производа се не могу открити у свим случајевима пре стављања производа на тржиште. Поучан је случај са недостатком производа садржаним у леку Талидомид (Thalidomide) фармацеутске компаније Grunenthal GmbH, Stolberg из Западне Немачке који је стављен у промет 1. октобра 1957. године, а преписивао се трудницама као лек против мучнине. Након краћег времена у употреби (од 1957. до 1961. године), установљено је да проузрокује значајне телесне деформације код деце чије су мајке користиле тај лек за време трудноће, нарочито ако су узимале првих 25 до 50 дана трудноће. Лек је повучен са тржишта 1961. године. Катастрофа са леком је захватила скоро целу Европу и неке ваневропске земље. Лек је пласиран у 50 земаља под различитим именима. У Немачкој је за лек Талидомид коришћен назив Contergon таблете.

Последице коришћења лека биле су да је око 15.000 фетуса оштећено, неких 12.000 деце у 46 земаља је рођено са тешким телесним деформацијама, од којих је око 8.000 преживело прве године живота, а неки су и данас живи али са тешким телесним оштећењима. Случај је доспео до суда у Ахену (Aachen) 18. јануара 1968. године. У априлу 1970. године, компанија Grunenthal је вансудским поравнањем пристала да плати у старатељски фонд износ од 100 милиона немачких марака (ДЕМ) за помоћ 2.866 познатих жртава Талидомид лека у Немачкој.¹³⁸

Произвођачки лобији упорно захтевају да се у законодавствима земаља чланица Европске уније унесе одредба о „ослобађању произвођача од одговорности за штете од производа са недостатком“ позивајући се на члан 7(е) Директиве 85/374/ЕЕЗ, на развојни ризик, јер се без тога ослобађања последице могу одразити на успоравање иновација и спремности стављања у промет нових производа (нарочито фармацеутских производа), што би свакако успорило примену нових научно-технолошких проналазака у процесу производње.¹³⁹ Производ се не сматра да је са недостатком, уколико се након пласмана на тржишту, појави бољи, технолошки савршенији.

Усвајањем Директиве 85/374/ЕЕЗ створено је уверење да ће приближавање права држава чланица о одговорности произвођача за штете проузроковане недостатком производа подстаћи правичну и слободну конкуренцију, омогућити интензивније кретање роба унутар јединственог тржишта Европске уније и остваривати виши ниво заштите потрошача, њиховог здравља или имовине од штета проузрокованих неисправним производом.

Фундаментални принципи у функцији заштите потрошача према одредбама Директиве 85/374/ЕЕЗ су:

- 1) уводи се режим објективне вануговорне одговорности произвођача (укључујући увознике и лица која се представљају као произвођачи) за накнаду штете у корист оштећених лица;

¹³⁸ И. Ацин, *Одговорност произвођача за производе с недостатком и заштита потрошача*, Задужбина Андрејевић, Београд, 2011. стр. 14.

¹³⁹ И. Ацин, *Одговорност произвођача...*, исто, стр. 27.

- 2) терет доказа је на оштећеној страни. Она треба да докаже постојање недостатка у производу, штету и узрочну везу између штете и производа са недостатком;
- 3) прописује се заједничка и појединачна одговорност свих учесника у производном ланцу у корист оштећене стране, ради обезбеђења правичне накнаде штете;
- 4) ослобађа произвођача одговорности за неисправан производ у случају када произвођач докаже постојање извесних ослобађајућих чињеница у његову корист које су набројане у члану 7. Директиве 85/374/ЕЕЗ;
- 5) утврђује се временско ограничење одговорности крајњим роком.

Директива 85/374/ЕЕЗ успоставља вануговорну одговорност произвођача за недостатак производа и њиме проузроковану штету, без обзира на његову кривицу. Установљавање објективне вануговорне одговорности је значајно, јер се тиме искључује могућност да се крајњи произвођач ослободи од одговорности, тврдећи да недостатак производа потиче од манљивости неког полупроизвода из ланца производње финалног производа.¹⁴⁰

5.2. Општа безбедност производа

У складу са одредбама Директиве Европског парламента и Савета Европске уније о општој безбедности производа (у даљем тексту Директива 2001/95/ЕУ) на тржиште држава чланица Европске уније могу се пласирати производи који обезбеђују висок ниво заштите здравља и безбедности потрошача.¹⁴¹ У члану 2. (тачке од (а) до (х)) ове Директиве наведени су изрази који се употребљавају у Директиви и имају следеће значење:

- 1) производ означава било који производ укључујући и производе услуга који су намењени потрошачима, и који је испоручен или доступан, уз плаћање или

¹⁴⁰ М. Јовановић-Zattila, *Одговорност за неисправни производ као облик заштите потрошача у праву ЕУ*, Приступ правосуђу – инструменти за имплементацију европских стандарда у правни систем Републике Србије: тематски зборник радова, књига 3. Центар за публикације Правног факултета Ниш, 2009. стр. 49.

¹⁴¹ Directive 2001/95/EC of the European Parliament and of the Council of 3 December 2001 on General Product Safety, OJL 11 of 15.1. 2002.

бесплатно, без обзира да ли је нов, коришћен или поправљен. Ова се дефиниција не примењује на половне производе који су испоручени као антиквитети или као производи који морају бити поправљени или оспособљени пре њихове употребе под условом да добављач о томе јасно обавести лице коме је производ испоручен.¹⁴²

2) безбедан производ означава било који производ који, у нормалним или разумно предвидивим условима коришћења, не представља никакав ризик или опасност у складу са природом његовог коришћења и испуњава критеријуме високог нивоа заштите здравља и безбедности људи, посебно узимајући у обзир следеће:¹⁴³

(1) карактеристике производа, нарочито његов састав, паковање, услове за састављање, и по потреби постављање и одржавање;

(2) утицај неког производа на друге производе у случају кад се може предвидети да ће се користити с другим производима;

(3) представљање производа, његово означавање, упозорење или упутства за његову употребу и уклањање и сваке друге ознаке или информације које се односе на те производе;

(4) категорије потрошача изложене ризику при коришћењу одређеног производа, посебно деца и старија лица.

3) опасан производ означава сваки производ који не задовољава дефиницију безбедног производа из члана 2(б) Директиве 2001/95/ЕУ;

4) озбиљан ризик означава изузетан ризик, (укључујући и онај чије последице нису тренутне), који захтева брзу интервенцију државних органа;

5) произвођач означава:

(1) произвођача производа са седиштем у држави чланици Европске уније, и свако друго лице које се представља као произвођач стављањем на производ свог имена, заштитног или другог посебног знака, или лице које поправља производ;

(2) представника произвођача, кад произвођач нема седиште у држави чланици

¹⁴² Члан 2(а).Директива 2001/95/ЕУ.

¹⁴³ Члан 2(а).Директиве 2001/95/ЕУ.

Европске уније;

(3) друга лица у ланцу понуде, у мери у којој њихове делатности могу утицати на безбедна својства производа.

б) дистрибутер означава свако лице у ланцу понуде чија делатност не утичу на безбедна својства производа;

7) повлачење производа са тржишта означава било коју меру усмерену на враћање произвођачу опасног производа којег је он или дистрибутер већ испоручио потрошачу или га учинио доступним потрошачу;

8) одустајање означава сваку меру усмерену на спречавање, дистрибуцију, излагање и понуду опасних производа потрошачима.

У члану 3. Директиве 2001/95/ЕУ прописују се следећи критеријуми процене усаглашености безбедности производа:

1) произвођачи су обавезни да на тржиште пласирају само безбедне производе;

2) производ се сматра безбедним уколико је усаглашен са посебним националним прописима државе чланице на чијој територији је тај производ пласиран на тржиште;¹⁴⁴

3) производ се сматрати безбедним и уколико је критеријум безбедности производа усаглашен са:

(1) одговарајућим европским стандардима,

(2) стандардима државе чланице Европске уније у којој је производ пласиран на тржиште,

(3) препорукама Европске комисије дате у Директиви за оцену безбедности производа,

(4) кодексом добре праксе, у вези безбедности производа, који су на снази,

(5) степеном научног и техничког знања;

(6) безбедношћу коју потрошачи могу разумно очекивати.

4) усаглашеност производа са критеријумима опште безбедности не спречава државе

¹⁴⁴ Национални прописи су у складу са Уговором о оснивању Европске заједнице, посебно члановима 28. и 30. који утврђују здравствене и безбедносне захтеве којима производ мора удовољити да би био пласиран на тржиште (члан 3. став 1. Директиве 2001/95/ЕУ).

чланице у предузимању одговарајућих мера за ограничавање пласмана тога производа на тржиште и повлачење тога производа са тржишта ако се производ покаже опасним.

Произвођачи су у обавези да потрошачима пруже одговарајуће обавештење које омогућује процену ризика својствене производу у току његовог нормалног или разумно предвидивог периода употребе, када такви ризици нису одмах уочљиви без одговарајућег упозорења и да предузму мере опреза против тих ризика (члан 5. Директиве 2001/95/ЕУ).

Државе чланице Европске уније морају обезбедити да произвођачи и дистрибутери поштују своје обавезе према Директиви 2001/95/ЕУ на такав начин да производи пласирани на тржиште буду безбедни (члан 6. тачка 1.).

Државе чланице Европске уније треба да оснују или именују тела меродавна за праћење усаглашености производа са општим захтевима безбедности и да уреде да та тела имају и користе овлашћења потребна за предузимање одговарајућих мера које им припадају према Директиви 2001/95/ЕУ (члан 6. тачка 2.).

Ако држава чланица Европске уније прихвати или одлучи да прихвати, препоручи или договори с произвођачима и дистрибутерима (било на обавезној или добровољној основи), мере за спречавање, ограничавање или подвргавање посебним условима пласмана на тржиште или коришћење на својој територији производе који представљају озбиљан ризик за здравље и безбедност, мора одмах о томе обавестити Комисију Европске уније путем RAPEX-а.¹⁴⁵ RAPEX представља систем¹⁴⁶ брзог обавештавања и размене информација о опасностима које произлазе употребом потрошачких производа у Европској унији (изузев производа за исхрану, фармацеутских производа и медицинских уређаја који су обухваћени другим механизмима), обезбеђује информације државама чланицама Европске уније о опасним потрошачким производима који су препознати на тржишту од стране националних институција и веома брзо круже између тих институција и Европске комисије, са циљем да спрече или ограниче понуду опасних производа потрошачима. На почетку двадесетпрвог века у овом систему учествује 30 држава:

¹⁴⁵ Council Decision 84/133/EEC of 2 March 1984, OJL 70, 13.03. 1984 applicable until 07.03.1988. and Council Decision 89/45/EEC of 21 December 1989, OJL 17, 21. 01. 1999, applicable until 30.06.1990.

¹⁴⁶ Community System for **R**apid **E**xchange of Information on Dangers Arising from the Use of Consumer Products, skraćeno **RAPEX**.

двадесет и седам држава чланица Европске уније и три државе Европског економског подручја: Исланд, Лихтенштајн и Норвешка. Правни основ RAPEX система је Директива 2001/95/EУ о општој безбедности производа у којој су дефинисани кључни аспекти функционисања RAPEX система.

RAPEX систем се ослања на чврсту сарадњу између Европске комисије и следећих партнера:

- 1) надлежних органа државе, и
- 2) произвођача и дистрибутера.

Директива 2001/95/EУ јасно означава скуп обавеза за све учеснике у RAPEX систему. Оне су детаљно наведене у водичу за оперативну примену RAPEX система.¹⁴⁷ Државни органи контролишу пословне субјекте у испуњавању обавезе да на тржиште износе само безбедне производе. Надлежни органи сваке државе означавају институције које имају овлашћења да предузимају мере спречавања или ограничавања пласмана опасних производа. Уколико пронађу опасне потрошачке производе на тржишту мере морају бити пропорционалне ризику и категорији потрошача. У случају дечјих играчака и њихових ситнијих делова које могу жвакати деца, овлашћени органи могу повући производ са тржишта или повући производ од потрошача, обзиром да ови производи могу довести до ризика гушења и озбиљно повредити одређене категорије потрошача.

Произвођачи и дистрибутери могу стављати на тржиште само безбедне производе. Они су у ланцу понуде кључни фактори у функционисању RAPEX система.

Произвођачи и дистрибутери су меродавни да оцене да ли је производ који су ставили на тржиште опасан, јер имају информације о производу и контакте са потрошачима. Уколико процене да је производ опасан, морају обавестити надлежне државне органе, јасно идентификујући производ у питању, ризик који производ у употреби испољава и информацију којом то доказују. Они такође обавештавају надлежне државне органе и о мерама које су предузете да се спречи даљи ризик за потрошаче. Ове информације се преносе преко RAPEX система Европској комисији и другим учесницима система.

¹⁴⁷ www.ec.europa.eu/consumers/cons-safe/keydocs/index-en.htm.

5.3. Безбедносни стандарди прехрамбених производа као облик заштите потрошача

Законодавство Европске уније у вези са безбедношћу хране је уређено уредбама и директно се примењују у свим државама чланицама Европске уније. Безбедност хране је веома важно у законодавству Европске уније. Криза хране у деведесетим годинама двадесетог века учинила је да безбедност хране постане приоритет у политици заштите потрошача у Европској унији, која је уједно довела и до ревизије законодавства Европске уније о безбедности прехрамбених производа.

Уредба Европског савета 178/2002, представља оквир европског законодавства о исхрани и прописује да сва храна која се износи на тржиште у Европској унији мора бити безбедна и морају бити транспарентни ланци промета хране. Ови принципи формирају хоризонтални оквир на којем је засновано законодавство о безбедносним стандардима о исхрани у Европској унији.

Највећи број законодавства на снази у државама Европске уније потиче од Европске комисије, а не од институција националних држава. Постоје два главна правна инструмента којима Комисија уводи ново законодавство о храни. Један од њих су Директиве које успостављају циљеве, али допуштају националним властима да одреде колико ће се ти циљеви остваривати и не могу се примењивати све док се не имплементирају у национално законодавство. Други инструмент су Уредбе које се директно примењују и постају право у државама чланицама Европске уније чим ступе на снагу, без потребе да се врше допуне у националном законодавству.

Безбедност хране у Европској унији углавном је регулисана компликованим системом хоризонталних и вертикалних уредби и директива о храни и хигијени које су еволуирале током протеклих година. Није дозвољено пласирати небезбедне прехрамбене производе на тржиште Европске уније. Храна се сматра небезбедном ако је штетна по здравље или неподобна за људску употребу.

Безбедан производ означава производ без патогених микроорганизама и без других штетних супстанци као што су: антибиотици, коксидиостати, или други адитиви у храни који се користе у примарној производњи и готовим производима. Хигијена хране подразумева не само микробиолошку безбедност производа, него се њен допринос

усмерава на хигијену прераде у смањивању присуства патогених бактерија у производима животињског порекла и још више у производима од живинског меса.

Научна истраживања су установила нове случајеве опасности за безбедност прехранбених производа у исхрани, посебно бактериолошке природе. Познати су бројни узроци бактериолошке неисправности производа за исхрану, као што су:

- 1) говеђа спогиформна енцефалопатија, у преради говеђег меса, позната по енглеској скраћеници BSE (Bovine spongiform encephalopathy),¹⁴⁸
- 2) класична свињска грозница,
- 3) escherichia coli,
- 4) salmonella enteritidis,
- 5) salmonella typhi,
- 6) campylobacter инфекција живих животиња,
- 7) слинавка и шап,
- 8) диоксид контаминација живинског меса, јаја и производа од јаја, свињско месо и сродни производи.

Уредбом (ЕУ) 178/2002 је успостављен систем брзог узбуњивања (Rapid Alert System) који се користи у случајевима када је препознат директан и индиректан ризик за људско здравље који произлази из хране и хране за животиње. Мрежу система брзог узбуњивања чине: државе чланице Европске уније, Комисија Европских заједница и Европска агенција за безбедност хране. Уколико нека од чланица система има сазнања о производима хране са потенцијалним ризиком за људско здравље, обавештава Европску комисију, која одмах прослеђује ову информацију властима других држава чланица и обавештава их о предузетим мерама. Мере имају за циљ ограничење промета или повлачење хране или хране за животиње са тржишта, спречавање изношења на тржиште или коришћење производа произведених у Европској унији, и спречити увоз производа пореклом из трећих држава. Ако Комисија не предузме мере након пријема информације о

¹⁴⁸ BSE је популаран назив „болести лудих крава“ која је смртоносна, неуродегенеративна болест говеда, која се шири инфекцијом на начин који је изненадио биологе који су је открили крајем двадесетог века. BSE је изазвала велику пажњу јер је извесно да се може пренети на људе и сматра се узрочником варијанте Крајцфелд Јакобове (Creutzfeldt Jacob) болести која уништава људски мозак.

постојању ризика, држава чланица система може самоиницијативно предузети заштитне мере. Комисија Европске уније једном недељно објављује извештај о упозоравајућим информацијама, обавештењима и граничним задржавањима ризичних производа.

Уредба (ЕУ) 852/2004 садржи опште хигијенске захтеве за све произвођаче хране и прописује обавезе предузећа да спроводе анализу опасности и критичне контролне тачке у процесу производње хране и прехранбених производа. Анализа опасности и критичне контролне тачке (Hazard Analyzis Critical Control Points) скраћено HACCP, представља логичан, научно заснован систем контроле процеса производње и дистрибуције прехранбених производа од „њиве до трпезе“ који омогућује:

- 1) идентификацију и процену свих могућих опасности, тј. сваког физичког, хемијског или микробиолошког ризика у свим фазама;
- 2) одређивање неопходних мера за њихову превенцију и контролу;
- 3) обезбеђивање да те мере буду успешно спроведене на делотворан начин.

HACCP систем обухвата два основна подручја. Прво (НА - Hazard Analysis) обухвата анализу ризика, односно идентификацију опасности у свакој фази производње хране и процену значаја тих опасности за људско здравље. Друго подручје (CCP – Critical Control Points) обухвата критичне контролне тачке у фазама производње у којима се може спречити или елиминисати ризик у производњи безбедне хране или његов утицај свести на прихватљив ниво, као и вршити њихова контрола.

HACCP систем се примењује у многим областима (гранама) прехранбене индустрије, као што су;

- 1) производња, прерада и паковање;
- 2) складиштење, транспорт и дистрибуција;
- 3) припрема и дистрибуција хране – за потребе болница, дечјих установа, хотела, ресторана, авионских и других превозничких компанија;
- 4) трговина – малопродаја и угоститељство;
- 5) органска прехранбена индустрија.

HACCP систем је још седамдесетих година двадесетог века постао признат као међународни стандард за производњу безбедне хране и обавезујући је у државама

Европске уније на основу одредаба Директиве 93/43/ЕЕЗ.¹⁴⁹ Његова примена је широко распрострањена у свету. Крајњи циљ његове примене је да се обезбеди производња колико год је могуће безбеднијег производа за исхрану применом адекватних поступака. Сваки пословни субјект који поседује, управља или ради у производњи хране у државама чланицама Европске уније, према одредбама Директиве 93/43/ЕЕЗ мора да уведе НАССР систем безбедности. Примена одредаба ове директиве је основни предуслов за извоз и увоз прехранбених производа у државама Европске уније.

Досадашња пракса је показала да су пословни субјекти из Европске уније који послују са прехранбеним производима постали обазриви у пословању са добављачима из држава изван Европске уније, захтевајући од њих доследну примену НАССР система у држави порекла производа. Примена НАССР система се односи и на сировине и прерађевине како би се обезбедила сигурност да ће производи добијени прерадом у домицилним фабрикама бити безбедни за људску употребу.

Растућа примена НАССР система контроле процеса производње и дистрибуције хране подстакнута је бригом о здрављу људи које је изложено све већем броју загађивача и загађујућим материјама и, с тим у вези, ризиком од болести изазваних проблемима у производњи хране, применом нових технологија, измењеним начином урбаног живљења и све мањој отпорности људи. Почев од 1. јануара 2006. године, стандарди безбедне хране, изнад свега систем НАССР, су обавезни на тржишту држава чланица Европске уније. То обавезује и компаније из трећих држава као предуслов пласирања својих производа на поменута тржишта.

НАССР систем није независан програм, већ је део већег система контроле, који укључује спровођење универзалних процедура које се примењују за контролу општих услова производње и доприносе безбедности производа, као што су: 1) Добра произвођачка пракса (The Good Manufacturing Practice, скраћено GMP),¹⁵⁰ 2) Стандардне

¹⁴⁹ Council directive 93/43/EEC of 14 June 1993 on Hygiene of Foodstuffs, OJL 175 of 19.7. 1993, Corrigendum OJL 208, 5.9.1995, p. 20.

¹⁵⁰ GMP се односи на добру произвођачку праксу – прописе које је донела Америчка администрација за храну и лекове, који имају снагу закона и захтевају да произвођачи, прерађивачи и пакераји лекова, медицинских средстава, хране и крви, предузму делотворне кораке како би се осигурало да су њихови производи безбедни, чисти и ефикасни.

оперативне процедуре (Standard Operating Procedures, скраћено SOP)¹⁵¹ и 3) Санитарне стандардне оперативне процедуре (Sanitation Standard Operating Procedures, скраћено SSOP).¹⁵²

Уредба (ЕУ) 853/2004 прописује посебне хигијенске захтеве за месо, млеко, рибу и производњу јаја, а Уредба (ЕУ) 854/2004 се односи на модел организације и процедуре службене контроле намењене за животињске производе у ланцу људске хране.

5.4. Безбедносни стандарди за медицинске уређаје као вид заштите потрошача

Произвођачи медицинских уређаја, пре него пласирају производе на тржиште Европске уније, морају испоштовати одредбе прописане у Директиви 93/42/ЕЕЗ Савета Европске уније о медицинским уређајима (у даљем тексту: Директива 93/42/ЕЕЗ).¹⁵³

Сврха Директиве 93/42/ЕЕЗ је уједначавање безбедносних стандарда медицинских уређаја у корист произвођача, корисника и пацијената. У њој су дефинисани захтеви за клиничко тестирање, обликовање, производњу, маркетинг, инсталирање и коришћење медицинских уређаја који се продају на тржиште Европске уније. Одредбе су разврстане у три групе прописа: 1) битне одредбе, 2) класификациона правила и 3) одредбе које усклађују редослед процене безбедносних стандарда.

Битне одредбе представљају минимум основних захтева за обликовање и производњу медицинских уређаја, којима се обезбеђује заштита здравља и безбедности пацијената, корисника и трећих лица. Ови захтеви предвиђају да се принципи безбедности

¹⁵¹ SOP се односи на стандардне оперативне процедуре које представљају низ писаних инструкција у документу о рутинским и понављајућим активностима које прати организација. SOP описује техничке и фундаменталне програмске оперативне елементе организације која би радила на основу оперативног плана или осигурања квалитета. Развој и коришћење SOP је интегрални део успешног система квалитета јер обезбеђује појединцима информације како да обављају посао ваљано и олакшава им доследност у квалитету и интегритету производа.

¹⁵² SSOP је заједничко име специфичних писаних процедура којима се обезбеђују санитарни услови (хигијена) у производњи хране. Оне укључују прописане фазе у чишћењу и санирању хигијенских прилика да се спречи мешање производа. SSOP је обавезна процедура у свим фабрикама за прераду меса и живине. То су установљене рутинске хигијенске процедуре које прате токове рада у погонима како би се спречило директно загађење или мешање производа. Као минимум, ове процедуре одређују стандарде хигијене места која долазе у додир са храном, опремом и алатима.

¹⁵³ Council Directive 93/42/EEC of 14 June 1993. concerning medical devices, OJL 169, 12.7.1993.

морају примењивати у обликовању производа. Производ треба да буде подобан сврси којој је намењен. Битни захтеви су дефинисани у Анексу I Директиве 93/42/ЕЕЗ.

Класификациона правила медицинских уређаја, полазећи од ризика с којима су суочени пацијенти у коришћењу медицинских уређаја, а у складу са својствима, функцијом и сврхом намене, разврставају ове производе у четири групе производа.

Прва група обухвата медицинске уређаје који представљају низак ниво ризика за пацијенте. Довољна је потврда произвођача да је уређај безбедан за коришћење. Ови производи не долазе у непосредни физички контакт с пацијентима.

У другој групи производа налазе се две подгрупе: „Па“ и „Пб“. Група производа Па обухвата уређаје средњег ризика који се могу подвести захтевима за оцену квалитета на основу стандарда квалитета ИСО 9000/ЕН46000. Уређаји из ове групе су агресивни у додиру са људским телом. Ова група укључује и терапеутске уређаје који се користе у дијагнози или у обради ране.

Производи из подгрупе Пб су медицински уређаји средњег ризика који се могу подвести захтевима за оцену квалитета на основу стандарда квалитета ИСО 9000/ЕН46000. Они су делимично или у целини уграђују у људско тело.

У четвртој групи производа су медицински уређаји високог ризика специјално обликованих за клиничке прегледе. Производи ове групе морају имати потврду овлашћеног европског тела (или дизајнера путем формалног споразума) да су безбедни у коришћењу. Ови уређаји су битни у функционисању виталних органа и/или система за одржавање живота.

Одредбе које се односе на усклађивање редоследа процене испуњености безбедносних стандарда односе се на обликовње производа и његову производњу.

За обликовање производа произвођачи морају обезбедити објективну евиденцију у којој мери медицински уређаји испуњавају основне захтеве да могу носити ознаку „СЕ“.¹⁵⁴

¹⁵⁴ „СЕ“ ознака је скраћеница од European Conformity. Она потврђује усаглашеност производа са прописима који обавезују произвођача тог производа, да производ испуњава битне стандарде за безбедност потрошача, њиховог здравља и заштиту околине. и да је био предмет одговарајућих процедура осењивања усаглашености. Ознака такође показује да је производ пројектован и произведен у складу са здравственим, безбедносним и еколошким стандардима прописаних директивама Европске уније. Државе чланице Европске уније не могу ограничавати пласман на тржиште и стављање у употребу

Ако медицински уређај нема ознаку „СЕ“ не може бити пласиран на тржиште Европске уније изузев на сајмовима, изложбама или на демонстрацијама производа. Уређаји који се користе у ове сврхе морају бити снабдевени са видљивим натписом да ови производи не могу бити пласирани на тржиште или у употреби све док не буду произведени у складу са захтевима Директиве 93/42/ЕЕЗ, тј. да имају пуноважну ознаку „СЕ“.

Произвођачи су у обавези да обезбеде информације о медицинским уређајима на српском језику односно државе порекла производа или друге језике који се користе у Европској унији.

Ако медицински уређаји не испуњавају захтеве за ознаку „СЕ“ забрањено је стављати знак „СЕ“ и друге инструкције које могу довести у заблуду трећа лица у односу на значење ознаке „СЕ“.

Повећани интерес потрошача за медицинске уређаје и производе који прате одређени начини живота доводи до повећања промоције таквих уређаја потрошачима од стране произвођача и дистрибутера. Произвођачи медицинских уређаја су представљени на нивоу Европске уније путем удружења Eucomed-a, (Европско удружење индустрије медицинске технологије). Чланови Eucomed-a су национална трговинска удружења и пан Европска удружења произвођача свих типова медицинске опреме. Eucomed је установио кодекс понашања којим се од чланица захтева да промотивне презентације производа, укључујући и све њихове карактеристике, буду истините, уравнотежене, фер и објективне.

5.5. Нелојална конкуренција

Конкуренција значи надметање (такмичење) између пословних субјеката у производњи и размени добара или пружању услуга на тржишту. Конкуренција је узрок и последица тржишне привреде у којој функционише слободно дејство тржишних законитости и економска самосталност привредних субјеката.

производа са “СЕ” ознаком, осим ако се такве мере оправдавају доказом о неусаглашености производа са одговарајућим директивама Европске уније.

Нелојална конкуренција је свака радња пословног субјекта учињена у пословном надметању која је противна добрим пословним обичајима и којом се наноси штета или потенцијално може нанети штета конкуренту, потрошачима или економском интересу другог трговца.¹⁵⁵ Предуслов за настанак нелојалне конкуренције је пословање два или више пословних субјеката који обављају неку привредну делатност са циљем стицања предности у односу на конкуренте радњама супротно стандардима доброг пословања. Израз “нелојална конкуренција” се користи у два шира значења тога израза. У првом, израз нелојална конкуренција се односи на оне активности које заводе потрошаче у односу на избор производа. У другом, израз нелојална конкуренција се користи у смислу неправичне пословне праксе, тј. радњи које пословни субјекти предузимају пре, за време и после склапања посла у вези с производом, а на штету интереса потрошача. Нелојална конкуренција се испољава у:¹⁵⁶

- 1) нелојалним рекламама – путем оглашавања производа и нуђења услуга где се употребљавају неистинити подаци или информације које могу навести привредне субјекте да доносе погрешне пословне одлуке и довести потрошача у заблуду у погледу доношења одлуке о куповини;
- 2) изношењу негативних и нетачних података о другом пословном субјекту, његовој роби или услугама у циљу његовог дискредитовања на тржишту;
- 3) давању нетачних информација о својој роби – истицање својстава робе и услуга које доводе потрошача у забуну стварајући лажну слику о квалитету и пореклу производа;
- 4) прикривању мана своје робе – изостанак упозорења потрошачу на мане робе или услуга које се нуде;
- 5) повреди туђих пословних односа – предузимање радњи од стране једног пословног субјекта на штету другог - раскид постојећих пословних односа или отежавање склапања нових пословних односа;
- 6) злоупотреби распродаја - оглашавање привидних распродаја или привидних снижења, са циљем довођења у заблуду потрошача о висини цене производа;

¹⁵⁵ [http://legal-dictionary.the-free-dictionary.com/Unfair Competition](http://legal-dictionary.the-free-dictionary.com/Unfair%20Competition), p.1.

¹⁵⁶ [http://sr.wikipedia.org/sr/Nelojalna konkurencija](http://sr.wikipedia.org/sr/Nelojalna_konkurencija), p.1.

- 7) неовлашћеном коришћењу обележја друге фирме – један пословни субјект користи неовлашћено спољне ознаке другог пословног субјекта, односно допушта коришћење ознака другом пословном субјекту ради стварања забуне на тржишту;
- 8) неовлашћеном коришћење туђих пословних књига, недозвољено присвајање пословних контаката и веза других пословних субјеката, и
- 9) подмићивању - давање или обећање поклона, имовинске или друге користи у циљу стицања предности на тржишту.

6. Процесноправна заштита потрошача у праву Европске уније

Иако се највећи број правних аката Европске уније на подручју права заштите потрошача (директиве, уредбе) односи на материјалноправна питања, ни процесноправни аспекти нису занемарени.

Материјалноправно уређење остаје без практичне вредности ако не постоје ефикасне процесне могућности за остваривање права. Пре свега, због неравноправности потрошача и привредног субјекта у погледу финансијских могућности, затим ту је и финансијски ризик вођења парнице, као и искуства код заступања на суду и познавање права (потрошач је по правилу без искуства на суду, а привредни субјект је играч који се често појављује на суду).

Поред тога, финансијска вредност спора је често мала да би се потрошачу исплатило упуштање у (класичну) парницу и ризиковање несразмерно великих трошкова поступка. Иако формалноправно постоји право на судску заштиту, фактички приступ суду је потрошачу онемогућен због наведених разлога.

Подручје посебне процесноправне заштите потрошача у праву Европске уније обухвата вансудско решавање потрошачких спорова које је било уређено необавезујућим правним актима и то Препоруком комисије 98/257/ЕУ и препоруком 2001/310/ЕУ 4.04.2001, о начелима за вансудске органе. Већина земаља чланица Европске уније установила је ефикасне системе вансудског решавања потрошачких спорова. Обухваћена су и правила за уређење посебних правнозаштитних облика (тужби) за заштиту

колективних дифузних интереса потрошача (нпр. давање процесне легитимације организацијама за заштиту потрошача за подношење тужби у корист потрошача). Ову материју регулишу директиве Европске уније: (Директива 98/27/ЕУ о забранама у потрошачким уговорима, Директива 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима и Директива 97/55/ЕУ о обмањујућем оглашавању допуњена Директивом 84/450/ЕЕЗ о компаративном оглашавању).¹⁵⁷ Поменуте директиве обавезују државе чланице Европске уније да у свом правном поретку предвиде могућност да у корист потрошача тужбу пред судом може да поднесе и организација за заштиту потрошача.

Поред тога уређена су одговарајућа правила, о међународној надлежности у потрошачким споровима са елементом иностраности, тј. пред судом државе у којој ће се решавати могући спор.

6.1. Вансудско решавање потрошачких спорова

Традиционални метод решавања спорова између потрошача (и њихових организација) и оних који су та права повредили, заснивао се на два нивоа: 1) управном, тј. инспекцијском, и 2) покретањем грађанске парнице. Пошто је извесно да су парнице прескупи методи решавања спорова, у развијеним земљама постоје вансудски органи за решавање таквих спорова.

Постојање вансудског облика решавања потрошачких спорова је често повољније за потрошаче, јер код судских поступака постоји реална неравноправност потрошача и привредних субјеката у погледу финансијских могућности, ризика губитка парнице, искуства код иступања на суду и познавања права. Често је вредност спора сувише мала, да би се потрошачу исплатило упуштање у парницу уз ризик да сноси несразмерно велике трошкове поступка. Очигледна несагласност између економске вредности спора и трошкова вођења парнице је једна од основних карактеристика типичног потрошачког

¹⁵⁷ Directive 98/27/EC of the European Parliament and the Council of 19 May 1998 on injunctions for protection of consumer interest, OJL 166, 11.06.1998, pp 51-55, Directive 93/13/EEC of the Council of the European Communities of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts, OJL 95, 21.04.1993. pp. 29-34. European Council: Misleading and Comparative Advertising - Council Directive 84/450/EEC of 10. September 1984. OJL 250, 19.09.1984. pp.17-20.

спора. Непостојање адекватних облика вансудског решавања потрошачких спорова може довести до смањења правне заштите потрошача.¹⁵⁸ У неким специјализованим подручјима (нпр. финансијске организације) Директива 97/5/ЕУ о прекограничним кредитним трансферима¹⁵⁹ упућује државе у решавању потрошачких спорова на обавезу оснивања одређених облика вансудског решавања спорова уз уважавање заједничких начела како би се постигла ефикасност поступка (чињенична доступност, трајање поступка и висина трошкова) обзиром да постоји реална неравноправност потрошача и привредног субјекта у погледу финансијских могућности у сношењу трошкова парнице. Најзад, постоји и интерес државе за ширење идеје о вансудском решавању спорова јер се тиме смањује број нерешених предмета и растерећују судови од типичних потрошачких спорова.

У многим државама Европске уније судски поступак за потрошачке спорове мале вредности крајње је поједностављен.¹⁶⁰ За државе чланице Европске уније од посебне важности је Препорука Комисије Европских заједница (у даљем тексту Препорука 98/257/ЕУ)¹⁶¹ о начелима која се примењују на тела одговорна за вансудско решавање потрошачких спорова коју је Комисија усвојила 30 марта 1998. године. Примена препоруке је била ограничена на поступак који је, без обзира на назив, водио ка решавању путем активног мешања треће стране која предлаже или намеће решење, покушавајући да разреши спор повезивањем страна у спору и њиховим убеђивањем да пронађу решење сагласношћу свих страна.

Препорука Комисије Европских заједница од 4 априла 2001. године, као и Препорука Комисије из 1998. године, о начелима која важе за вансудска тела укључена у споразумно решавање потрошачких спорова¹⁶² налажу да се сва постојећа и будућа тела која се баве поступцима за вансудско решавање спорова придржавају начела

¹⁵⁸ W. Howels, *Consumer Protection Law*, Barnemounth, 1997, p. 528.

¹⁵⁹ Члан 10. Directive 97/5/EC of the European Parliament and of the Council of 27 January 1997 on Cross-border Credit Transfers, OJL 043, 14.02.1997 p. 25-30.

¹⁶⁰ Commission of the European Communities: Green Paper on European Union Consumer Protection, Brussels, 2.10.2001. COMM(2001) 531 final, p. 5.

¹⁶¹ Commission of the European Communities: Recommendation 98/257/EC of 30. March 1998. on the principle applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes OJL, 115, 17.04.1998. pp. 0031-0034.

¹⁶² Commission of the European Communities: Recommendation 2001/310/EC of 4 April 2001 on the Principle for out-of-court Bodies Involved in the Consensual Resolutions of Consumer Disputes, OJL 109, 19.04.2001.

независности, транспарентности, ефикасности, правичности поступка, добровољности и заступања.

Начело независности и објективности тела које одлучује је битна гаранција заштите права потрошача и јачање његовог поверења у вансудске механизме решавања потрошачких спорова. Ако одлуку доноси појединац, независност се посебно гарантује тиме што именовано лице:

- 1) не може бити у претпостављеном или стварном сукобу интереса са било којом страном;
- 2) треба да поседује способност, искуство и компетенције, нарочито из области права потребне за обављање функције;
- 3) постављањем на довољно дуги рок осигурава независност својих радњи и немогућност разрешења са функције без оправданог разлога.

Ако одлуку доноси колективно тело, независност тела одговорног за доношење одлуке се мора обезбедити омогућавањем подједнаке заступљености потрошача и представника привредних субјеката.

Начело транспарентности поступка обезбеђује да странке добију потребна обавештења о функционисању и могућности вођења поступка, која су лако доступна странкама у спору, тако да их могу размотрити и пре него што се упусте у спор. Недостатак транспарентности може негативно утицати на права странака изазивајући сумњу у објективност вансудског поступка у решавању потрошачких спорова. Посебно се морају ставити на располагање подаци о:

- 1) тачном опису спора који се може процесуирати, месној надлежност и вредност спора;
- 2) правилима која уређују прелиминарне захтеве које стране треба да задовоље и другим процесним правилима, посебно оним која се тичу тока поступка и језика на којем се поступак води;
- 3) могућим трошковима, уколико их има, које сnose странке у поступку;
- 4) временском току који важи за поступак, нарочито у вези врсте поступка у питању;
- 5) меродавном праву (законске одредбе, кодекс понашања, одлучивање по правичности и сл.);

- б) улози поступка за постизање решења спора;
- 7) правној снази донете одлуке где се јасно наводи да ли је обавезујућа за трговца или за обе странке. Уколико је одлука обавезујућа, морају се навести санкције које се одређују у случају не поступања по одлуци као и средства за преиспитивање одлуке која су на располагању странци која је изгубила спор.

Ефикасност поступка је такође један од начела за вансудско решавање потрошачких спорова. Странкама се омогућује приступачност правне заштите, брзина судског поступка и нижи трошкови него у оквиру редовног судског поступка.¹⁶³

Поступак би требало да буде бесплатан за потрошаче или би неопходни трошкови требало да буду сразмерни вредности спора. Странке у спору би требало да имају право учешћа у поступку без обавезе ангажовања правног заступника. Странкама у спору, међутим, не би требало бранити да у било којој фази поступка буду заступане или помагане од стране трећих лица.

Орган који одлучује у потрошачком спору мора имати активну улогу у поступку, јер на тај начин може санирати стварну неравноправност у положају странака – на једној страни по правилу правно необразован потрошач, без искуства код наступања у судским поступцима, а на другој страни привредни субјект са правном службом (или са већим финансијским средствима, трошкови заступања по адвокату нису толико битни) и са искуствима код сличних поступака и наступањем пред судом. Активнија улога органа у том случају служи изједначавању положаја странака (потребно је да орган који одлучује, са том активном улогом не повреди начело независности). Наглашена активна улога органа који одлучује, је у вези у са већ споменутих захтевом, да у тим поступцима није могуће инсистирати на обавезном адвокатском заступању.

Најзад, потребно је гарантовати начело правичности поступка, а посебно да:

- 1) странке треба обавестити да имају право да одбију учешће у поступку или повлачење из поступка уколико су незадовољне спровођењем или током поступка;
- 2) обе странке могу слободно и једноставно да изнесу сваки аргумент; податак или доказ у своју корист у условима поверљивости;

¹⁶³ А. Галич, *Вансудско решавање потрошачких спорова – са примерима из земаља чланица ЕУ*, Правни факултет, Љубљана, стр. 5.

3) пре него што се странке сагласе са предложеним решењем спора треба им омогућити одговарајуће време за разматрање предлога.

Успостављање вансудских облика решавања потрошачких спорова не треба да утиче на смањивање нивоа законски признатих права потрошача. Орган који одлучује у том облику решавања спорова, мора зато уважити материјалноправне когентне прописе, који се односе на заштиту потрошача. Није допуштено, да се потрошач и привредни субјект у вансудском решавању спора договоре, да тај орган неће одлучити по важећим когентним прописима са подручја заштите потрошача. Из препоруке Европске Комисије произлази, да одлука мора бити образложена и издата у писменом облику. Само на тај начин је могуће проверити да ли је орган, који је одлучивао, уважио правне критеријуме, нарочито законске когентне норме.

Начело добровољности омогућује да ни потрошач, ни привредни субјект не треба да буду присиљени на решавања спора који би искључио суд. Ово право странке могу искључити (нпр. са договором за надлежност арбитраже), али то мора бити одраз слободне воље сваке странке. Битна је такође и одредба у препоруци Европске Комисије да се потрошач не може одрећи права на приступ суду (склапањем договора за вансудско решење спора) пре настанка спора. Код арбитражних договора странке често у самом уговору (нпр. о продаји) уговоре надлежност арбитраже за случај, да дође до спора. Из препоруке Европске Комисије произлази, да овакво поступање за потрошачке спорове није прихватљиво. Разлог је што потрошач у време, кад склапа уговор (нпр. о куповини робе или о туристичком аранжману) не рачуна да ће доћи до спора. Зато је тада врло лако, да привредни субјект у општим условима уговора потрошачу наметне арбитражни договор. У формалном смислу то је прави договор који се заснива на вољи обе странке, али у реалности ради се мање више о одредби, коју је једна страна (привредни субјект), наметнула другој страни (потрошачу), која у време склапања уговора није ни обраћала пажњу на то.

Начело заступања код вансудског облика решавања потрошачког спора не захтева од потрошача да га мора заступати адвокат. Препорука Европске Комисије, међутим, указује да потрошачу није могуће ни забранити, да га код тих облика решавања спора заступа адвокат или друга правно квалификована особа.

По препоруци Европске Комисије треће неутрално лице, које води поступак вансудског решавања спора, тај поступак мора да закључи са образложеном одлуком. Одлука може бити обавезујућа под условом, да ниједна странка предмет не изнесе пред суд. У супротном она је само препорука.

Препорука Европске Комисије не искључује поступак медијације. Медијација је поступак у којем странке желе да спорни однос реше мирним путем уз помоћ једног или више посредника – медијатора који странкама помаже да постигну споразум. Медијација на подручју грађанскоправних спорова има бројне предности, и због тога се заговара поступак медијације и у потрошачким споровима. Комисија Европског савета је донела препоруку 2001/310/ЕУ о начелима за вансудске органе који учествују у споразумном решавању потрошачких спорова.¹⁶⁴

Орган који води поступак, на пример, медијације, мора пазити на то, да ће споразум, који ће потрошач склопити, стварно бити израз његове праве воље и да ће имати довољно времена, да се упозна са предлогом о споразуму и о њему размисли. Орган који води поступак мора упозорити потрошача на његово право да може потражити и правно саветовање о предлогу споразума као и о чињеници да би се судски поступак могао за њега закључити и боље од садржаја нагодбе. Свака странка мора бити обавештена, да има право да одустане од поступка.

Оснивање вансудских облика решавања потрошачких спорова је један од важних система на подручју права заштите потрошача. Адекватни системи вансудског решавања потрошачких спорова доприносе ефикаснијем остваривању права потрошача уопште, смањују оптерећења редовних судова и тиме позитивно утичу на функционисање правосуђа у целини.

¹⁶⁴ Commission of the European Communities: Commission Recommendation of the 4 April 2001. On the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes, OJL 109, 19.04.2001.

6.2. Уређење посебних правнозаштитних облика (тужби) за заштиту колективних и дифузних интереса потрошача

За решавање проблематике процесноправне заштите потрошача, уређењем посебних правнозаштитних облика (тужби) за заштиту колективних и дифузних интереса потрошача, првобитно је била намењена Директива 98/27/ЕУ Европског парламента и Савета.¹⁶⁵ Она је државе чланице Европске уније обавезивала да у свом законодавству предвиде могућност да тужбу у име потрошача може да поднесе и организација за заштиту потрошача. За специфична подручја, као што су неправичне одредбе у потрошачким уговорима у члану у Директиви 93/13/ЕЕЗ је предвиђена могућност да организације са легитимним интересом заштите потрошача, могу по националним прописима покренути поступак пред судовима или надлежним органима управе ради утврђивања да ли су одредбе у општим условима формуларних уговора неправичне.¹⁶⁶ Такође и у Директиви Европског савета 84/450/ЕЕЗ¹⁶⁷ о обмањујућем и компаративном оглашавању је предвиђено да организације које имају легитиман интерес могу покренути поступак ради забране обмањујућег оглашавања.

6.3. Уређење посебних правила о међународној надлежности у потрошачким споровима

Материја која се односи на уређење посебних, потрошачу одговарајућих правила о међународној надлежности у потрошачким споровима са елементом иностраности, првобитно је била регулисана Бриселском Конвенцијом о надлежности и извршењу пресуда у грађанским и трговачким предметима из 1968. године (у даљем тексту Бриселска конвенција 1968.).¹⁶⁸ Она није била резултат законодавне делатности Европске

¹⁶⁵ Directive 98/27/EC of the European Parliament and of the Council of 19 May 1998, on injunctions for the protection of consumer interests, OJL 166. 11.06.1998.

¹⁶⁶ Члан 7. став 2. Директиве 93/13/ЕЕЗ.

¹⁶⁷ Члан 4. Directive 84/450/EC of the European Parliament and of the Council of 10 September 1984 relating to the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning misleading advertising, OJL 250, 19.09.1984, p.17-20.

¹⁶⁸ Дана 27. септембра 1968. године, шест иницијалних држава чланица Европске економске заједнице закључило је у Бриселу Конвенцију о надлежности и признању и извршењу пресуда у грађанским и трговачким стварима. Осамдесетих година двадесетог века државе чланице ЕФТА разматрале су

заједнице већ првенствено међународне активности самих држава потписница Бриселске конвенције. Бриселска конвенција представљала је уједно и први унификовани инструмент који потрошачима као слабијој уговорној страни гарантује повољнији процесноправни статус при установљавању међународне судске надлежности.¹⁶⁹ Посебна заштита потрошача у потрошачким споровима с елементом иностраности произлази из околности да потрошач и трговац немају једнаку преговарачку позицију ни у економском ни у правном смислу. Професионални трговац је много искуснији, потрошачке уговоре са потрошачем закључује најчешће путем стандардизованих (типских) уговора које је он припремио. Трговац може разним методама санирати ризик трговине којем је изложен (на пример, осигурањем ризика којег урачунава у цену) а потрошач не може. Да би потрошач заштитио своја права треба да покрене судски поступак против трговца у држави у којој не живи. Бриселска конвенција омогућује потрошачу да као тужилац покрене поступак против трговца пред судом државе у којој он живи (члан 14. став 1.). Поступак против потрошача трговац може покренути само пред судом државе у којој се налази пребивалиште потрошача.

Ступањен на снагу Амстердамског уговора (1999.), пренете су законодавне надлежности за унификацију међународног процесног права које се односе на судску надлежност у грађанским стварима са држава чланица на Европску унију. Европска унија је Бриселску конвенцију заменила Уредбом о међународној надлежности и признању и извршењу пресуда у грађанским и трговачким стварима (у даљем тексту: Бриселска уредба 44/2001).¹⁷⁰ Бриселска уредба 44/2001 је у основи задржала структуру и готово целокупан садржај Бриселске конвенције из 1968. године, али је донела и неколико значајних измена (најважније су оне измене које се односе на поједностављење признања и извршења пресуда). Бриселска уредба 44/2001 је ступила на снагу 1. марта 2002. године.

закључење паралелне конвенције која би била комплементарна Бриселској конвенцији. Тако је настала Конвенција о надлежности у извршењу пресуда у грађанским и трговачким стварима која је закључена у Лугану 1988. године, и ступила на снагу 1. јануара 1993. године, тзв. Лугано Конвенција. Лугано конвенција је по садржини била подударна са Бриселском конвенцијом.

169 В. Томљеновић, Процесноправни аспекти заштите потрошачких односа с међународним обиљежјем, *Зборник радова, Правни факултет, Свеучилишта у Ријеци*, 2005. стр. 453.

170 Council Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 on jurisdiction and recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters, OJL 012, 16 January 2001. pp. 0001-0023.

Она обавезује у целини државе чланице Европске уније и директно се примењују на њиховим територијама у складу са уговором о оснивању Европске уније (члан 7(2)).¹⁷¹

Одредбе Бриселске уредбе 44/2001 о посебним надлежностима у потрошачким споровима примењују се пред судовима држава чланица на све грађанске и привредне ствари. Надлежност имају судови држава чланица у којој тужени има пребивалиште (члан 2(1) Уредбе 44/2001). Надлежност суда за лице које није држављанин држава чланица Европске уније у којој има пребивалиште одредиће се према праву које се примењује на држављане те државе. Лице са сталним боравком у држави чланици Европске уније може бити тужено пред судовима друге државе чланице на основу правила наведена у Поглављу II, Одељак 2. “Посебне надлежности“. У члану 5. Уредбе 44/2001 је регулисано у којим стварима лице са сталним боравком у држави чланици Европске уније може бити тужено пред судовима у другој држави чланици. Утврђивање да ли тужени има пребивалиште у некој од држава чланица Европске уније врши се по праву те државе.¹⁷² Уколико тужени нема пребивалиште у некој од држава чланица Европске уније, надлежност суда се утврђује према националним правима о надлежности садржаним у унутрашњим прописима сваке од тих држава.¹⁷³

Бриселска уредба 44/2001 успоставља режим међусобног признавања и извршења судских одлука у вези потрошачких спорова на начин да се одлука донета у једној држави чланици Европске уније признаје у другој држави чланици без потребе да се о томе води посебан поступак. Постоје одређене околности које спречавају признање. Такве околности су наведене у члану 34. Уредбе 44/2001. Уколико се одбије признавање и извршење судских одлука оно мора бити у складу са разлозима за одбијање признања који су наведени у члану 34(1-4) Уредбе 44/2001. Суд у држави у којој се тражи признање не може независно процењивати чињенице које су биле битне за одлуку суда који ју је донео

¹⁷¹ Након усвајања Бриселске уредбе 44/2001 од 22. децембра 2000 године, Лугано конвенција није више била у складу са комунитарним правилима о надлежности и признању и извршењу пресуда у грађанским и трговачким стварима и она је ревидирана и потписана 30. октобра 2007. године у Лугану, од стране Европске уније, с једне стране и Швајцарске, Исланда и Норвешке с друге стране, тако да је Лугано конвенција постала инструмент комунитарног права за чије је тумачење надлежан Европски суд правде. Значај Лугано конвенције је у томе што је она отворена за приступање и државама које нису чланице Европске уније ни чланице ЕФТА.

¹⁷² Уредба 44/2001, члан 59(2).

¹⁷³ Уредба 44/2001, члан 4.

Суд у држави признања везан је ставом суда који је донео пресуду.¹⁷⁴ Надлежност суда који је донео одлуку не може се поново преиспитивати пред судом државе признања. Приликом преиспитивања надлежности у овим случајевима, суд државе признања везан је чињеницама које је утврдио суд који је донео пресуду.

Бриселска уредба се примењује под условом да је туженик (привредни субјект) у судском поступку са седиштем у држави чланици Европске уније (члан 4. Уредбе 44/2001). Изузетно, ово правило се примењује и када тужени нема седиште у држави чланици Европске уније, али има филијалу, представништво или другу пословну јединицу (одредбе у члановима од 15. до 17. Уредбе 44/2001) у некој држави чланици Европске уније.

¹⁷⁴ Уредба 44/2001, члан 35.

IV. ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА ОД НЕПРАВИЧНЕ ПОСЛОВНЕ ПРАКСЕ И НЕПРАВИЧНИХ УГОВОРНИХ ОДРЕДБИ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

1) Извори права заштите потрошача у Републици Србији

1.1. Уставни основ права заштите потрошача

Заштита потрошача у Републици Србији је уставна категорија. У највишем правном акту Републике Србије у члану 90. Устава¹⁷⁵ се гарантује право заштите потрошача. У ставу 2. члана 90. Устава је прописано да се забрањују радње усмерене против здравља, безбедности и приватности потрошача, као и све нечасне радње на тржишту. Облике и садржај заштите потрошача, као и санкције за кршење уставне забране прописане у члану 90. став 2., Устав Републике Србије не регулише, нити упућује на закон који би та питања регулисао.¹⁷⁶

1.2. Закон о заштити потрошача

Заштита потрошача у Србији дуго није била уређена посебним прописима. На облигационе односе између трговаца и потрошача примењивале су се одредбе Закона о облигационим односима претходне државе. Први Закон о заштити потрошача Републике Србије донет је 2002. године, као закон Савезне Републике Југославије¹⁷⁷ који није био усклађен са *acquis communautaire* Европске уније. Други Закон о заштити потрошача Републике Србије донет је 2005. године.¹⁷⁸ Овај закон није регулисао питања у вези неправичне пословне праксе и неправичних уговорних одредби.

¹⁷⁵ Устав Републике Србије, *Службени Гласник* Републике Србије, 98/2006.

¹⁷⁶ Пајванчић, М. *Коментар Устава Републике Србије*, Фондација Конрад Аденауер, Београд, 2009. стр. 111.

¹⁷⁷ *Службени лист* СРЈ 37/2002.

¹⁷⁸ *Службени гласник* РС 2005.

Трећи Закон о заштити потрошача Републике Србије донет је 2010.¹⁷⁹ Њиме је успостављен нови концепт заштите потрошача у односу на претходне законе који су уређивали ову област. У Закон (2010) је имплементирано 15 кључних директива Европске уније¹⁸⁰ којим је започет поступак имплементације директива с подручја заштите потрошача у правни систем Србије. У његовим материјалним одредбама пружен је велики обим права потрошача који није остварен у пракси. Предвиђени механизми за спровођење законских одредби, иако су у великој мери слични онима који постоје у многим државама Европске уније, нису ефикасно функционисали у остваривању права потрошача. Судска заштита је била неефикасна за ову врсту спорова, алтернативни механизми решавања спорова још нису били довољно афирмисани, а потрошачке организације нису имале одговарајуће капацитете да се ефикасно баве питањима остваривања права потрошача.

¹⁷⁹ Закон о заштити потрошача, *Службени гласник* Републике Србије, 73/2010. Примењивао се се од 1. јануара 2011. до 21 септембра 2014. године.

¹⁸⁰ 1) Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximations of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products [OJL 210, 7.08. 1985. p. 29.]; and Directive 1999/34/EC of the European Parliament and of Council, of 10 May 1999 amending Council Directive 85/374 [OJL 141, 04.06.1999, p. 20-21.]; 2) Council Directive 85/577/EEC, of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises [OJL 372, 31.12.1985, p.31-33.]; 3) Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holiday and package tours [OJL 158, 23.06.1990, p. 59-64.]; 4) Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts [OJL 95, 21.04.1993, p. 29-34.]; 5) Directive 2005/29/EC of the European Parliament and the Council, of 11 May 2005. concerning unfair business-to consumer commercial practices in the internal market [OJL 149, 11.06.2005, p. 22-39.]; 6) Directive 2008/122/EC of the European Parliament and of the Council, of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts [OJL 33, 3.2. 2009, p.10-17.]; 7) Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumer in respect of distance contracts [OJL 144, 4.06.1997, p. 19-27.]; 8) Directive 98/67/EC of the European Parliament and of the Council, of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers [OJL 80, 18.03.1998, p. 27-31.]; 9) Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council, of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees [OJL 171, 7.07.1999, p. 12-16.]; 10) Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council, of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services and amending Council Directive 90/619/EEC and Directives 97/7/EC and 98/27/EC [OJL 271, 9.10.2002, p. 16-24.]; 11) Directive 2008/48 EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreement for consumers and repealing Council Directive 87/102/EC [OJL 133, 22.05.2008, p. 66-92.]; 12) Council Directive 92/59/EEC of 29 June 1992. on general product safety [OJL 228, 11.08.1992, p. 24-32.]; 13) Council Directive 84/450/EEC of 10 September 1984 on misleading and comparative advertising [OJL 250, 19.09.1984, p. 17-20.]; 14) Directive 2009/22/EC of the European Parliament and of the Council of 23.04.2009 on injunction for the protection of consumer interests [OJL 110, 01/05/2009 p. 30-36]; and 15) Directive 2003/55/EC of the European Parliament and of the Council of 26 June 2003 concerning common rules for the internal market in natural gas and repealing Directive 98/30/EC [OJL 176 15.07.2003, p. 57-78].

Четврти по реду Закон о заштити потрошача Србије усвојила је Народна скупштина Републике Србије јуна 2014.¹⁸¹ Најбитнији разлози за доношење новог закона су потреба консолидовања Закона о заштити потрошача ради обезбеђивања институционалних промена и успостављање механизма за примену закона. У овом Закону целовито су регулисани односи који настају пре, током и након закључења уговора између трговца као физичког лица или правног лица које на тржишту наступа у комерцијалне сврхе или одређене професионалне делатности и потрошача, искључиво као физичких лица који на тржишту наступају као крајњи корисници. Законске одредбе су донете у циљу успостављања равнотеже у односима потрошача и трговца. Иако су формалноправно једнаке стране у уговору, ипак је потрошач по правилу неука странка у потрошачким споровима за разлику од трговца који боље познаје производе које продаје и у бољој је економској позицији.

Законом је успостављен ниво заштите потрошача приближан стандардима коју они имају у државама чланицама Европске уније. Њиме је уређен начин заштите права потрошача посредством удружења и савеза чија је област деловања остваривање циљева заштите потрошача, вансудско решавање потрошачких спорова, права и обавезе државних органа у овој области као и заштитита колективног интереса потрошача.

1.2.1. Заштита потрошача од неправичне пословне праксе

Систематизација одредби којима је уређена заштита потрошача од неправичне пословне праксе пренета је у Закон о заштити потрошача (2014) из претходног Закона (2010).¹⁸² Пословна пракса је непоштена ако је противна захтевима професионалне пажње и значајно нарушава или прети да значајно наруши економско понашање у вези с

¹⁸¹ Закон о заштити потрошача, *Службени гласник* Републике Србије 62/2014, донет је 13. јуна 2014. а примењује се од 22. септембра 2014. године.

¹⁸² Заштита потрошача од неправичне пословне праксе регулисана је у трећем поглављу Закона о заштити потрошача (2014) под насловом „непоштена пословна пракса“. Одредбе о непоштеној пословној пракси преузете су у целини из Закона о заштити потрошача (2010). Промењен је ранији назив „непоштено пословање“ у „непоштена пословна пракса“.

производом просечног потрошача на кога се то пословање односи или коме је изложен, односно понашање просечног члана групе, када се пословање односи на групу.¹⁸³

Потрошач је и у Закону о заштити потрошача (2014) дефинисан као физичко лице које на тржишту прибавља робу или услуге у сврхе које нису намењене његовој пословној или другој комерцијалној делатности.¹⁸⁴

Трговац значајно нарушава економско понашање потрошача ако својом пословном праксом у великој мери умањује могућност потрошача да оствари потребан ниво обавештености за одлучивање, услед чега доноси економску одлуку коју иначе не би донео.

Економска одлука потрошача је његова одлука о начину и условима да купи производ, прихватању плаћања цене производа у целисти или делимично, задржавању или враћању производа, коришћењу неког другог права у вези с производом које има по основу уговора, и предузимању неког чињења или уздржавање од каквог поступка.¹⁸⁵

Пословна пракса која прети да значајно наруши економско понашање јасно одређене групе потрошача, која су због своје психичке или физичке слабости, узраста или лакомислености нарочито осетљива на ту врсту пословне праксе или на дати производ (под условом да се од трговца могло основано очекивати да то предвиди), процењује се према просечном потрошачу.

Непоштеном пословном праксом се нарочито сматра обмањујућа и насртљива пословна пракса.¹⁸⁶

1.2.1.1. Обмањујућа пословна пракса

Обмањујућом пословном праксом сматра се она активност трговца којом наводи или прети да наведе потрошача да донесе економску одлуку коју иначе не би донео, тако што му даје нетачне информације, или је, иако не садржи неистините информације,

¹⁸³ Члан 18. ЗЗП (2014).

¹⁸⁴ Члан 5. став 1. ЗЗП (2014).

¹⁸⁵ Члан 18. став 2. ЗЗП (2014).

¹⁸⁶ Члан 18. ЗЗП (2014).

представљено на начин који доводи или може да доводи просечног потрошача у заблуду у погледу:¹⁸⁷

- 1) постојања или природе производа;
- 2) основних обележја производа (доступност, предности, ризици, начин израде, употреба, додаци који прате производ, помоћи која се потрошачима пружа после продаје и поступања по њиховим приговорима, начина и датума производње односно пружања услуге, испоруке, подобности за употребу, количине, спецификације, државе производње и државе порекла жига, очекивани резултати употребе или резултати спроведених тестова или провере производа);
- 3) обима обавеза трговца, разлога за одређено тржишно поступање, означавања или указивања на лице које посредно или непосредно подржава и препоручује трговца или производ;
- 4) цене и начина на који је обрачуната или постојање одређених погодности у погледу цене;
- 5) потребе за сервисирањем, заменом делова или поправком производа;
- 6) положаја, особина или права трговца или његовог заступника који се односе на њихов идентитет или имовину (квалификације и статус, припадност или повезаност својинских и права интелектуалне својине којима располажу, награде или признања која су примили);
- 7) права потрошача, укључујући право на поправку, замену или повраћај новца или ризика којима може бити изложен.

Обмањујућа пословна пракса постоји и у случајевима ако трговац наводи или прети да наведе просечног потрошача да донесе неадекватну одлуку тако што оглашава производ (укључујући и упоређујуће оглашавање), на збуњујући начин којим се отежава разликовање производа од других производа, жигова, назива других производа или ознаке другог трговца. Обмањујућа пракса је и ако трговац крши одредбе кодекса добре пословне праксе којем је приступио.

¹⁸⁷ Члан 19. ЗЗП (2014).

Пословање трговца се такође сматра обмањујућим ако позив на куповину и обавештење о карактеристикама и цени производа које трговац доставља потрошачу, осим ако нешто друго не произлази из околности случаја, не садржи важне информације, као што су:

- 1) основна обележја производа у обиму који одговара датом производу и употребљеном средству комуникације;
- 2) назив и адреса трговца и по потреби назив и адреса трговца у чије име послује;
- 3) цена производа укључујући пореске и друге дажбине, трошкове транспорта, поштарину и трошкове испоруке;
- 4) правила о плаћању, испоруци и извршавању уговорних обавеза и начину поступања по притужбама потрошача ако правила одступају од захтева професионалне пажње;
- 5) обавештење о праву на једностранни раскид уговора.

У обмањујућу пословну праксу спадају и преварна пропуштања трговца која постоје када он скрива важне информације или пружа нејасна и двосмислена обавештења потрошачима и наводи их или је вероватно да ће их навести да донесу одлуку о правном послу коју иначе не би донели. Преварна пропуштања, како су у Закону о заштити потрошача дефинисана, ускраћују потрошачима информације које су им потребне за разумно одлучивање.

Скривање важних информација или пружање информација неблагоприятно и на нејасан, неразумљив начин, као и пропуштање да потрошачима истакне пословну сврху свог обраћања такође спадају у преварна пропуштања.¹⁸⁸

1.2.1.2. Облици обмањујуће пословне праксе

У Закону о заштити потрошача наведене су радње које се увек сматрају обмањујућим.¹⁸⁹ Ту спадају неистините тврдње трговца да поступа у складу са одређеним

¹⁸⁸ Члан 20. ЗЗП (2014).

¹⁸⁹ Члан 21. ЗЗП (2014).

кодексом понашања чији је потписник, а који је одобрен од државног органа или одређене организације и подржава његову пословну политику или продају његових производа. Затим, трговац обмањује потрошача оглашавањем врло јефтених производа, иако не постоје довољне залихе, наводећи да ће производ ће бити расположив у кратком року или да ће бити расположив у кратком року под одређеним условима, с циљем да се потрошач наведе да одлуку о куповини донесе без одлагања, и да му се ускрати прилика или време потребно за доношење разумне одлуке.

Потрошач се суочава и са лажним тврдњама трговца да је одређени производ у промету у складу са позитивним прописима или да престаје са пословањем или да се премешта у друге пословне просторије и циљу распродаје производа.

Лажне тврдње су и да одређени производ има терапеутска својства и да лечи одређену болест, поремећај функције или урођене деформације као што су хипертензија, срчана и кардиваскуларна обољења, лечење алергије, подстицање раста косе, помоћ при регулисању телесне тежине, и сл.

Потрошачи се често привлаче и рекламом да куповина одређеног производа обезбеђују право на учешће у наградној игри и пружа шансу за освајање великог новчаног износа. Трговци уводе наградна такмичења или промотивне игре, а да се након тога не подели обећана награда или одговарајућа замена за њу.

У обмањујућу пословну праксу спадају пословни поступци и радње трговца, прописани у Закону о заштити потрошача, као што су:¹⁹⁰

- 1) неовлашћено истицање ознаке квалитета, ознаке од поверења или сличне ознаке од стране трговца;
- 2) позив потрошачу да достави понуду за куповину неког производа по одређеној цени, ако трговац прикрива постојање основаног разлога за сумњу да ће моћи испоручити тај производ или опрему, односно да ангажује другог трговца за испоруку производа по наведеној цени, у количини и року који би се могао очекивати обзиром на врсту производа, обим оглашавања и понуђену цену;

¹⁹⁰ Члан 21. ЗЗП (2014).

- 3) позив потрошачу да учини понуду за куповину неког производа по одређеној цени, ако трговац у намери да га наведе на куповину неког другог производа одбија да му покаже производ на који се оглас односи или одбија да прими наруџбину односно да испоручи производ у примереном року или покаже потрошачу оштећени узорак производа на који се односи оглашавање;
- 4) пропуштање да потрошача, пре него што прихвати понуду, на јасан начин обавести да ће му након продаје одређеног производа пружити пратеће услуге на језику који није у службеној употреби у Републици Србији;
- 5) представљање права која су потрошачу гарантована законом као посебне предности које му трговац нуди;
- 6) употреба уредничког простора у медијима за оглашавање производа, тј. пропуштање трговца да у садржају огласа звуком или сликом нагласи да је реч о плаћеном оглашавању, а не о садржају иза којег стоји уредништво;
- 7) неистинита тврдња трговца о природи и значају ризика коме потрошач излаже себе или своју породицу ако не купи одређени производ;
- 8) оглашавање производа од стране трговца који подражава производ другог трговца и којим се потрошач намерно наводи на погрешан закључак да производе производи исти трговац;
- 9) стварање, вођење или оглашавање од стране трговца система продаје производа у оквиру којег потрошач плаћа накнаду за могућност остварења прихода који не зависи од успешности продаје одређеног производа, већ од учествовања других потрошача у том систему продаје (тзв. пирамидална шема);
- 10) пружање нетачних информација о условима на тржишту или могућности куповине одређеног производа на тржишту у намери да се потрошач наведе да производ прибави под условима који су неповољнији од уобичајених тржишних услова;
- 11) описивање производа речима: гратис, бесплатно, без накнаде или другим речима сличног значења, ако је потрошач дужан да сноси било какав трошак, осим неизбежног трошка у вези са пословном праксом преузимања, односно испоруке производа;

- 12) стављање рачуна или сличног документа којим се захтева плаћање у огласни материјал, чиме се код потрошача ствара погрешан утисак да је већ наручио оглашавани производ;
- 13) стварање погрешног утиска код потрошача да су након продаје одређеног производа пратеће услуге доступне и на територији друге државе осим државе у којој је производ продат.

1.2.1.3. Насртљива пословна пракса

Насртљива пословна пракса, или како се још назива и агресивна пословна пракса, је посебан облик неправичне пословне праксе. Она постоји у ситуацијама када се на основу чињеничног стања може утврдити да трговац узнемиравањем, принудом (укључујући физичку принуду) или недозвољеним утицајем нарушава слободу избора или поступања просечног потрошача у вези са одређеним производом. Тиме се он наводи или је вероватно да ће се навести да донесе економску одлуку коју иначе не би донео.

Недозвољени утицај јесте злоупотреба позиције моћи у циљу вршења притиска на потрошача на начин који битно ограничава његову способност да оствари одговарајући ниво обавештености и да донесе рационалну одлуку код одлучивања, без обзира да ли се употребљава или ставља у изглед употреба физичке силе.

Предвиђени критеријуми у Закону о заштити потрошача на основу којих се утврђује постојање насртљиве пословне праксе морају бити испуњени да би нека радња имала обележје те праксе. Елементи критеријума су време, место, природа и трајање насртљиве пословне праксе као и употреба претећег језика или понашања. Затим, треба да постоји недвосмислена чињеница да трговац свесно, у намери да утиче на одлуку потрошача у вези са производом, користи несрећни случај који се догодио потрошачу или тешке околности у којима се потрошач налази, а које утичу на његову способност за расуђивање. Присуство тешке или несразмерне вануговорне препреке коју трговац поставља потрошачу који жели да оствари уговором загарантована права и претња

трговца да ће против потрошача предузети законску меру која му није доступна у складу са законом је такође једно од обележја критеријума.¹⁹¹

1.2.1.4. Облици насртљиве пословне праксе

У Закону о заштити потрошача су наведени поступци трговца који имају таква обележја која их увек сврставају у насртљиву пословну праксу. То су:¹⁹²

- 1) стварања утиска код потрошача да не може напустити просторије док не закључи уговор;
- 2) посете потрошачу, у његовом стамбеном простору, без његове претходне сагласности, супротно захтеву да се напусти или да се не врати, осим остваривања потраживања из уговора;
- 3) вишеструког обраћања потрошачу, противно његовој вољи телефоном, факсом, електронском поштом или другим средством електронске комуникације, осим ради остваривања потраживања из уговора;
- 4) захтева да потрошач који намерава остварити своја права из полисе осигурања достави документа која се не могу сматрати значајним за оцену основаности његовог захтева или упорно избегавање да се одговори на захтев потрошача ради одвраћања од остваривања његових уговорних права;
- 5) директног подстицања деце путем огласа да купе или утичу на родитеље или друга одрасла лица да за њих купе производ који је предмет оглашавања;
- 6) захтева потрошачу да плати, врати или чува производ чију испоруку није тражио;
- 7) директног обавештавања потрошача да су посао или егзистенција трговца угрожени ако потрошач не купи одређени производ;
- 8) стварања лажног утиска код потрошача да је освојио или да ће освојити безусловно или уз испуњење одређеног услова награду или неку другу корист, ако та награда или друга корист није предвиђена или ако је предузимање било какве радње усмерене на остваривање те награде или неке друге користи условљено плаћањем

¹⁹¹ Члан 22. ЗЗП (2014).

¹⁹² Члан 23. ЗЗП (2014).

одређеног новчаног износа од стране потрошача или да му проузрокује одређене трошкове.

У овом поглављу у члану 24. Закона о заштити потрошача (2014) налазе се и одредбе о посебној заштити малолетних лица којима се забрањује продаја, служење или поклањање алкохолних пића и дуванских производа.

1.2.2. Заштита потрошача у остваривању права из уговора који садрже неправичне уговорне одредбе

Систематизација одредби којима се уређују питања заштите потрошача у остваривању права из уговора који садржи неправичне уговорне одредбе преузета је из претходног Закона и налази се у петом поглављу Закона о заштити потрошача (2014) у члановима од 41. до 45.

Потрошача обавезује уговорна одредба ако је изражена једноставним, јасним и разумљивим језиком, ако би је схватио разуман човек потрошачевог знања и искуства и ако је он на њу пристао.

Трговац је дужан да са садржајем уговорне одредбе упозна потрошача пре закључења уговора, на начин који, с обзиром на употребљено средство комуникације, потрошачу пружа стварну могућност да се упозна са садржином одредбе.

Уговорна одредба чију је садржину одредио трговац на начин који наводи да је потрошач пристао на њу, осим ако изричито не нагласи да одредбу није прихватио, не обавезује потрошача. Уколико постоје нејасне уговорне одредбе, њих треба тумачити у корист потрошача.

1.2.2.1. Неправичне уговорне одредбе

Неправична уговорна одредба је у Закону о заштити потрошача (2014) дефинисана као свака одредба уговора која, супротно начелу савесности и поштења, има за последицу значајну несразмеру у правима и обавезама уговорних страна а на штету потрошача.

Неправична је и она уговорна одредба која садржи уговорну обавезу чије извршење оптерећује потрошача без оправданог разлога и које се значајно разликује од онога што је потрошач основано очекивао.¹⁹³

Критеријуми на основу којих се утврђује да ли је одређена уговорна одредба неправична обухватају: (1) природу производа или услуга на које се уговор односи; (2) околности под којима је уговор закључен; (3) остале одредбе истог уговора или другог уговора са којим је уговор у вези и (4) начин на који је постигнута сагласност о садржини уговора и начин на који је, обзиром на захтев јавности, потрошач обавештен о садржини уговора.

Уговорна одредба се сматра неправичном ако има за предмет или последицу искључење или ограничење одговорности трговца за случај смрти или телесних повреда потрошача услед чињења или нечињења трговца, затим ослобађање трговца да изврши односно преузме обавезе које је у његово име или за његов рачун преузео пуномоћник односно налогопримац.

Неправична је и уговорна одредба којом се ограничавају права потрошача да покрене одређени поступак или да употреби одређено правно средство за заштиту својих права, а нарочито наметање обавезе потрошачу да спорове решава пред арбитражом на начин који је у супротности са одредбама Закона о заштити потрошача.¹⁹⁴

Уговорна одредба која прописује пребацивање терета доказа на потрошача у случају када је терет доказивања, у складу са законом на трговцу спада у неправичну. Такође је неправична и одредба у уговору којом се одређује месна надлежност суда ван пребивалишта, односно боравишта потрошача.

Неправичном уговорном одредбом сматра се и одредба на основу које трговац има искључиво право да утврди да ли су испоручена роба или пружене услуге у складу са уговором као и да тумачи уговорне одредбе.

¹⁹³ Члан 43. ЗЗП (2014).

¹⁹⁴ Члан 44. ЗЗП (2014).

У Закону о заштити потрошача су наведене уговорне одредбе за које се претпоставља да су неправичне (ако се не докаже другачије), чији је предмет или последица.¹⁹⁵

- 1) ограничење или искључење права потрошача према трговцу или трећој страни у случају потпуног или делимичног неиспуњења било које уговорне обавезе трговца, укључујући ограничење или искључење права потрошача да пребије потраживање које има према трговцу са потраживањем које трговац има према потрошачу;
- 2) давање овлашћења трговцу да задржи све што је примио од потрошача у случају да потрошач повреди уговорну обавезу или одбије да закључи уговор, ако исто право није гарантовано потрошачу;
- 3) обавезивање потрошача који је повредио уговорну обавезу да трговцу плати накнаду у новчаном износу који значајно премашује износ претрпљене штете;
- 4) право трговца да једнострано раскине уговор у било ком тренутку, ако исто право није гарантовано потрошачу;
- 5) право трговца да једнострано раскине уговор закључен на неодређено време без остављања примереног отказног рока, осим у случају ако потрошач не извршава своје уговорне обавезе;
- 6) прећутно продужење уговора закљученог на одређено време, ако је потребно да потрошач изјави да не пристаје на продужење уговора у року који је непримерено дугачак у односу на рок на који је уговор закључен;
- 7) право трговца да на било који начин повећа уговорену цену, ако није уговорено право потрошача да у том случају раскине уговор;
- 8) обавезивање потрошача да изврши све своје уговорне обавезе у случају да трговац не изврши своје уговорне обавезе у целости;
- 9) давање овлашћења трговцу да пренесе своје уговорне обавезе на треће лице без сагласности потрошача;
- 10) ограничавање права потрошача да препрода робу ограничавањем преносивости гаранције коју је дао трговац;

¹⁹⁵ Члан 45. ЗЗП (2014).

- 11) давање овлашћења трговцу да једнострано мења садржину уговорних одредаба, укључујући обележја робе или услуга;
- 12) једнострана измена уговорних одредаба које су потрошачу саопштене на трајном носачу записа, саопштавањем нових одредаба са којима се потрошач није сагласио путем средстава комуникације на даљину.

1.2.3. Заштита потрошача од производа са недостатком

Одговорност за производе са недостатком регулисана је у осмом поглављу Закона о заштити потрошача (2014) у члановима од 59. до 65. у истоветном тексту као и у претходном Закону о заштити потрошача.

Недостатак на производу постоји ако он не обезбеђује сигурност која се с правом очекује, укључујући оглашавање, његову употребу која се разумно могла очекивати и време када је стављен у промет.

Не сматра се да производ има недостатак само зато што је касније стављен у промет квалитетнији производ.¹⁹⁶ Ова одредба подстиче напоре произвођача за сталним подизањем квалитета производа у циљу повећања конкурентности на тржишту, а да при томе не долази у колизију одговорности за недостатке производа који је раније стављен у промет.

Оштећени има право на накнаду штете ако докаже да је претрпео штету, да је производ имао недостатак и да постоји узрочна веза између тог недостатка и претрпљене штете. Ова одредба је у складу са општим прописима института накнаде штете, с обзиром да је терет доказивања на оштећеном, а предмет доказивања јесте да је претрпео штету због производа са недостатком.

Оштећени има право на накнаду неимовинске штете према општим правилима о одговорности.¹⁹⁷ Произвођач одговара за штету насталу од производа са недостатком без

¹⁹⁶ Члан 59. ЗЗП (2014).

¹⁹⁷ Члан 60. ЗЗП (2014).

обзира на то да ли је знао за недостатак. Он може бити ослобођен од одговорности за штету ако докаже да:¹⁹⁸

- 1) није ставио производ у промет;
- 2) недостатак није постојао у време када је ставио производ у промет или да се појавио касније;
- 3) није произвео производ намењен продаји или другој сврси и стављања у промет и да производ није произведен у оквиру његове делатности;
- 4) недостатак је настао услед усаглашавања својстава производа са обавезујућим прописима надлежних органа.

Произвођач саставног дела производа неће бити одговоран за штету ако докаже да се недостатак може приписати дизајну производа или да је последица упутства датог од стране финалног произвођача. Он се може делимично или потпуно ослободити одговорности за штету ако је оштећени или лице за које је он одговоран својом кривицом допринео настанку штете. Ако је настанку штете делимично допринело треће лице, искључиво је одговоран произвођач. Уколико је више лица одговорно за штету од производа са недостатком, њихова одговорност је солидарна.¹⁹⁹

Потраживање накнаде штете од производа са недостатком застарева у року од три године од дана када је оштећени дознао за штету, недостатак и идентитет произвођача. У сваком случају потраживање застарева за десет година од дана када је произвођач ставио у промет производ с недостатком.²⁰⁰

1.3. Заштита потрошача у Закону о облигационим односима²⁰¹

Пре доношења Закона о облигационим односима на нивоу претходне државе, одговорност за производе није представљала посебан правни проблем.²⁰² Ни у судској

¹⁹⁸ Члан 62. ЗЗП (2014).

¹⁹⁹ Члан 63. ЗЗП (2014).

²⁰⁰ Члан 64. ЗЗП (2014).

²⁰¹ Закон о облигационим односима, *Службени лист* Србије и Црне Горе, 1/2003.

²⁰² Опширније: Пак, Ј. Осигурање од одговорности за штете од производа, *докторска дисертација*. Правни факултет, Београд, 1995. стр. 80-84.

пракси нису забележени значајнији спорови који би и по броју и по висини постављених одштетних захтева привукли пажњу правне теорије и праксе. Разлози изостанка судске праксе се налазе у специфичностима тадашњег друштвено-економског уређења Југославије, које није поклањало дужну пажњу проблемима заштите економских интереса потрошача на начин како је то регулисано у државама тржишне привреде. То не значи да није било случајева штете од неисправних производа. Напротив, забележени су случајеви настанка штете од неисправних производа, нарочито штете од лекова, али оне нису биле надокнађиване нити су осигуравајуће организације осигуравале ризик произвођача од одговорности из делатности.²⁰³

Када се ради о одговорности за материјалне недостатке производа битни су недостаци које је ствар имала у моменту преласка ризика на купца, а код гарантне одговорности продавац је одговоран у току читавог гарантног рока, без обзира кад се недостатак у функционисању производа појавио. Имајући у виду принцип међусобне независности ова два облика одговорности, купац који поседује гарантни лист може да бира основ по ком ће остварити припадајућа права. Ако купац по једном основу није у могућности да се потпуно обештети, може користити право по другом основу.

Код гарантне одговорности ради се о недостатку због којег купљени производ не функционише, односно не испољава своју употребну вредност. У члану 501. Закона о облигационим односима, предвиђено је да кад продавац неке машине, мотора, апарата, или других сличних ствари које спадају у техничку робу, преда купцу гарантни лист којим произвођач гарантује исправно функционисање ствари у току одређеног времена (у току гарантног рока), рачунајући од њене предаје купцу, купац може, ако ствар не функционише исправно, захтевати од продавца односно произвођача да ствар оправи у разумном року или ако то не учини да му уместо ње преда ствар која функционише исправно.

²⁰³ И. Ацин, *Одговорност произвођача за производе с недостатком и заштита потрошача*, оп. цит. стр. 34.

1.4. Заштита потрошача у Закону о оглашавању

Заштита потрошача од преварног оглашавања и рекламирања производа и услуга регулисана је у Закону о оглашавању²⁰⁴ и Правилнику о декларисању, означавању и рекламирању хране.²⁰⁵ Оглашавање је обавештавање преко огласног средства којим се препоручује оглашивач, његова активност, производ, услуга или друга препорука са циљем да је прималац коме је упућена прихвати или користи.²⁰⁶ Оглашавање је такође усмерено и на промоцију неког производа или услуге које неко даје у оквиру свог занимања или пословне делатности.

Закон о оглашавању Републике Србије прописује да је оглашавање слободно при чему оглашивачи морају поштовати следећа начела:²⁰⁷

- 1) истинитости, потпуности и одређености огласне поруке. Огласна порука мора да садржи податке који су поуздани искуством потврђени и у којој нису изостављени подаци од значаја за стицање реалне представе о предмету оглашавања. Ако се огласна порука позива на мишљење одређених научника или стручњака, она мора бити потврђена, документована и проверљива;
- 2) препознатљивости огласне поруке. Она мора бити јасно означена и препознатљива;
- 3) забрана злоупотребе поверења. Огласном поруком не може се злоупотребљавати поверење, однос зависности, или привржености, лаковерност, недостатак искуства или знања и сујевеље прималаца огласне поруке;
- 4) није допуштена дискриминација. Оглашавање не може, непосредно ни посредно да подстиче на дискриминацију по било ком основу, а нарочито по основу расе, боје коже, пола, националне припадности, социјалног порекла, рођења, вероисповести, политичког или другог убеђења, имовинског стања, културе, језика, старости, психичког или физичког инвалидитета;

²⁰⁴ Закон о оглашавању, *Службени гласник Р. Србије*, 79/2005.

²⁰⁵ Правилник о декларисању, означавању и рекламирању хране, Републике Србије.

²⁰⁶ Члан 2. Закона о оглашавању Републике Србије.

²⁰⁷ Закон о оглашавању Републике Србије, Одељак 3. „Начела оглашавања“, *Службени гласник Републике Србије* бр. 79/2005.

- 5) неприхватљивост повреде морала. Огласна порука не може да садржи изјаве или визуелно представљање којима се изазива асоцијација која се у околностима конкретног случаја може сматрати непристојном, а нарочито њен садржај, начин и средства оглашавања, сензибилитет лица којима је упућена, као и врсту оглашивача, активности, производа или услуге која се оглашава;
- б) недопустивост појединачног оглашавања личним обраћањем. Порука не може да се упути појединачно одређеном лицу, ако је оно јасно изразило вољу да му се она не упућује;
- 7) није допуштено оглашавање слањем ненаручене робе, као ни директним обраћањем лицу на јавном месту ако је одређено лице јасно изразило вољу да му се не може обратити и ако такво обраћање није у складу са прописаним условима и начином оглашавања;
- 8) кажњиво је оглашавање слањем огласних порука путем позивних средстава са и без људског посредовања, путем телефакс уређаја или електронских порука, без сагласности примаоца огласне поруке;
- 9) забрана повреде конкуренције стварањем и одржавањем доминантног положаја. Забрањено је одбити објављивање, односно емитовање огласне поруке ако се њеним необјављивањем врши повреда конкуренције, ствара или одржава доминантан положај учесника на тржишту.

Приликом оглашавања и рекламирања, пошиљалац огласне поруке мора да се придржава начела добрих пословних обичаја, лојалне конкуренције и професионалне етике.²⁰⁸ Није допуштено оглашавање које доводи у заблуду или је вероватно да ће довести у заблуду потрошаче којима је упућено па је вероватно да ће због тога оно утицати на његово економско понашање.

Пословни субјекти у пословању храном под чијим се именом храна ставља у промет морају декларисати производ на начин којим се не обмањују потрошачи, а нарочито у погледу:²⁰⁹

²⁰⁸ Члан 4. Закона о оглашавању.

²⁰⁹ Члан 4. Правилника о декларисању, означавању и рекламирању хране Републике Србије.

- 1) карактеристичних особина хране, посебно њене природе, идентитета, својстава, састава, количине, трајности, порекла и начина производње;
- 2) приписивање храни особина и својстава које не поседује и (пре)увеличавања карактеристика хране које поседује и друга храна исте врсте;
- 3) декларисање мора да се врши на начин којим се храни не приписују особине спречавања и лечења болести људи.

С тим у вези, потрошачи се често обавештавају да је скоро свака пета декларација на производима непотпуна или неисправна, а највише пропуста је на млечним производима, безалкохолним пићима и производима за купце са посебним начином исхране.²¹⁰ Препарати који лече болести срца, крвних судова, производи који утичу на регулацију биолошких оксидо-редукционих процеса или јачање имунитета, скидање килограма, продају се на тржишту Србије углавном на основу огласне поруке.

И поред законских одредби о начину на који се врши оглашавање производа и услуга, постоје бројни примери преварног оглашавања. Илустративан пример збуњујућег оглашавања је била реклама чаја од бруснице.²¹¹ У декларацији се наводи да чај садржи 50% цвета хибискуса, 30% дивље јабуке, 15% шипка и 5% ароме бруснице. У Правилнику о декларисању, означавању и рекламирању хране је прописано обавезно навођење количине одређених састојака или категорије састојака у случајевима када се тај састојак или категорија састојака:²¹²

- 1) наводи у називу хране под којим се она ставља у промет или ако такав назив хране крајњег потрошача наводи на тај састојак;
- 2) наглашава речима, сликама или цртежима, или
- 3) сматра битним за особине хране и њено разликовање од друге хране са којом би могла да се замени због свог назива или изгледа.

У наведеном примеру чај стварно има 50% цвета хибискуса, 30% дивље јабуке, 15% шипка и само 5% ароме бруснице. Очигледно није направљена грешка која би утицала на здравље потрошача, јер су састојци јасно истакнути. Направљена је обмана у

²¹⁰ Политика on line, 16.09. 2013.

²¹¹ www.ekapija.com. 13.10.2013.

²¹² Члан 26. Правилника о декларисању, означавању и рекламирању хране Републике Србије.

начину декларисања, обзиром да и цртежима и речима упућује на "чај од бруснице". Исправно би било користити назив "чај са укусом бруснице" или "чај са аромом бруснице".

Поменути Правилник који се примењује од 5. октобра 2012. године, прописује обавезу навођења података о састојцима производа у декларацији, означавању и рекламирању упаковане и неупаковане хране. Потрошачу се мора обезбедити право на исправну и необмањујућу информацију о храни која се користи у исхрани као и да се обезбеди јасно и читљиво декларисање, односно означавање хране.

Правилник регулише обавезу произвођача у погледу нутритивног декларисања, на усклађеност са директивама Европске уније у вези навођења хемијских извора витамина и минерала у списку састојака, на величину слова, на јасну формулацију алергенске изјаве и њену читљивост, на велики број упозорења која морају стајати на амбалажи производа који садржи нпр. кофеин, биљне стероле, ацесулфан и друго.

Обмањујућа реклама постоји и у случају рекламирања минералне воде као лека којим се купци доводе у заблуду.²¹³ Реч је о минералној води "Мивела" која се рекламира и као вода с лековитим својствима. У прилог потврђивања лековитости је наведено и наводно истраживање Удружења за срчану слабост Србије у којем се наводи да особе које су је пиле имају знатно нижу стопу оболевања од кардиоваскуларних болести и знатно мање оболевају од шећерне болести и уринарних калкулоза.

О лековитом дејству и својствима магнезијума на које се позива компанија која продаје минералну воду "Мивела", опште је познато потрошачима, али магнезијума има и у другим минералним водама које се могу наћи на тржишту. Оглашивачи морају доставити доказе на основу којих клиничких испитивања тврде да минерална вода "Мивела" коју рекламирају с препоруком Удружења за срчану слабост Србије ублажава срчане сметње и има позитивно дејство на кардиоваскуларни систем. Да би се минерална вода "Мивела" продавала као лековита, неопходна су стручна клиничка истраживања у дужем временском периоду, да се тачно зна колики је узорак тестиран и када. Без тих

²¹³ *Информер*, 15. 03. 2013. стр. 9.

истраживања и потврде о лековитости минералне воде, оглашивачи доводе у заблуду потрошаче о здравственој корисности пијења минералне воде „Мивела“.

Интересантан је и случај рекламирања паштете као лека за срце.²¹⁴ Произвођач “царске паштете” компанија Рибарско газдинство „Ечка“ рекламира обичну рибљу паштету као лек за срце, поруком “за ваше здраво срце”. Без доказа о дејству и утицају “царске паштете” на рад срца, рекламом се обмањују потрошачи стварањем утиска да ће користећи у исхрани “царску паштету” излечити неко срчано обољење.

Истинити подаци у декларацијама важни су нарочито код прехранбених производа који садрже генетски модификоване организме како би потрошачи могли одлучити желе ли такав производ у исхрани или не. Потпуне информације о прехранбеним производима су неопходне за категорију потрошача алергичних на поједине састојке производа. Они морају имати могућност избора и избегавања коришћења у исхрани штетних производа по њихово здравље.

На тржишту Србије уочљиве су и преварне радње у вези са производњом црног хлеба. Произвођачи (пекари) свој хлеб декларишу као црни, а у ствари продају обојени хлеб. На тржишту постоје обојене смеше које се додају белом брашну и хлебу дају црну боју. Потрошачи се доводе у заблуду у уверењу да купују “здравији” црни хлеб.²¹⁵

Лице чије је право односно интерес повређен или угрожен огласном поруком, има право на заштиту коју остварује тужбом код надлежног суда (члан 101. Закона о оглашавању). Ово право веома тешко остварује појединачни потрошач. Али то право имају и организације за заштиту потрошача, професионална удружења, као и коморе, међутим они у пракси нису остварили запажене резултате у погледу заштите потрошача.

У декларацији потрошачи треба да добију основне информације о производу који намеравају купити или су купили. Она треба да садржи следеће податке: произвођачки назив производа, име под којим се он продаје, тип и модел и ознаку мере (ако је то његово битно обележје); датум производње и рок употребе (ако је то прописано - што је изузетно важно за прехранбене производе); за увозне производе назив и седиште увозника (потпуну адресу) и земљу порекла; упозорење о могућој опасности при употреби (ако

²¹⁴ *Информер*, 23. 12. 2013. стр. 6.

²¹⁵ *Блиц*, 3. 9. 2013. стр. 11.

таква опасност постоји). У декларацији се обавезно наводе подаци о састојцима делова и додатака (нарочито ако постоје преобликована својства у складу с посебним прописима) и изјава произвођача о усклађености производа с прописаним условима (ако услови постоје).

Сви подаци из декларације морају бити истинити, јасни, видљиви, читљиви и написани на српском језику, што не искључује могућност истовремене употребе и других језика и знакова лако разумљивих потрошачу. За податке из декларације на увозним производима одговоран је увозник.

Постоје и примери изношења непотврђених сумњи о штетности производа по здравље потрошача. Својевремено је по налогу Државног здравственог инспектората Словеније, а на основу анализе Словеначког института здравствене безбедности, повучен из свих словеначких продавница популарни „Јафа кекс“ производ компаније „Јафа“ из Црвенке. Словеначки институт за здравствену безбедност је наводно утврдио да амбалажа производа „јафа кекс“ компаније „Јафа“ из Црвенке садржи штетне материје високе вредности УВ филтера и то бензофенона и 4-метил бензофенона који због своје лаке испарљивости могу продрети кроз целофан у кекс.²¹⁶

Компанија „Јафа“ из Црвенке је била приморана да обустави пласман својих производа на тржиште Словеније и Хрватске. У међувремену Европске здравствене институције нису поуздано утврдиле штетност спорних лакова који се користе на амбалажи. У закључцима ових институција потпуно су елиминисани присуство дискутабилних супстанци у производњи амбалаже, тако да су производи ове компаније (након извесног застоја) поново пласирани на тржиште Словеније и Хрватске.

Интересантан је и случај са „чудотворним“ наруквицама „пауер баланс“ (Power Balance)²¹⁷ компаније Алибаба Група из Хонг Конга (Alibaba Group, Hong Kong). Оне су рекламиране да повећавају снагу и издржљивост, поспешују психофизичке способности, повећавају имунитет организма и због тога су веома потребне спортистима и рекреативцима, руководиоцима и менаџерима, лицима која обављају стресне послове, студентима и ђацима. У рекламирању продаје у Србији потрошачи су убеђивани да је за

²¹⁶ *Политика*, 18. 03. 2011.

²¹⁷ *Политика*, 24. 11. 2011.

овим производима “полудео цео свет”, да су наруквице “пауер баланс” апсолутни светски хит. Након пресуде Аустралијског суда о недоказаним рекламираним дејствима наруквице “пауер баланс”, компанија Алибаба Група из Хонг Конга је признала да нема поузданих научних доказа који поткрепљују тврдње у реклами, и понудила је повраћај новца незадовољним купцима.

1.5. Заштита потрошача у Закону о општој безбедности производа

Закон о општој безбедности производа (даљем тексту ЗОБП)²¹⁸ регулише проблематику опште безбедности производа који се стављају на тржиште, критеријуме за оцењивање усаглашености производа са општим захтевом за безбедност, обавезе произвођача и дистрибутера, услове и начине информисања и размене информација у вези са ризицима које производ представља за здравље и безбедност потрошача и других корисника.

Безбедан производ јесте сваки производ који, под редовним или разумно предвидљивим условима употребе, укључујући период у коме се производ употребљава, као и пуштање у рад, инсталирање и захтеве у погледу одржавања, када је то потребно, не представља никакав ризик или представља минималан ризик који је примерен употреби производа и који се сматра прихватљивим.

При оцени да ли је безбедан производ усклађен са високим нивоом заштите безбедности и здравља потрошача и других корисника, узимају се у обзир:²¹⁹

- 1) својства производа, укључујући његов састав, паковање односно амбалажу, упутство за склапање, инсталирање и одржавање када је то потребно;
- 2) утицај на друге производе, у случају када се може разумно предвидети да ће се употребљавати са другим производима;

²¹⁸ Закон о општој безбедности производа, *Службени гласник* Републике Србије, 41/2009, од 29. 5. 2009. године.

²¹⁹ Члан 4. Закона о општој безбедности производа.

- 3) представљање производа у смислу његовог показивања, означавања, упозорења и упутства за његову употребу и одлагање, смештај или уништење после употребе, као и било које друге ознаке или обавештења о производу:
- 4) категорије потрошача и других корисника који су изложени ризику када употребљавају одређени производ, посебно деца и старија лица.

Закон о општој безбедности производа у члану 6. прописује забрану производње, увоза, извоза или стављање на тржиште посебне врсте опасних производа – обмањујућих производа. То су производи који својим изгледом, обликом, величином, бојом, мирисом, паковањем, односно амбалажом, ознаком, количином или на други начин подсећају на прехранбене производе, а да то нису. Постоји знатна вероватноћа да их потрошачи, посебно деца, употребе као прехранбене производе што би могло да представља опасност по њихово здравље или живот због хемикалија или гушења (на пример, миришљаве гумице, жвакаће гуме у облику цигарета и сл.).

Европска економска заједница је 1987. године, донела Директиву о обмањујућим производима који изгледају као да не угрожавају здравље и безбедност потрошача, али због опасности које они могу представљати, пре свега, по живот и здравље деце, забрањена је њихова производња и пласман на тржиште држава чланица Европске уније и извоз таквих производа у треће земље.²²⁰

Национални систем брзе размене информација о опасним производима (RAPEX) има за циљ обавештавање надлежних органа о постојању тих производа на тржишту и њиховим штетним последицама при употреби. Истовремено се обавештавају произвођачи и дистрибутери о активностима или мерама које се предузимају или препоручују, у циљу отклањања, односно смањења ризика у коришћењу тих производа.

Произвођач је дужан да ставља на тржиште искључиво безбедне производе.²²¹ Према одредбама члана 10. Закона о општој безбедности производа, произвођач је такође дужан да, у границама делатности коју обавља, пружа потребне информације потрошачима и другим корисницима које ће им омогућити да процене ризик који

²²⁰ Council Directive 87/357/EEC of 25 June 1987 on the approximations of the law of the member states concerning products which appearing to be other than they are endanger the health or safety of consumers, OJL 192, 11.07.1987, pp. 49-56.

²²¹ Члан 5. ЗОБП.

производ може да представља током периода његове употребе који одређује произвођач или разумно предвидивог периода употребе, ако такав ризик није очигледан без одговарајућег упозорења и које ће им омогућити предузимање одговарајућих мере предострожности у односу на такав ризик.

Повлачења производа са тржишта представља меру предострожности коју самоиницијативно предузима произвођач или по налогу надлежног органа као крајњу меру ако се процени да друге мере нису довољне за отклањање, односно смањење ризика. Повлачење производа са тржишта обухвата и мере које имају за циљ трајни или привремени повраћај опасног производа од потрошача или других корисника којима је произвођач или дистрибутер већ испоручио или учинио доступним производ.

1.6. Заштита колективног интереса потрошача

Заштита колективног интереса потрошача је по први пут уведена у Закон о заштити потрошача 2014. године. Посебан управни поступак за колективну заштиту потрошача води Министарство трговине, туризма и телекомуникација. Циљ ових поступака је да се спрече све оне ситуације које појединачно погађају потрошаче. Ако Министарство вршећи надзор над спровођењем закона уочи неко чињење или нечињење трговца које угрожава или прети да угрози колективни интерес потрошача оно покреће по службеној дужности поступак утврђивања постојања повреде колективног интереса потрошача.²²²

Поступак утврђивања повреде покреће се и по захтеву евидентираних удружења за заштиту потрошача. Својство странке у поступку има трговац против кога је поступак покренут и евидентирано удружење.

О покретању управног поступка доноси се закључак против кога није дозвољена посебна жалба. Лице против кога је поступак покренут обавештава се о томе и позива да

²²² Колективни интерес потрошача је повређен када се 1) најмање десеторици потрошача истоветном радњом, на истоветан начин, од стране истог лица повређује право које им је загарантовано Законом, односно када се повређују права укупном броју потрошача који је мањи од десет ако надлежни орган утврди да је дошло до повреде колективног интереса потрошача, или 2) у случају непоштене пословне праксе, односно неправичних одредби у потрошачким уговорима када трговци неправичном пословном праксом обмањују потрошаче (члан 145. ЗЗП (2014)).

се изјасни у року од петнаест дана од пријема обавештења. У одговору оно може дати предлог обавеза које је спремно предузети ради отклањања повреде закона уз навођење услова и рокова за њихово предузимање.²²³ У том случају Министарство прекида поступак који траје најдуже три месеца. Уколико Министарство утврди да странка не извршава радње на које се обавезала поступак се наставља. У супротном поступак се обуставља.

Ако је утврђено да постоји повреда колективног интереса потрошача, Министарство доноси решење којим се одређује мера заштите и налаже се трговцу да прекине са кршењем било које одредбе Закона или другог прописа којима се угрожава колективни интерес потрошача и уздржи се од тога убудуће. Трговцу се налаже да отклони утврђену неправилност и престане са непоштеном пословном праксом. Забрањује му се такво или слично поступање убудуће и да без одлагања обустави уговарање неправичних уговорних одредби.²²⁴

Трговац је у обавези да поступи по решењу и у одређеном року извести Министарство о спровођењу изречене мере. Надлежни инспектор у надзору проверава да ли је извршена изречена мера и уколико није, подноси захтев надлежном министарству да покрене прекршајни поступак. Ако надлежно министарство утврди да је дошло до повреде колективног интереса потрошача, подноси захтев за покретање прекршајног поступка надлежном органу за прекршаје.

1.7. Потрошачки приговори и вансудско решавање потрошачких спорова

Решавање потрошачког спора у институцијама вансудског решавања у значајној мери је реформисано у Закону о заштити потрошача (2014) у односу на претходни Закон. По старом Закону потрошачи нису успевали да остваре своја права, обзиром да институције за вансудско решавање нису биле спремне да адекватно решавају ову врсту спорова. Због тога се потрошачки спор најчешће решавао у парничком поступку који је био дуг и скуп. Иако су потрошачи у овим споровима са трговцима били формалноправно једнаке стране,

²²³ Члан 149. ЗЗП (2014).

²²⁴ Члан 150. ЗЗП (2014).

они су ипак били у неравноправном положају у односу на трговца због слабијег материјалног стања и оскуднијег нивоа правног знања у односу на трговца.

Новим Законом о заштити потрошача се успоставља редефинисан концепт вансудског решавања потрошачких спорова на једноставнији, непристрасан, транспарентан, делотворан, брз, правичан и економичнији начин. Потрошачки спор је у Закону дефинисан као сваки спор који произлази из уговорног односа потрошача и трговца. Вансудско решавање ових спорова не примењује се у случајевима по процедурама које је установио сам трговац, у случају непосредних преговора између потрошача и трговца и приликом настојања судија да спор у току судског поступка реше мирешем страна. Овај метод решавања потрошачког спора не примењује се и у случајевима ако је трговац покренуо поступак против потрошача и када вредност потрошачког спора прелази износ од 500.000 динара.²²⁵

За функционисање вансудског решавања потрошачких спорова одговорно је надлежно министарство. Оно сачињава листу тела за вансудско решавање потрошачких спорова у складу са условима прописаним Законом о заштити потрошача. Информације о телима за вансудско решавање потрошачких спорова јавно се објављују и садрже:²²⁶

- 1) назив, седиште, адресу и интернет адресу свих тела за вансудско решавање потрошачких спорова;
- 2) податке о њиховом унутрашњем уређењу и начину финансирања, укључујући и податке о физичким лицима која су задужена за решавање спорова, њиховом професионалном искуству, накнади и од стране кога су ангажовани;
- 3) пословник о раду;
- 4) просечну дужину трајања спора;
- 5) језик, односно језике на којима се може поднети приговор и спроводити поступак;
- 6) врсте потрошачких спорова које су обухваћене процедуром;
- 7) разлоге због којих тело може да одбије вансудско решавање потрошачког спора.

²²⁵ Члан 143. ЗЗП (2014).

²²⁶ Члан 142. ЗЗП (2014).

Једном годишње министарство надлежно за послове заштите потрошача објављује за претходну годину извештај о примљеним захтевима за покретање спора. Уколико тела за вансудско решавање потрошачког спора престану да испуњавају прописане услове, јавно не објаве и не доставе одговарајући извештај биће брисана са листе тела за вансудско решавање спорова.

Покретање и вођење поступка вансудског решавања потрошачког спора, не искључује нити утиче на остваривање права на судску заштиту. У поступку пред судом у потрошачком спору судска такса се плаћа за тужбу само у случајевима ако вредност спора прелази износ од 500.000 динара.²²⁷ Укидањем таксе на тужбу у потрошачком спору вредности предмета спора до износа од 500.000 динара омогућује потрошачу лакши и једноставнији приступ остваривању права предвиђених у Закону о заштити потрошача.

2. Политика заштите права потрошача у Републици Србији

Политика заштите права потрошача у Републици Србији, полази од основних права потрошача која су својевремено утврђена у Смерницама Резолуције Генералне скупштине Уједињених нација из 1985. године.²²⁸ Наведена Резолуција подстакла је многе државе на доношење националних закона о заштити потрошача. Према Закону о заштити потрошача основна права потрошача у Србији су право на:²²⁹

- 1) задовољење основних потреба - доступност најнужнијих производа и услуга (као што су храна, одећа, обућа, стамбени простор, здравствена заштита, образовање и хигијена);
- 2) безбедност - заштита од производа и услуга које су опасне по живот, здравље, имовину или животну средину или производа чије је поседовање или употреба забрањена (појачани захтеви безбедности односе се нарочито на прехранбене

²²⁷ Члан 140. ЗЗП (2014).

²²⁸ *Consumer protection: Guidelines for Consumer Protection* – General Assembly Resolution 39//248, April, 9, 1985. Том приликом су усвојена основна права: право на задовољење основних потреба; право на безбедност; право на информисаност; право избора; право да се чује глас потрошача; право на обештећење; право на образовање потрошача; и право на здраву и одрживу животну средину.

²²⁹ Члан 2. ЗЗП (2014).

- производе, лекове, козметичке препарате, дечје играчке и друге производе намењене широкој потрошњи);
- 3) обавештеност - располагање тачним подацима који су неопходни за разуман избор понуђених производа и услуга;
 - 4) избор - могућност избора између више производа и услуга, по приступачним ценама и уз одговарајући квалитет;
 - 5) учешће - заступљеност интереса потрошача у процесу доношења и спровођења политике владе у области заштите потрошача;
 - б) правну заштиту – заштита права потрошача у законом предвиђеном поступку у случају повреде његовог права и накнада материјалне и нематеријалне штете коју му причини трговац;
 - 7) образовање – стицање основних знања и вештина неопходних за правилан и поуздан избор производа и услуга, као и знање о основним правима и дужностима потрошача и начину њиховог остваривања;
 - 8) здраву и одрживу животну средину – живот и рад у средини која није штетна за здравље и добробит садашње и будућих генерација, правовремено и потпуно информисање о стању животне средине.

Заштита права потрошача у Србији је један од приоритетних циљева у процесу комплетирања институционалног и правног амбијента тржишне привреде. Права потрошача су део система узајамних дужности и овлашћења свих учесника на тржишту, и због тога представљају и интерес других учесника, пре свега произвођача. Пошто су стандарди у вези са правима потрошача један од стубова правног поретка тржишне привреде, јавила се потреба за прописивањем правних одредби које прокламују поштовање читавог сета основних људских права. Међу њима значајно место има скуп норми којима је циљ обезбеђивање ефикасне хармонизације права заштите потрошача и захтеви за уједначавањем ових стандарда. Политика заштите права потрошача у Србији углавном прати достигнућа Европске уније из ове области.

Имајући у виду да Република Србија није формално везана правом Европске уније, она има већу слободу у погледу временског оквира за имплементацију директива

Европске уније. Европска унија поставља захтеве само у погледу доњег прага стандарда заштите.

Право заштите потрошача је скуп правне тековине у Европској унији (*acquis communautaire*) која се стално и брже повећава од већине других области. Поред питања политике заштите права потрошача у односу на неправичну пословну праксу и у остваривању права из уговора који садржи неправичне уговорне одредбе, активности су усмерене и на проблематику заштите њихових права у односу на накнаду штете од производа с недостатком.

3. Стратегија и институционални оквир за заштиту потрошача

Према последњем Закону о заштити потрошача носиоци заштите су: Народна скупштина, Влада, Министарство за трговину, туризам и телекомуникације, Национални савет за заштиту потрошача, друга министарства и регулаторна тела која имају законом утврђене надлежности у овој области, органи аутономне покрајине и локалне самоуправе, као и удружења и савези. Према овом Закону привредне и професионалне коморе оснивају се пре свега ради заштите права трговаца у области трговине.²³⁰

3.1. Министарство за трговину, туризам и телекомуникације

Министарство за трговину, туризам и телекомуникације је једна од најважнијих институција надлежна за заштиту потрошача. У Одељењу Министарства обављају се послови који се односе на утврђивање и остваривање политике и њихове заштите, доношење националног и годишњег програма, праћење њиховог спровођења и предлагање системских решења и мера у циљу креирања и спровођења ове политике. У Одељењу се врше припреме и предлагање законске регулативе из ове области, праћење примене прописа којима се уређује ова област и давање стручних мишљења о њиховој примени.

²³⁰ У Закону о заштити потрошача (2010) носиоци заштите потрошача у Србији су били Министарство, и други органи и организације у оквиру своје надлежности, удружења и савези удружења, привредне и професионалне коморе.

Министарство у оквиру Одељења спроводи активности у вези прилагођавања националног законодавства са законодавством Европске уније из области заштите потрошача, учествовање у припреми програма и пројеката међународне помоћи. У Одељењу се обављају и стручни послови везани за рад Националног савета, унапређења сарадње са удружењима за заштиту потрошача, учествовање у раду међуресорних радних група и других тела по питању остваривања њихових права. Министарство остварује сарадњу са националним и међународним институцијама и организацијама потрошача, подстиче спровођење образовних и информативних активности усмерених на подизање нивоа знања и свести потрошача и трговаца о значају политике заштите потрошача.²³¹

У Одељењу за заштиту потрошача установљене су две уже јединице: 1) Одсек за развој политике заштите потрошача и 2) Група за едукацију и сарадњу у области заштите потрошача. Ове јединице обављају послове који се односе на предлагање и спровођење мера у циљу подизања општег нивоа знања о заштити права потрошача и начина њиховог образовања. У овим јединицама се врше анализе и предлажу мере за унапређење сарадње у овој области са владиним и невладиним организацијама и битним институцијама на локалном, регионалном и међународном нивоу.

3.2. Национални савет за заштиту потрошача

Национални савет за заштиту потрошача образује Влада Републике Србије.²³² Савет чине представници Министарства трговине, туризма и телекомуникација и других државних органа и носилаца јавних овлашћења, евидентираних удружења и савеза, привредних и професионалних комора и независни стручњаци из области заштите потрошача. Једну трећину од укупног броја чланова Савета чине представници евидентираних удружења и савеза.

Савет је основан у циљу унапређења политике заштите потрошача. Он припрема анализе и указује на недостатке система, учествује у изради стратегије њихове заштите, обавештава јавност и извештава Владу о питањима од значаја за ову област.

²³¹ Члан 126. ЗЗП (2014).

²³² Члан 127. ЗЗП (2014).

У одељењу за заштиту потрошача Националног савета обављају се послови који се односе на утврђивање и остваривање политике у области њихове заштите, као што су доношење националног и годишњег програма, праћење њиховог спровођења и предлагање системских решења и мера у циљу спровођења те политике, праћење примене прописа којима се уређује ова област, и спровођење активности у вези са прилагођавањем националног законодавства са законодавством Европске уније из ове области.

3.3. Органи аутономне покрајине и јединице локалне самоуправе у функцији унапређења заштите потрошача

Улога локалне самоуправе у активностима заштите потрошача по први пут је дефинисана Законом о заштити потрошача (2014).²³³ Законом је прописано да органи аутономне покрајине и јединице локалне самоуправе предузимају активности из своје надлежности у циљу унапређења заштите потрошача, нарочито да подржавају активности удружења и савеза у погледу обезбеђивања финансијских средстава, одговарајућих просторија и осталих неопходних услова за рад, у складу са прописима о финансирању програма од јавног интереса које реализују удружења. Они подстичу и подржавају активности усмерене на заштиту потрошача, посебно на њиховом информисању и образовању, учешћу њихових представника у свим телима која на покрајинском и локалном нивоу доносе одлуке у областима од значаја за потрошаче.

Локална самоуправа планира и спроводи активности у овој области на својој територији у складу са Стратегијом политике заштите потрошача Републике Србије. Она подржава оснивање и рад тела за вансудско решавање потрошачких спорова на својој територији.

Органи аутономне покрајине и јединице локалне самоуправе достављају годишњи извештај Министарству за трговину, туризам и телекомуникације о спроведеним активностима у вези заштите потрошача, најкасније до 15. марта сваке године за претходну календарску годину. Значајну улогу у остваривању њихових права има

²³³ Члан 129. ЗЗП (2014).

Национални савет за заштиту потрошача. Он предлаже мере и активности у циљу унапређења њихових права, даје мишљења и препоруке и обавештава јавност о значајним питањима из ове области.

3.4. Удружења и савези

Удружења и савези су основани у складу са законом којим се уређује оснивање и правни положај удружења, чија је област остваривање заштите потрошача.²³⁴ Удружења и савези су непрофитабилне и независне институције, посебно у односу на трговце и политичке странке. Лице на руководећем положају у удружењу, односно савезу не може бити запослено у државном органу или регулаторном телу, односно у органу аутономне покрајине или органу јединице локалне самоуправе који се баве пословима заштите потрошача. Ова лица не могу бити ни чланови надзорног одбора код трговаца или њихових удружења као и на руководећем положају у политичкој странци.

Удружења и савези обављају своје активности у складу са законом и њиховим статутом. Она обухватају информисање, образовање, саветовање и пружање правне помоћи потрошачима у остваривању њихових права. Врше примање, евидентирање и поступање по приговорима потрошача. Спровode независна испитивања и упоредне анализе квалитета роба и услуга и јавно објављују добијене резултате.

Министарство успоставља и води Евиденцију удружења и савеза (у даљем тексту: Евиденција).²³⁵ За упис удружења односно савеза у Евиденцију, потребно је приложити доказе да је њихова претежна делатност

²³⁴ Члан 130. ЗЗП (2014).

²³⁵ Евидентирана удружења: Организација потрошача Србије, Центар за заштиту потрошача Србије „Форум“, Центар потрошача Србије (ЦЕП), Удружење за заштиту потрошача Војводине, Удружење потрошача Кикинде, Градска организација потрошача Лесковац, Организација потрошача Крагујевца, Национална организација потрошача Србије (НОПС), Општинска организација потрошача Власотинце, Организација потрошача Крушевца, Асоцијација потрошача Србије (АПОС), Центар за едукацију и заштиту потрошача Рума, Центар за заштиту потрошача Сента, Центар потрошача Горњи Милановац, Центар потрошача Панчево, Центар потрошача Земун, Центар за едукацију и заштиту потрошача Сремска Митровица, Градска организација потрошача Ниш, Центар за едукацију и заштиту потрошача Ковачица, Центар за едукацију и заштиту потрошача Алибунар, Организација потрошача Ваљево, Центар потрошача Опово, Удружење Банкарских—Клијената EFECTIVA, Организација потрошача Топола-Опленац, Центар за нову политику, Организација потрошача Храм, Покрет потрошача Нови Сад,

остваривање циљева заштите потрошача и да се у тој области активно баве најмање три године. Морају имати оспособљене кадрове, материјалне и техничке капацитете за обављање делатности у овој области.²³⁶

За упис савеза у Евиденцију неопходно је да савез чине најмање три удружења. Приликом утврђивања испуњености услова за упис у Евиденцију, Савет потрошача даје мишљење Министарству за трговину, туризам и телекомуникације у поступку уписа.

Удружења односно савези који су уписани у Евиденцију имају право да:

- 1) конкуришу са програмом од јавног интереса за подстицајна средстава Министарства за трговину, туризам и телекомуникације;
- 2) покрећу поступке за заштиту колективног интереса потрошача;
- 3) заступају интересе потрошача у судским и вансудским поступцима;
- 4) заступају интересе потрошача у консултативним телима у области заштите потрошача на националном, регионалном и локалном нивоу;
- 5) учествују у раду радних група за припрему прописа и стратешких докумената којима се уређују права потрошача
- 6) приступају коришћењу Националног регистра потрошачких приговора, у циљу евидентирања и поступања по приговорима потрошача;
- 7) учествују у раду Савета потрошача.

Активности евидентираних удружења односно савеза се финансирају или суфинансирају из буџета Републике Србије у складу са законом, Стратегијом и Планом рада Владе. Она могу користити средства и из других извора. О томе су дужна да обавесте Министарство за трговину, туризам и телекомуникације у року од тридесет дана од њиховог добијања. Удружења, односно савези не могу примати новчана и друга средства, ствари, права и услуге, осим поклона мање вредности, укључујући сваки облик донација и бесповратне помоћи, од физичких и правних лица с којима постоји сукоб интереса. Забрана се не односи у на пружање услуга уз накнаду (обука и сл.), у складу са законом и статутом удружења, односно савеза.

Покрет потрошача Војводине, Републичка унија потрошача, Центар за едукацију и заштиту потрошача
Планиште, Удружење Народни парламент (www.zastitapotrosaca.gov.rs.evidentirana-udruzenja.php).

²³⁶ Члан 130. ЗЗП (2014).

Сукоб интереса постоји и у случају ако лице у својству представника органа или члана органа удружења, односно савеза, има приватни, пословни или други интерес који утиче, односно може да утиче на поступање лица у наведеном својству на начин који може да угрози независност удружења, односно савеза у остваривању циљева за које је основан.

Евидентирана удружења, односно савези дужни су да доставе Министарству за трговину, туризам и телекомуникације финансијски извештај о активностима финансираним у складу са Законом о заштити потрошача до 31. марта текуће године за претходну годину. Министарство те извештаје објављује на својој интернет страници.

Уколико удружења, односно савези не испуњавају обавезе из члана 130. Закона о заштити потрошача (2014) бришу се из Евиденције. Приликом утврђивања испуњености услова надлежно министарство је дужно да затражи од Савета потрошача мишљење о испуњености услова за брисање из Евиденције пре него што отпочне поступак брисања из Евиденције.

3.5. Савет потрошача

Савет потрошача је нови институционални оквир за заштиту потрошача предвиђен у Закону о заштити потрошача (2014). Савет чине представници свих удружења односно савеза који су уписани у Евиденцију удружења и савеза коју води надлежно министарство. Савет потрошача усаглашава ставове удружења односно савеза о важним питањима за потрошаче и предлаже представнике удружења односно савеза у Национални савет и друге органе. Он доноси Етички кодекс удружења односно савеза, прати његово спровођење и даје мишљење Министарству у поступку њиховог уписа и брисања из Евиденције.

3.6. Надзор над спровођењем Закона о заштити потрошача

У Закону о заштити потрошача (2010) надлежност за његово спровођење није била јасно одређена. Законом (2014) и донетим прописима на основу њега одређено је да

министарства, преко надлежних инспектора врше *ex officio* инспекцијски надзор у одговарајућој области. Пријаве повреде закона, односно друге информације, дојаве, поднесци и захтеви поднети ради предузимања инспекцијског надзора имају дејство иницијативе за покретање поступка а подносиоци тих иницијатива немају својство странке у поступку.²³⁷ У случају утврђивања повреде закона инспектор налаже трговцу односно продавцу рок у којем је дужан да отклони утврђену неправилност. Ако трговац, односно продавац не поступи по налогу инспектора, он ће решењем изрећи меру привремене забране промета робе, односно вршење услуге на коју се мера односи.

Поред надлежних министарстава надзор над спровођењем прописа у области заштите потрошача и предузимању радњи прописаних овим законом и другим прописима врше и органи државне управе и аутономне покрајине и јединице локалне самоуправе у делокругу обављања својих послова.

Поступак у вршењу инспекцијског надзора врши се у складу са одредбама Закона о заштити потрошача (2014).²³⁸

4. Национални програм заштите потрошача Републике Србије за период од 2007. до 2012. године

Национални програм заштите потрошача Републике Србије (у даљем тексту Програм)²³⁹ за период од 2007. до 2012. године, садржи развој система заштите потрошача, оцену стања у тој области, субјекте заштите, циљеве и задатке носилаца система заштите потрошача и финансијска средства за остваривање Националног програма заштите потрошача.

Основни циљ Програма је остваривање и афирмација заштите права и интереса потрошача, стварање нових институција и успостављање партнерске сарадње учесника у остваривању, заштити и развоју права потрошача. Обавеза је Републике Србије да

²³⁷ Члан 158. ЗЗП (2014).

²³⁸ чл. од 155. до 158. ЗЗП (2014).

²³⁹ Уредба о утврђивању националног програма заштите потрошача за период од 2007. до 2012. године, *Службени гласник РС* 11/2007. стр. 1-54.

усагласи своје законодавство са законодавством Европске уније и да угради целокупни садржај *acquis communautaire* Европске уније који се односи на ову област у свој законодавни систем.

Програмом се предвиђа даљи развој активне политике заштите потрошача, већа информисаност, развој независних организација потрошача, и стварање институционалних претпоставки за ефикасно функционисање тржишне привреде.

У Програму се истиче да је информисаност потрошача важан услов за доношење њихове рационалне одлуке. Информисаност обухвата две групе послова. Прва група обухвата послове којима се постиже њихова информисаност о конкретном производу, (истицањем његових својстава, етикета, упутства за употребу, упозорење и сл.). Друга група обухвата обавезу државе да подстиче информисаност и образовање о основним правима заштите потрошача и начину како се она могу остваривати.

Заговара се оснивање комплексног институционалног система заштите потрошача, који почива на идеји превентивне сарадње. Инсистирање на потпуној самосталности и приватноправном карактеру организација потрошача не значи једнострану оријентацију ка стварању паралелног система приватноправних или потрошачких организација које ће вршити притисак или се супротстављати надлежним државним органима, већ корак ка успостављању једног мешовитог система у којем ће ове две стране усклађивати и свакодневно координирати своје активности. Организације потрошача не треба државне службе да сматрају својим супарником. Мешовити систем има и ту предност што је у њему лакше укључивање и трећих лица, међународних организација, па чак и компанија (домаћих и страних) које желе да следе политику друштвене одговорности и саме допринесу развоју тржишне структуре и заштити права потрошача у њој.

Програм обухвата и скуп захтева који се односе на унапређивање механизма за спровођења закона, тј. остваривања ефикасне правне заштите потрошача. Упоредно искуство је показало да између државног механизма за спровођење закона, тј. државних органа, органа аутономне покрајине и органа јединица локалних самоуправа и аутономних потрошачких организација не постоји нужно онај ниво сарадње који је пожељан. Један од непосредних и најважнијих приоритета је потреба изградње модела у којем би се државни органи и организације потрошача које представљају потрошаче, институционално

повезале кроз саветодавне центре и своју активност усмериле у спровођењу Закона о заштити потрошача.

Пораст ефикасности заштите је опредељен циљем, а то су подизање квалитета производа и његове безбедности. Запажено је присуство, на тржишту Србије, производа који немају декларисани квалитет, порекло или друга својства која се од њих нормално очекују (најчешће је реч о производима анонимних произвођача који се доносе на тржиште полулегалним каналима и тако угрожавају не само интерес грађана, него и свих савесних учесника на тржишту). Присуство таквих производа на нашем тржишту је неприхватљиво, чак и онда када појединачни потрошач налази интерес за такву куповину.

У складу са обавезама које има Република Србија из Споразума о стабилизацији и придруживању са Европском унијом, већина захтева који се тичу заштите потрошача треба да се реализују преузимањем одредаба одговарајућих директива Европске уније и њиховом имплементацијом у национално законодавство Србије.

Део Програма који се односи на субјекте политике заштите потрошача, показује да је потребно истовремено реконструисати и систем тржишног надзора, који је у надлежности државних органа, као и прописа којима се та надлежност опредељује. Суштина промена система тржишног надзора је у минимизирању ризика и накнадног реаговања инспекцијских и других служби. Потребно је такође проширити скуп производа чији се квалитет и безбедност претходно утврђује, обзиром да велики број производа на нашем тржишту нема квалитетне доказе о својствима, а истовремено не постоји ни превентивна надлежност одговарајућих инспекција. За велики број производа недостаје тржишни надзор због непостојања или колизије норми односно недостатка средстава за извођење истраживачких радњи. Инспекцијске службе недовољно учествују у међународној размени информација о опасним или штетним производима, односно компанијама које примењују неправичну пословну праксу на штету потрошача.

Један од приоритета који проистичу из Програма је изградња система за добијање потпуних и детаљних информација о свим производима или услугама које се налазе на тржиштима држава чланица Европске уније, а које су предмет посебне пажње овлашћених органа или других субјеката политике заштите потрошача.

У Програму се указује на недостатке постојећег система заштите у остваривању права заштите потрошача, посебно у вези са судском, а нарочито вансудском заштитом. Не постоје одговарајући процесноправни прописи који би потрошачима олакшали положај као странкама у поступку. Осим тога није развијен систем алтернативног решавања спорова који се односи на заштиту потрошача.

У односу на информисање и образовање потрошача Републике Србије, у Програму се констатује да нема одговарајућих програма у образовним институцијама и разним средствима јавног информисања који би служили за подизање општег образовног нивоа потрошача у функцији његове заштите.

Заштита потрошача је, како се у Програму истиче, неопходна и потребна, не само због усклађивања са стандардима Европске уније, већ и за подизање нивоа квалитета живота грађана. Стратешки циљ заштите потрошача у овом периоду је унапређење квалитета живота свих грађана, остваривање и заштита основних права и интереса потрошача, успостављање система и институција њихове заштите и равноправне партнерске сарадње свих носилаца заштите потрошача Републике Србије у складу са стандардима Европске уније.

У националном програму заштите потрошача у Републици Србији за период од 2007. до 2012.²⁴⁰ године, било је предвиђено да се усагласи Закон о заштити потрошача са постигнутим стандардима Европске уније, створе услови за ефикасније функционисање организација за заштиту интереса потрошача и изгради систем вансудског решавања спорова потрошача. Затим, да се ускладе правне регулативе о безбедности хране и безбедности производа са међународним и стандардима Европске уније и развије информациони систем и одговарајуће мреже за добијање информација о угрожавању права потрошача у различитим областима.

У Програму је била наглашена важност оспособљавања кадрова инспекцијских служби и осталих државних органа чија је надлежност заштита потрошача и имплементација Закона о заштити потрошача у складу са стандардима Европске уније.

²⁴⁰ Уредба о утврђивању националног програма заштите потрошача за период од 2007. до 2012. године, *Службени гласник*, Републике Србије, 11/2007. стр. 45-54.

Предвиђено је било и унапређење независних, непрофитних, нестраначких и специфичних организација потрошача (од националног до локалног нивоа) ради остваривања заштите потрошача.

Истакнута је важност образовања кадрова у одговарајућим органима и министарствима у циљу спровођења ефикасније заштите потрошача и успостављања сарадње са одговарајућим међународним организацијама и институцијама у области заштите потрошача. Такође је важна реализација програма образовања потрошача о њиховим правима и обавезама путем штампања одговарајућих публикација, посебно уџбеника (за све нивое образовања) за ту сврху.

Када је реч о процесноправној заштити потрошача њу треба остваривати у вансудском поравнању укључивањем и организација потрошача у решавању спорова. Ове активности се могу успешно реализовати уз претходну обезбеђеност неопходних техничких и финансијских средстава и благовременог информисања потрошача.

У Програму је истакнута важност унапређења заштите потрошача у погледу безбедности прехранбених производа у исхрани, опште безбедности производа, затим, њихова заштита у области услуга које пружају јавна предузећа, услуге здравства, финансијске услуге, трговина, туризам и угоститељство, образовање, промет некретнинама и заштита животне средине.

Безбедност и квалитет хране у функцији заштите здравља и сигурности потрошача спроводити успостављањем стандарда одрживог система безбедности хране и контроле квалитета хране, у складу са најбољом праксом Европске уније. Потребно је образовати органе и стручна тела надлежна за праћење безбедности хране и непрекидно усклађивати одговарајуће прописе о безбедности хране, квалитету и нутритивном означавању. При томе је важно оспособити органе надлежне за контролу и проверу испуњености услова за промет одговарајућих производа (акредитација различитих лабораторија).

У Програму се указује на изузетну важност примене закона и подзаконских аката у контроли на тржишту генетски модификованих производа и организама, и надзор у примени закона о заштити конвенционалне и органске пољопривредне производње од генетски модификованих производа и организама. У том циљу потребно је реорганизовати и јачати инспекцијски надзор, лабораторије и друге организације које се баве атестирањем

здравствене исправности пољопривредних производа у складу са најбољом праксом у свету. Неопходно је ускладити и унапредити законе који ће омогућити одговарајуће санкционисање пропуста контроле безбедности и квалитета хране.

Имајући у виду да се посебним законом регулишу услуге (пре свега продаја електричне енергије, продаја природног гаса, топлотне енергије, телекомуникационих услуга, поштанских услуга, услуге превоза путника у железничком и авио превозу и друге услуге), у Програму се каже да даваоци услуга треба да их пружају континуирано на начин којим се обезбеђује прописан квалитет и да редовно обавештавају потрошача о условима испоруке и пружања услуге у складу са стандардима и директивама Европске уније. Даваоци услуга треба да обавештавају потрошача на основу стварно извршене испоруке производа или извршене услуге, и да се при томе обезбеђује заштита потрошача у погледу цена, тарифа и општих услова за испоруку производа и услуга.

5. Стратегија заштите потрошача у Републици Србији за период од 2013. до 2018. године

Општи циљ ове стратегије је да се до 2018. године обезбеди висок ниво заштите потрошача у Републици Србији у складу са стандардима и праксом Европске уније, као и да се реализују неостварени циљеви предвиђени Националним програмом заштите права потрошача у Републици Србији за период од 2007. до 2012. године.

Специфични циљеви политике заштите права потрошача које треба остварити у периоду од 2013. до 2018. године су:²⁴¹

- 1) унапређење заштите права и интереса потрошача изменама прописа.* Неопходно је и непрекидно пратити и преиспитивати Закон о заштити потрошача како би се ускладио са новим решењима у европском законодавству у овој области. Законодавство у области заштите потрошача треба да буде комплементарно постојећем Закону о заштити потрошача;

²⁴¹ Статешки циљеви заштите потрошача од 2013. до 2018. године, тачка 2.

- 2) *боља интеграција политике заштите потрошача у друге политике.* Принцип интеграције политике заштите потрошача у друге политике подразумева да ће се она узимати у обзир приликом израде и спровођења осталих политика, пре свега, у области конкуренције унутрашње и спољне трговине, безбедности хране и опште безбедности производа и финансијских услуга;
- 3) *даље јачање институционалног оквира заштите потрошача.* Систем заштите потрошача укључује државне институције и тела (ресорна министарства), привредне субјекте (удружења трговаца и привредне коморе) и удружења потрошача. Политика заштите потрошача се мора заснивати на добром познавању тржишта, потреба и очекивања потрошача и могућих облика кршења прописа у овој области. Треба да се успостави јединствени информациони систем, као национални систем путем Интернета, који не би служио само за евидентирање и управљање приговорима и упитима потрошача већ и за обезбеђивање података неопходних за израду политике заштите потрошача. Национални јединствени информациони систем треба да буде усаглашен са Европским системом за приговоре потрошача;²⁴²
- 4) *делотворније спровођење закона и ефикаснији систем надзора над тржиштем у области заштите потрошача.* Политика заштите потрошача треба да обезбеди ефикасно спровођење важећих прописа, а заштита која је њима предвиђена да постане делотворна и спроводива. Услед хоризонталне и мултидисциплинарне природе политике и законодавства у овој области, надзор над тржиштем у Републици Србији треба да се налази у надлежности више институција.²⁴³ Подстиче се вансудско решавање потрошачких спорова усвајањем нових прописа у складу са правним тековинама Европске уније;
- 5) *јачање удружења потрошача и индивидуалних активности потрошача.* Висок ниво заштите потрошача се не може остваривати без учешћа добро информисаних

²⁴² European Consumer Complaint Registration System.

²⁴³ На пример, МТТ је преко тржишне инспекције надлежно за спровођење Закона о санитарном надзору, Закона о безбедности хране и Закона о лековима и медицинским средствима. Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, преко сектора пољопривредне инспекције надлежно је за спровођење Закона о безбедности хране, Закона о органској производњи хране, и др.

и активних потрошача. Они морају имати приступ јасним, поузданим и разумљивим информацијама. Удружења потрошача морају предузимати активности на унапређењу информисаности потрошача о њиховим правима и начинима њиховог остваривања;

б) *развој чврстог оквира за регионалну и међународну сарадњу*. Политика заштите потрошача представља заједничку одговорност свих државних институција у земљи. Захтева се интензивна сарадња између националних тела надлежних за заштиту потрошача у циљу обезбеђивања високог нивоа заштите на регионалном и глобалном тржишту. То се нарочито односи на израду политика и закона у заштити потрошача, размену информација у вези са неправичним уговорним одредбама, непоштено пословање, обмањујуће и преварно оглашавање, судску праксу и управне одлуке. Треба подстицати размену информација о безбедности производа, ризицима и мерама против опасних производа, у складу са Уредбом Европског парламента и Савета о сарадњи између националних органа надлежних за спровођење закона за заштиту потрошача.²⁴⁴

У остваривању циљева политике заштите потрошача, надлежни органи треба у својим активностима да поштују основне принципе:

- 1) *законитост*: мере треба да се заснивају и спроводе на основу постојећих законских норми;
- 2) *делотворност*: механизми који се користе треба да омогуће делотворно остваривање права потрошача и спровођење закона у области заштите потрошача;
- 3) *целовитост/обухватност*: подразумева да су обухваћена сва питања у вези са потрошачима;
- 4) *комплементарност*: Закон о заштити потрошача треба посматрати као општи закон у односу на друге законе који регулишу ову материју и примењује се на све односе између потрошача и трговаца;

²⁴⁴ Regulation (EC) 2006/2004 of the European Parliament and of the Council of 27. October 2004. on Cooperation between national authorities responsible for enforcement of consumer protection laws, OJL 364, 9.12. 2004.

- 5) *интегрисаност*: питања која се односе на заштиту потрошача морају се узети у обзир приликом дефинисања и спровођења осталих државних стратегија и политика;
- 6) *плурализам*: подразумева постојање великог броја инструмената политике, односно коришћење механизма доступних на страни понуде и потражње а у циљу решавања изазова са којима се потрошачи суочавају;
- 7) *предострожност*: увођење мера којима се забрањује стављање у промет производа који су ризични, односно врши њихово повлачење и опозивање;
- 8) *превентивност*: уместо санкционисања неправичног пословања и надокнаде штете причињене потрошачу, неопходно је предузимати мере којима се спречава појава ризика и превара, односно нарушавање интереса потрошача;
- 9) *доследност*: закони и други прописи у области заштите потрошача треба да буду што је могуће више међусобно повезани;
- 10) *пропорционалност*: мере које се предузимају морају бити сразмерне постављеним циљевима;
- 11) *супсидијарност деловања*: промовисати институције на локалном нивоу будући да њихове активности могу директније утицати на област заштите потрошача на глобалном нивоу;
- 12) *добро управљање*: мере и надзор морају се спроводити на независан, недискриминаторан, непристрасан и транспарентан начин.

V. УСКЛАЂИВАЊЕ ПРАВА ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА У СРБИЈИ СА ДИРЕКТИВАМА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ

1. Имплементација директива Европске уније о заштити потрошача у позитивно законодавство Републике Србије

1.1. Имплементација Директиве 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима у Закон о заштити потрошача Републике Србије

Директива 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима имплементирана је први пут у Закон о заштити потрошача Републике Србије донет 2010. године²⁴⁵ у петом одељку под насловом „Заштита потрошача у остваривању права из уговора који садрже неправичне уговорне одредбе“.

Државе чланице Европске уније имају право да својим националним прописима задрже или уведу и строже прописе пружајући својим потрошачима виши ниво заштите од онога који обезбеђују прописи на основу Директиве 93/13/ЕЕЗ. Она не обавезује државе нечланице Европске уније да имплементирају њене одредбе у национално законодавство. Међутим, имајући у виду да је Србија потписала са Европском унијом и њеним државама чланицама Споразум о стабилизацији и придруживању,²⁴⁶ уговорне стране су у Одељку VI. Споразума под насловом „Усклађивање прописа, примена права и правила конкуренције“ признале њихову важност и делотворну примену. У Споразуму се Србија обавезује на постепено усклађивање постојећих закона и будућег законодавства са правним тековинама Европске уније.

У делу Споразума који уређује материју заштите потрошача прописано је да ће уговорне стране сарађивати како би усагласиле стандарде заштите потрошача у

²⁴⁵ Закон о заштити потрошача, *Службени гласник* Републике Србије, 73/2010.

²⁴⁶ Споразум о Стабилизацији и придруживању између Републике Србије и Европске уније потписан је 29. априла 2008. године, и ратификован у Народној скупштини Републике Србије 9. септембра 2008. године, под насловом: Споразум о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њихових држава, са једне стране и Републике Србије, са друге стране. Уговорне стране Уговора о оснивању Европске заједнице и Уговора о оснивању Европске заједнице за атомску енергију и Уговора о Европској унији у даљем тексту Споразума су означене као „заједница“. (*Службени гласник* Републике Србије – Међународни уговори, бр. 83/2008.).

Републици Србији са стандардима Европске уније. Она је важан услов ефикасности функционисања закона тржишне привреде. У Споразуму се констатује да ће ефикасна заштита потрошача у Србији, умногоме зависити од развоја административних капацитета Републике Србије у обезбеђивању надзора у примени закона о заштити потрошача. Стога је у заједничком интересу уговорних страна да подстичу и обезбеде:

- 1) политику активне заштите потрошача у складу са комунитарним правом, укључујући већу информисаност и развој невладиних организација;
- 2) усклађивање законодавства о заштити потрошача у Србији са заштитом која је на снази у Европској унији;
- 3) делотворну правну заштиту потрошача ради побољшања квалитета потрошачке робе и одржавања одговарајућих стандарда безбедности;
- 4) надзор над спровођењем правила од стране надлежних органа и омогућавање приступа правди у случају спора;
- 5) размену информација о опасним производима.²⁴⁷

У Закону о заштити потрошача усвојеном 2014. године,²⁴⁸ имплементирани су одредбе Директиве 93/13/ЕЕЗ о неправичним уговорним одредбама у потрошачким уговорима углавном као у тексту Закона о заштити потрошача из 2010. године, а презентираним у Анексу Директиве 93/13/ЕЕЗ.

Неправична уговорна одредба је у члану 43. ЗЗП дефинисана као свака одредба која је противна начелу савесности и поштења и има за последицу значајну несразмеру у правима и обавезама уговорних страна на штету потрошача.

Дефиниција неправичне одредбе у потрошачким уговорима у члану 3. Директиве 93/13/ЕЕЗ дата је обухватније него у Закону о заштити потрошача (2014). Сагласно Директиви 93/13/ЕЕЗ неправичном одредбом се сматра:

- 1) уговорна одредба о којој се није појединачно преговарало и ако супротно начелу савесности и поштења, проузрокује значајну неравнотежу у правима и обавезама уговорних страна које произлазе из уговора, на штету потрошача;

²⁴⁷ Члан 78. Споразума о стабилизацији и придруживању, оп. цит.

²⁴⁸ Закон о заштити потрошача, *Службени гласник* Републике Србије, 62/2014.

- 2) одредба ће се увек сматрати оном о којој се није појединачно преговарало, ако је сачињена унапред и потрошач није могао да утиче на њену садржину, нарочито када је реч о формуларном уговору. Чињеница да је садржина одређене уговорне одредбе или једног њеног дела споразумно уговорена, не искључује примену овог члана на остатак уговора, ако свеукупна процена уговора указује на то да се свакако ради о формуларном стандардном уговору. Када продавац или давалац услуге тврди да је о стандардној одредби посебно преговарано, терет доказивања лежи на њему;
- 3) Анекс садржи индикативну и незакључену листу одредаба које се могу сматрати неправичним.

1.2. Имплементација Директиве 2005/29/ЕУ о неправичној пословној пракси у Закон о заштити потрошача Републике Србије

Директива Европског парламента и Савета Европске уније 2005/29/ЕУ о неправичној пословној пракси привредних субјеката, према потрошачима на јединственом тржишту Европске уније, први пут је имплементирана у Закон о заштити потрошача Републике Србије (2010), у трећем одељку под насловом: „Непоштено пословање“.

Ове одредбе су преузете из претходног и унете у нови Закон о заштити потрошача. Систематизоване су у трећем одељку под називом „Непоштена пословна пракса“ (уместо „Непоштено пословање“ како је коришћено у Закону о заштити потрошача (2010)). Одредбе о обмањујућем пословању из претходног Закона (2010) идентичне су еу одредбама обмањујуће пословне праксе у Закону о заштити потрошача из 2014. године. Израз „нартљиво пословање“ замењен је изразом „нартљива пословна пракса“.²⁴⁹ Облици пословне праксе који се сматрају нартљивим²⁵⁰ усаглашени су са облицима агресивне пословне праксе наведеним у Анексу I Директиве 2005/29/ЕУ од тачке 24. до 31.

²⁴⁹ У члану 22. ЗЗП (2014) дефиниција нартљиве пословне праксе идентична је дефиницији агресивне пословне праксе наведене у члану 8. Директиве 2005/29/ЕУ.

²⁵⁰ Члан 23. ЗЗП (2014).

Пословна пракса привредних субјеката према потрошачу означава сваки поступак, пропуст, начин пословања или представљања, комерцијалну комуникацију која обухвата оглашавање и маркетинг трговца, директно повезане са промоцијом, продајом или испоруком производа потрошачима.²⁵¹

Пословна пракса је непоштена ако је противна захтевима професионалне пажње и битно нарушава или прети да битно наруши економско понашање у вези с производом просечног потрошача на кога се та пословна пракса односи или којој је изложен, односно понашање просечног члана групе, када се пословна пракса односи на групу потрошача.²⁵²

Трговац битно нарушава економско понашање потрошача ако својим пословним поступцима значајно умањује способност потрошача да разборито одлучује, чиме га наводи да донесе одлуку о закључењу посла коју у другачијим околностима не би донео.

Економска одлука потрошача је одлука о томе:

- 1) на који начин и под којим условима да купи производ;
- 2) да плати цену у целости или делимично;
- 3) задржати или вратити производ, или искористити неко друго право у вези с производом које има по основу уговора;
- 4) учинити нешто или се уздржати од каквог поступка.

Пословна пракса која прети да битно наруши економско понашање јасно одређене групе потрошача, који су због своје психичке или физичке слабости, узраста или лакомислености нарочито осетљиви на ту врсту пословне праксе или на дати производ, под условом да се од трговца могло основано очекивати да то предвиди, процењује се према просечном припаднику те групе потрошача.

Одредбе о обмањујућој и насртљивој пословној пракси као и пропуштања трговца којим се обмањују потрошачи имплементирани су у члановима од 19. до 23. Закона о заштити потрошача (2014).

Значење појединих израза као што су „потрошач“, „трговац“, „роба“, „производ“, „професионална пажња“, „пословна пракса“, „кодекс пословне праксе“, „битно ремети

²⁵¹ Члан 2 (д) Директиве 2005/29/ЕУ.

²⁵² Члан 18. ЗЗП (2014).

економско понашање потрошача“, „недозвољени утицај“ усаглашено је са оним који се употребљавају у дефиницији израза у Директиви 2005/29/ЕУ.

1.3. Имплементација Директиве 85/374/ЕЕЗ о одговорности произвођача за недостатке производа у Закон о заштити потрошача Републике Србије

Одредбе Директиве 85/374/ЕЕЗ о одговорности произвођача за недостатке производа први пут су имплементирани у Закон о заштити потрошача (2010.) у седмом одељку у члановима од 59. до 65. под насловом „Одговорност произвођача ствари с недостатком“.

Исте одредбе преузете су у нови Закон о заштити потрошача (2014) у осмом поглављу у члановима од 59. до 65. под насловом „Одговорност за производе са недостатком“.

У члану 5. новог Закона поједини изрази који се употребљавају, а примењују се на одговорност произвођача ствари с недостатком усклађени су са дефиницијом која се користи у Директиви 85/374/ЕЕЗ.

Недостатак производа постоји ако исти не обезбеђује сигурност која се с правом очекује с обзиром на све околности, укључујући рекламу, употребу производа која се разумно могла очекивати и време када је производ стављен у промет. Не сматра се да производ има недостатак само зато што је касније стављен у промет квалитетнији производ.²⁵³

Произвођач одговара за штету насталу од производа са недостатком без обзира на то да ли је знао за недостатак.²⁵⁴ Он се ослобађа одговорности ако докаже да:

- 1) није ставио производ у промет;
- 2) недостатак није постојао у време када је ставио производ у промет или да се појавио касније;
- 3) није произвео производ намењен продаји и да исти није произведен у оквиру његове редовне делатности;

²⁵³ Члан 59. ЗЗП (2014). у којем је имплементирана одредба члана 6. Директиве 85/374/ЕЕЗ.

²⁵⁴ Члан 61. ЗЗП (2014) у којем је имплементирана одредба члана 1. Директиве 85/374/ЕЕЗ.

4) је недостатак настао услед усаглашавања својстава производа са обавезујућим прописима донетим од стране надлежних органа.²⁵⁵

Произвођач саставног дела производа неће одговарати за штету од производа са недостатком ако докаже да се недостатак може приписати дизајну производа или да је последица упутства датог од стране произвођача.

Он се може делимично или потпуно ослободити одговорности ако је оштећени или лице за које је он одговоран својом кривицом допринео настанку штете. Ако је настанку штете од производа са недостатком делимично допринело треће лице, искључиво је одговоран произвођач.

Оштећени има право на накнаду штете ако докаже да је претрпео штету, да је производ имао недостатак и да постоји узрочна веза између тог недостатка и претрпљене штете.²⁵⁶ Он стиче право на накнаду неимовинске штете према општим правилима о одговорности.²⁵⁷

У Закону није предвиђено ослобађање одговорности произвођача за штете због недостатка производа у случају развојних ризика, наведених у члану 7. Директиве 85/374/ЕЕЗ. Према одредбама овога члана Директиве произвођач се ослобађа одговорности за недостатке производа ако докаже да научно и техничко знање, у време када је он ставио производ у промет, није омогућавало да се утврди постојање недостатка и његово откривање у производу.

²⁵⁵ Члан 62. ЗЗП (2014) у којем је имплементирана одредба члана 7. Директиве 85/374/ЕЕЗ, изузев тачке е) која се односи на ослобађање одговорности произвођача за штете због недостатка производа ако произвођач докаже да ниво научног и техничког знања у време када је он ставио производ у промет није омогућавао да се утврди постојање недостатка и његово откривање.

²⁵⁶ Члан 60. ЗЗП (2014).

²⁵⁷ Члан 60. ЗЗП (2014) не садржи одредбе члана 9. Директиве 85/374/ЕЕЗ.

VI. ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА У ПРАКСИ

1. Удружења и савези у остваривању права заштите потрошача

Приговор на неправичне одредбе у потрошачком уговору

Потрошач се обратио Националној организацији потрошача Србије са захтевом за заштиту својих права а у вези неправичне уговорне одредбе која је садржана у Уговору који је закључио са Заводом за вредновање квалитета образовања и васпитања.²⁵⁸

Он је сматрао да члан 6. Уговора није у складу са чланом 43. тачка 4. и 5. Закона о заштити потрошача а који се односи на одредбе за које се претпоставља да су неправичне уколико се другачије не докаже. То су тачка 4. члана 43. Закона која гласи: „право трговца да једнострано раскине уговор у било ком тренутку, ако исто право није гарантовано потрошачу, и тачка 5. која гласи: „право трговца да једнострано раскине уговор закључен на неодређено време без остављања примереног отказног рока, осим у случају ако потрошач не извршава своје уговорне обавезе.

Након пријема захтева Национална организација потрошача Србије обавестила је поменути Завод, да полазећи од члана 43. Закона о заштити потрошача овакве одредбе типских уговора неспорно се могу сматрати неправичним јер за последицу имају значајну несразмеру у обавезама уговорних страна а на штету потрошача. **А и сама** околност да извршење уговорне обавезе ствара значајну неравнотежу у правима и обавезама уговорних страна је у супротности са начелом савесности и поштења. Надаље, ако је одредба код уговора који је закључен према унапред одштампаном садржају или је био на други начин припремљен и предложен од једне уговорне стране спорна, јер трговац и потрошач нису сагласни у погледу њеног значења и смисл, у складу са Законом о облигационим односима има се тумачити у корист друге слабије стране. И Закон о заштити потрошача у члану 42. конкретизује то правило, прописујући да се нејасне одредбе тумаче у корист потрошача.

²⁵⁸ Допис Националне организације потрошача Србије, Нови Сад, без датума.

Имајући у виду анализу поменутог Уговора, Национална организација потрошача Србије обавештава Завод да се може доћи до закључка да је одредба којом се потрошачу оставља рок од само месец дана да раскине уговор након уговореног периода од годину дана, неправичан. Јер ако је уговор закључен на годину дана, потрошач има право да сваког дана у наредном периоду раскине уговор (наравно у писаном облику) и да притом испуни своје обавезе (враћање примљених water cooler-a), а не како је то у Уговору дефинисано на крајње непримерен начин, односно да потрошач може да раскине уговор практично само у децембру месецу било које године, након прве године када је Уговор и закључен.

У закључку Национална организација потрошача Србије обавештава поменути Завод да у најкраћем року омогући потрошачу да раскине уговор без плаћања било каквих пенала или сличних казни јер није потребно наглашавати његово право да раскине уговор који је закључен на период од годину дана, односно да Завод у најкраћем могућем року уклони неправичну уговорну одредбу из типског уговора. У супротном, Национална организација потрошача Србије ће бити принуђена да покрене судски поступак ради испуњења његових права. Завод је уважио образложење националне организације потрошача и укинуо спорну одредбу из уговора.

Приговор на непоштено пословање предузећа

Потрошач је на презентацији усисивача у свом дому са представником компаније потписао уговор о куповини. Након три дана он је одлучио да исти раскине, али му је то онемогућено и због тога се са захтевом за заштиту својих права обратио Удружењу за заштиту потрошача.²⁵⁹

Након пријема и анализе достављене документације Удружење је уочило низ неправилности које се огледају у виду кршења одредби Закона о заштити потрошача а које регулишу права потрошача код уговора на даљину и уговора који се закључују изван пословних просторија. Наиме, Удружење указује на члан 27. Закона који прописује

²⁵⁹Допис Удружења за заштиту потрошача Војводине, Нови Сад, Министарству трговине, туризма и телекомуникације, без датума.

обавезу трговца да обавести потрошача о праву на одустанак код уговора који су склопљени на даљину као и на члан 28. који дефинише рок у којем он може да оствари то своје право. Надаље, члан 55. Закона прописује да је при закључењу уговора о продаји робе и оглашавању поводом продаје трговац дужан да се уздржи од употребе израза „гаранција“ и израза са тим значењем, ако по основу уговора о продаји потрошач не стиче права из законске одговорности трговца за несаобразност робе уговору, односно других права у складу са Законом о заштити потрошача.

Удружење за заштиту потрошача упутило је допис Министарству трговине, туризма и телекомуникација – тржишној инспекцији у којем је посебно указано на следеће:

1. Изостављене су одредбе о праву на раскид уговора у року од 14 дана без навођења разлога, као и образац за одустанак, а који је трговац дужан да преда потрошачу у писаној форми у тренутку закључења уговора, а најкасније приликом испоруке робе.
2. Наводи се да је у случају раскида уговора купац дужан да плати 25% од вредности уговорене робе у моменту раскида уговора. Уколико роба није још испоручена односно уколико је испорука извршена, у случају раскида уговора кривицом купца, исти је дужан да плати 100% вредности робе.
3. Предвиђени су услови гаранције којима се врши злоупотреба израза гаранција, обзиром да се иста издаје на рок од 24 месеца од дана куповине, односно потрошачу није пружено више права него што произлази из одговорности трговца за несаобразност.

Удружење је замолило надлежно министарство да у оквиру своје надлежности изврши проверу података и да их обавести о исходу поступка. Министарство то није учинило али се Удружењу обратио потрошач да му је омогућено да раскине уговор.

Једнострано утврђене уговорне одредбе за услуге осигурања

Четири организације потрошача поднеле су преко Републичке уније потрошача кривичну пријаву против ЈКП Инфостана из Београда и ЈКП „Информатика“ из Новог

Сад, због неовлашћеног обављања послова осигурања, тужилаштво је покренуло поступак али он још није окончан.

Обзиром да је у складу са Законом о осигурању Народна банка Србије овлашћена да контролише рад друштава за осигурање Републичка уније потрошача је 12.01.2015. године поднела и овом органу пријаву у вези проблематике пласмана услуга осигурања преко система обједињене наплате ЈКП „Инфостан“ из Београда и ЈКП „Информатика“ из Новог Сада. Организације потрошача сматрају да се овде ради о незаконитим уговорним одредбама за услуге осигурања којима се повређује колективни интерес потрошача а које су поверене неовлашћеним привредним субјектима. Уз пријаву су приложени и докази да дистрибуцију и наплату услуга осигурања преко њих врше друштва за осигурање.²⁶⁰

У циљу целовитог приступа предметном питању, Народна банка Србије је код свих друштава за осигурање за које су обезбеђени докази да врше дистрибуцију услуга осигурања преко комуналних предузећа, отпочела активности усмерене ка утврђивању чињеничног стања у границама својих надлежности. Од именованих друштава затражена су писмена изјашњења о наведеном питању, као и други материјални докази из којих се може утврдити природа правног посла. тј. уговорних односа са комуналним предузећима. Документација је достављена у остављеном року и анализирана је у стручним службама Народне банке Србије.

Имајући у виду да Народна банка није у могућности да врши надзор и над другом уговорном страном у предметном питању (комуналним предузећима) то је као релевантан извор права узет Извештај Државне ревизорске институције (ДРИ).

На бази расположиве документације и података Народна банка је донела решење у којем је између осталог навела да је недвосмислено утврђено да:

1. ЈКП „Инфостан“ из Београда и ЈКП „Информатика“ из Новог Сада, нити било које друго комунално предузеће – нема дозволу Народне банке Србије за обављање послова непосредно повезаних са пословима осигурања;
2. Издавање дозвола из претходне алинеје није ни правно могуће, имајући у виду да је чланом 73, став 1. односно чланом 88. став 1. Закона о осигурању предвиђено да се

²⁶⁰ Народна банка Србије, К.Г. бр 231/3/15, датум 23. 02. 2015. Предмет: Пријава потрошачких организација.

послови посредовања односно заступања у осигурању, обављају као једина делатност, што код комуналних предузећа не би био случај, а таква могућност такође није предвиђена ни посебним законом;

3. Ниједно од именованих друштава за осигурање са комуналним предузећима није закључило уговоре о посредовању или заступању у осигурању, већ друге модалитете уговора којима је правно покривен посао дистрибуције и наплате осигурања таквим каналом;
4. Модалитети уговора које друштва за осигурање имају са комуналним предузећима нису јединствени, као ни поступање друштава за осигурање у погледу дистрибуције услова осигурања корисницима комуналних услуга који су прихватили услугу осигурања;
5. Услуга осигурања не може бити третирана као комунална услуга у складу са прописом који уређује комуналне делатности.

На основу напред наведеног, утврђено је да друштва за осигурање формално нису склопила недозвољени правни посао. Међутим, посматрајући све аспекте реализације тог правног посла, који је утврдио државни ревизор вршећи ревизију комуналног предузећа, долази се до закључка да се *de facto* ради о пословима непосредно повезаним са пословима осигурања (заступање у осигурању), што је у Извештају ДРИ и констатовано речима да „комунално предузеће према члану 2. став 5. Закона о осигурању, врши техничке послове у вези са осигурањем из делатности осигурања, а за које је према захтевима члана 3. поменутог закона потребна дозвола надлежног органа (Народне банке Србије) а коју предузеће не поседује“.

Имајући у виду да је сравњењем података утврђено да су Народној банци Србије достављени и поједини уговори који су обухваћени државном ревизијом, и о којима је државни ревизор изразио напред наведено недвосмислено мишљење, став Народне банке Србије, на основу свих сагледаних чињеница, је да наведеним поступањем именованих друштава за осигурање јесте повређена интенција законописца у делатности осигурања да се послови посредовања и заступања у осигурању обављају преко лица која имају дозволу за рад Народне банке Србије. У том смислу Народна банка Србије упутиће друштвима за

осигурање препоруку да прекину с дистрибуциојм услуга осигурања на наведени начин, односно да исту уведу у оквиру утврђене Законом о осигурању, што ће бити проверавано и у будућим контролама пословања друштва за осигурање.

Народна банка Србије неће учествовати у евентуално покренутим судским споровима између организација потрошача, друштава за осигурање, комуналних предузећа и других субјеката, нити се може изјашљавати о евентуалним повредама одредаба прописа који регулишу права потрошача, принудно извршење и сл.

Из свега горе наведеног произлази да је Народна банка Србије поступила у оквирима својих овлашћења. Да би се у потпуности заштитила права потрошача у овом конкретном случају, било је потребно да надлежно Министарство по службеној дужности покрене поступак заштите колективног интереса потрошача и да оцени у складу са чланом 146. Закона о заштити потрошача да ли је неко чињење или нечињење учесника на тржишту, а посебно постојање непоштене уговорне одредбе или непоштене пословне праксе, угрожава или прети да угрози колективни интерес потрошача.

Бојкот Фрикомове наградне игре

Национална организација потрошача Србије (НОПС) позвала је 19. 05. 2009. године потрошаче на бојкот „Фрикомове“ наградне игре „Пажљиво лижите“, због, како се наводи, преварне и обмањујуће маркетиншке кампање.²⁶¹ Потрошачи се позивају да купују сладоледе да би учествовали у наградној игри, која уствари није ни почела. У саопштењу НОПС-а се истиче да се још увек продају сладоледи са штапићима који су били валидни у прошлогодишњој наградној игри „Фрикома“ а који не важе у најављеном циклусу.

У тржишној инспекцији је потврђено да су добили допис НОПС-а у коме се тврди да „Фриком“ обмањује потрошаче и да их позивају на бојкот њихових сладоледа. У саопштењу НОПС-а се истиче да организацијама потрошача стижу многобројни позиви обманутих потрошача који су купили сладоледе са добитним штапићима, незнајући да су

²⁶¹ <http://www.politika.rs/rubrike/vesti-dana/NOPS-Frikom-obmanjuje-potroshache>

у питању штапићи који су били валидни у прошлогодишњој наградној игри „Фрикома“. Компанија није обавестила јавност да су у продаји стари штапићи као ни како изгледају нови. Потрошачи који су се обратили „Фрикому“ да би подигли награду добили су одговор да су то неважећи штапићи, јер је наградна игра завршена.

И поред упозорења које је НОПС упутио „Фрикому“ да они већ трећу годину заредом настављају да доводе потрошаче у заблуду, јер маркетиншка кампања својим преварним оглашавањем има задатак само да наведе потрошаче да купују „Фрикомове“ сладоледе, а не и да учествују у наградној игри.

НОПС је позвао тржишну инспекцију да спречи спровођење маркетиншке кампање довођењем потрошача у заблуду, а санитарну и пољопривредну инспекцију да провере датум производње Фрикомих сладоледа који се тренутно налазе у продаји, као и њихову здравствену исправност јер на декларацији стоји само крајњи рок употребе који је нечитљив.

Потрошачи су такође упозорени да се „Фрикому“ не може у потпуности веровати све док не дозволи објективну и стручну контролу регуларности наградних игара. Као пример објективне провере регуларности наградних игара НОПС је указао на праксу компаније „Калзберг“ (Челарево) која позива представнике Удружења потрошача да провере добитне чепове „Лав“ пива како се пакују и дистрибуирају на тржиште.

Воћни сокови без воћног садржаја

На захтев Националне организације потрошача Србије (НОПС) Пољопривредна инспекција извршила је у 2013. години упоредно испитивање квалитета и воћног садржаја воћних сокова и нектара. Контрола произвођача воћних сокова и нектара завршена је октобра 2013. године и утврђено је да од 32 испитана узорка 10 не задовољава воћни садржај декларисан на амбалажи.²⁶²

Резултати истраживања су показали да у узорцима сокова одређених компанија нема довољно процената воћног садржаја односно да воћни садржај не одговара проценту

²⁶² <http://www.b92.net/biz/vesti/srbija>

наведеном на декларацији производа. Прописаном квалитету нису одговарали воћни нектар од брескве и јабуке „верде“ произвођача ИБ тима из Београда, „баш баш“ кашасти воћни нектар од брескве и јабуке и „сорисо“ бистри воћни сок од произвођача Дуга Фруит из Крушевца.

Компаније Вино Жупа из Александровца годинама испоручује сокове робне марке „Ла Вита“ са мањим воћним садржајем а 52% воћног сока колико је наведено нема ни дволитарско паковање.

У неисправне спадају и сокови компаније Такова из Горњег Милановца у којима сок од кајсије саджи мање од 40% и јабука мање од 51% воћног садржаја.

Компанија из Александровца реаговала је тако што је спорне серије повукла са тржишта. И Дуга Фруит се одлучила да из продаје повуче поменуте воћне сокове, а Универекспорт је обавестио НОПС да је повукао из продаје све сокове произвођача Дуга Фруит из Крушевца.

Удружења потрошача упозоравају да грађани уместо сока пију зашећерену воду, са ниским процентом воћног садржаја а боју дају ароме и вештачке боје. Сваки трећи воћни сок на тржишту нема онолико воћног садржаја колико је наведено на амбалажи. Потрошачи се на тај начин обмањују верујући да пију нешто здраво а уствари у себе уносе само шећер и воду.

Забрана рекламе „лековито својство“

Национална организација потрошача Србије је покренула питање истинитости оглашавања „Пролом воде“ произвођача „Планинка“ АД из Куршумлије као лековите, која помаже у лечењу болести бубрега и уринарног тракта, органа за варење, кожних и болести периферних судова и поремећаја метаболизма. Случај је пријављен нишкој санитарној инспекцији. По пријему захтева она се обратила произвођачу да јој достави медицинске доказе за такав слоган који користи у реклами воде. Произвођач је добио рок од месец дана да достави медицинске доказе који би потврдили садржај оглашаваних порука. Пошто није доставио доказе за своје тврдње (осим за болести бубрега и уринарног

тракта), Санитарна инспекција је наложила произвођачу да се рекламне поруке са спорним садржајем повуку из медија у року од тридесет дана.²⁶³

У одговору Санитарној инспекцији „Планинка“ АД је навела да је још 1964. године утврђено позитивно дејство пролом воде. Од тада се она користи у Пролом Бањи као вода за пиће и у терапеутске сврхе код пацијената који имају проблеме болести бубрега и уринарног тракта, органа за варење, кожних болести, реуматизма и болести периферних крвних судова. Обзиром да се у достављеној документацији не налазе медицински докази који потврђују да вода поседује својства описана у садржају огласних порука (осим за лечење болести бубрега и уринарног такта), произвођачу је наложено да се више не рекламира са слоганом „лековита вода“.

2. Примери судске заштите²⁶⁴

Експлозија боце напуњене пивом

За штету која настане од експлозије боце напуњене пивом, до које је дошло због неког недостатка који представља опасност од штете за лица и ствари за који произвођач није знао, одговара произвођач који је боцу ставио у промет.

Из образложења: Према утврђеном чињеничном стању тужилац је на дан 20. јуна 1981. године, задобио тешку телесну повреду када му је приликом куповине у продавници првотуженог у руци експлодирала боца фабрички напуњена пивом произведеним од стране друготуженог. Код утврђеног чињеничног стања, Врховни суд налази да су нижестепени судови правилно закључили да на страни друготуженог, као произвођача пива, стоји одговорност да тужиоцу накнади штету коју је претрпео због експлозије до које је дошло због недостатка за који произвођач није знао. Ова одговорност по схватању Врховног суда, произилази из одредбе члана 179. ст. 1. ЗОО према којој, ко стави у промет

²⁶³ Политика on line, 21. 04. 2014.

²⁶⁴ И. Ацин, *Одговорност произвођача за производе с недостатком и заштита потрошача*, Задужбина Андрејевић, Београд, 2011. стр. 41-47.

неку ствар коју је произвео, а која због неког недостатка за који није знао, представља опасност штете за лица и ствари одговара за штету која би настала због тог недостатка.

(Пресуда Врховног суда Србије, Рев. 945/91 од 15.5.1991.)

Одговорност продавца и произвођача за исправност техничке робе у гарантном року

Када се ради о куповини техничке робе са гарантним листом, за њено исправно функционисање и отклањање недостатака, купац може да се обрати како произвођачу тако и продавцу робе. Продавац који је накнадио купцу штету, има право регреса од произвођача робе чијом кривицом је у производњи дошло до техничке неисправности продате робе.

Из образложења: Правилно су нижестепени судови нашли да продавац ствари има право регреса према произвођачу за издатке учињене купцу на основу гарантног листа према трошковима уградње нове шкољке на купчевом аутомобилу. Ревизија се неосновано позива на то да је спорни однос између странака расправљен уз погрешну примену материјалног права, и то непримењивањем одредби члана 424. Закона о облигационим односима. Продавац је у смислу члана 501. Закона о облигационим односима на основу акта продаје ствари и акта предаје гарантног листа произвођача који прати техничку робу у промету, законски солидарни дужник са произвођачем за све обавезе покривене гарантним листом, укључујући и замену неисправне ствари, а недељивост ове обавезе није сметња за остваривање права на регрес према произвођачу, јер се гарантним листом покрива ризик неисправности настао у сфери производне делатности. Отуда не могу да се прихвате наводи ревидента да су удели тужиоца и туженог требали да буду једнаки, сходно законским одредбама о подели обавеза на једнаке делове код солидарности дужника. Произвођач одговара тужиоцу за лоше функционисање продате техничке робе које проистиче из сфере његове производне делатности. Када се ради о куповини техничке робе са гарантним листом, за њено исправно функционисање и отклањање недостатака, купац може да се обрати како произвођачу тако и продавцу робе. Тачни су ревизијски наводи да је продавац одговоран,

јер продавац и јесте одговоран према купцу и зато је и платио трошкове уградње нове шкољке, али зато продавац преко кога тужени произвођач обавља пласман својих производа на тржишту, има право регреса. Када је продавац по правноснажној пресуди због техничке неисправности морао да накнади купцу штету, он се за исту може регресирати од произвођача робе, чијом кривицом је у производњи дошло до техничке неисправности продате робе.

(Пресуда Врховног суда Србије, Рев. 626/98 од 25.11.1998.)

Одговорност произвођача због недостатка ствари

Кад тужилац тражи да му произвођач замени возило оштећено у саобраћајној незгоди до које је дошло услед фабричке грешке на унутрашњој гуми, не може се основаност тужбеног захтева ценити само применом члана 501. став 1. Закона о облигационим односима већ се има узети у обзир и одредба члана 179. став 1. Закона о облигационим односима према којој произвођач по основу објективне одговорности одговара за штету насталу због недостатка ствари која представља опасност штете за лица и ствари. При томе је без значаја ко је неисправну гуму произвео, кад је произвођач возила ту гуму уградио у возило и возило ставио у промет. У светлу наведених прописа има се ценити да ли се успостављање стања које је било пре него што је штета настала (чл. 185. ЗОО) може постићи опоравком оштећеног возила или је то могуће постићи само заменом целог возила.

(Савезни суд, Гзс. 44/85 од 5.12.1985.)

Одговорност произвођача лекова за штету насталу употребом лека

Произвођач лекова одговара за штету од лекова као када ствар има недостатке, када лек не пружа сигурност која се од лека може основано очекивати или када од лека прети опасност од штете.

Из образложења: Према утврђеном чињеничном стању тужилац је током 1999. године оболео од мултипле склерозе и лечио се у Градској болници у Нишу. Током марта

месеца 2005. године сазнао је да у П. постоји лице које производи лек за наведену болест. У марту месецу 2005. године тужилац се упознао и преговарао са сад пок. Д. Ћ. о куповини лека. Према писменом споразуму од 11. 03. 2005. године договор је постигнут између пок. Д. Ћ. и тужиоца, који су они потписали као уговарачи. Сад пок. Д. Ћ. који је тада био директор туженог предузећа „Аф“ је лек сам производио. У овом правном послу није учествовао тужени, који овај лек није производио нити стављао у промет, обзиром на то да је сад пок. Д. Ћ. то лично радио као физичко лице јер је био и сам заинтересован за наведени лек због унуке која је рођена са том болешћу.

Производња лекова, према члану 62. Закона о лековима и медицинским средствима („Службени гласник РС“ бр. 84/2004, 85/2005) обухвата поступак или поједине делове поступка фармацеутскотехнолошког обликовања готовог лека, производњу супстанци, технолошку обраду, паковање, контролу квалитета, складиштење и дистрибуцију лекова. Производњу лека може обављати само правно лице које има дозволу за производњу лека издату од надлежног министарства.

Агенција уз претходну сагласност министра надлежног за послове здравља, утврђује листу стручњака за област лекова и медицинских средстава, ради процене лекова и медицинских средстава, односно испитивање квалитета безбедности и ефикасности лекова и медицинских средстава (члан 15. наведеног Закона о лековима и медицинским средствима). Прометом лекова, према истом закону, сходно члану 71. могу се бавити само правна лица која имају дозволу издату од надлежног министарства и која испуњавају услове прописане овим законом и прописима донетим за спровођење овог закона. Промет лекова подлеже контроли квалитета. Тужени се према утврђеном чињеничном стању није бавио производњом и прометом спорне супстанце као лека, што искључује основ одговорности из члана 179. став 2. Закона о облигационим односима за штету од лекова као ствари са недостатком. Произвођач лекова одговара за штету од лекова као када ствар има недостатке, када лек не пружа сигурност која се од лека може основано очекивати или када од лека прети опасност од штете. Стога наводи ревизије о погрешној примени материјалног права нису основани. Тужилац је уговор о продаји спорне супстанце закључио са сад пок. Д. Ћ. као физичким лицем, па ова продаја није у вези са пословањем туженог предузећа, због чега тужени не одговара за негативно дејство спорне супстанце

као произвођачем лекова и није у обавези да тужиоцу накнади штету коју је њеном употребом претрпео.

(Пресуда Врховног суда Србије, Рев. 351/07 од 21. фебруара 2007.)

Експлозија плинске боце

Ко стави у промет неку ствар коју је произвео, а која због неког недостатка за који он није знао представља опасност од штете за лица или ствари, одговара за штету која би настала због тог недостатка. Ако је до експлозије плинске боце дошло због грешке на истој, без икаквог доприноса тужиоца као корисника, за штету ће одговорати тужени као произвођач.

Из образложења: У проведеном поступку је несумњиво утврђено како је дошло до експлозије која се десила у стану тужиоца, која је изазвана паљењем створене запаљиве смеше пропан бутан гаса и ваздуха у концентрацији када та смеша постаје запаљива и експлозивна. По налазу и мишљењу вештака несумњиво је утврђено да је до истицања пропан бутан гаса из плинске боце и стварања запаљиво-експлозивне смеше пропан бутан гаса и ваздуха у конкретном случају дошло због недовољно заврнутог неповратног вентила са заптивном гумицом у садник боце, што корисник боце није могао да примети, и да је паљење експлозивне смеше гаса и ваздуха највероватније извршено искром или жаром из шпорета за чврсто гориво који се налазио у близини плинске боце на коју је прописно био постављен решо за коришћење плина са исправним вентилом. Из овог налаза, које су нижестепени судови прихватили као објективан и стручан, несумњиво се утврђује да је дошло до експлозије плинске боце због грешке на истој, без икаквог доприноса тужиоца као корисника. По оцени Врховног суда, одговорност туженог заснована је на одредби члана 179. Закона о облигационим односима, пошто је из чињеница утврђених у току поступка несумњиво да је тужени као произвођач ставио у промет ствар коју је произвео, а која због недостатка за које он није знао представља опасност од штете за лица и ствари, па тужени као произвођач одговара за штету која је настала због тог недостатка.

(Пресуда Врховног суда Србије, Рев. 1660/00 од 10.4.2000.)

Одговорност произвођача за недостатке производа који су ушли у токове промета

Када произвођач производи робу за тржиште, што подразумева да ступа у облигационе односе, његова одговорност је појачана јер се мора понашати са пажњом доброг домаћина. Повећана одговорност произвођача произлази из чл. 18. ЗОО а његова одговорност се цени по одредби чл. 158. ЗОО.

Из образложења: Пресудом Привредног суда усвојен је тужбени захтев па су обавезани тужени продавац и произвођач робе да солидарно плате тужиоцу накнаду штете за недостатке робе. Виши привредни суд је преиначио првостепену пресуду у односу на произвођача, закључујући да у конкретном случају нема места одговорности произвођача ствари са недостатком. Врховни суд Србије је уважио ревизију тужиоца и укинуо пресуду Вишег привредног суда у побијаном делу. Наиме, Врховни суд налази да је преурађен закључак првостепеног суда да првотужени није ни у ком случају одговоран, због чега је према њему захтев одбијен. Ово из разлога што произвођач не мора бити одговоран по одредби чл. 179. ЗОО (која подразумева објективну одговорност) али може бити одговоран по деликтној одговорности (субјективној) по чл. 154. ЗОО, ако је штета произашла из његових пропуста. Када произвођач производи робу за тржиште што подразумева да ступа у облигационе односе, његова одговорност је појачана, јер се мора понашати са појачаном пажњом (пажњом доброг домаћина) према одредби чл. 18. ЗОО, јер производи робу ради продаје на тржишту. Повећана одговорност произвођача произлази из одредбе чл. 18. ЗОО а његова одговорност се цени по одредби чл. 158. ЗОО. Да би се произвођач могао ослободити одговорности мора се утврдити да је предузео све мере које спадају у домен повећане пажње да би заштитио своје купце од скривених мана. Тек ако између пропуста произвођача и настале штете не би постојала узрочна веза, тада би се произвођач могао ослободити одговорности.

(Решење Врховног суда Србије, Рев. 368/96 од 29.10.1997.)

Одговорност продавца и произвођача за исправност техничке робе у гарантном року (Гаранција за исправно функционисање продате ствари – одговорност продавца и произвођача)
(Техничка неисправност продате робе)

Када се ради о куповини техничке робе са гарантним листом, за њено исправно функционисање и отклањање недостатака, купац може да се обрати како произвођачу тако и продавцу робе. Продавац који је накнадио купцу штету, има право регреса од произвођача робе чијом кривицом је у производњи дошло до техничке неисправности продате робе (један став).

Продавац је на основу акта продаје ствари и акта предаје гарантног листа произвођача, који прати техничку робу у промету, законски солидарни дужник са произвођачем за све обавезе покривене гарантним листом, укључујући и замену неисправне ствари, а недељивост ове обавезе није сметња за остваривања права на регрес продавца према произвођачу, јер се гарантним листом покрива ризик неисправности настао у сфери производне делатности (други став).

Из образложења: Правилно су нижестепени судови нашли, да продавац ствари има право регреса према произвођачу за издатке учињене купцу на основу гарантног листа, према трошковима уградње нове шкољке на купчевом аутомобилу. Ревизија се неосновано позива на то да је спорни однос између странака расправљен уз погрешну примену материјалног права, и то непримењивањем одредби члана 424. Закона о облигационим односима. Продавац је, у смислу члана 501. Закона о облигационим односима, на основу акта продаје ствари и акта продаје гарантног листа произвођача који прати техничку робу у промету, законски солидарни дужник са произвођачем за све обавезе покривене гарантним листом, укључујући и замену неисправне ствари, а недељивост ове обавезе није сметња за остваривање права на регрес према произвођачу, јер се гарантним листом покрива ризик неисправности настао у сфери производне делатности. Отуда се не могу прихватити наводи ревидента да су удели тужиоца и туженог требали да буду једнаки, сходно законским одредбама о подели обавеза на једнаке делове код солидарности дужника. Произвођач одговара тужиоцу за лоше

функционисање продате техничке робе, која проистиче из сфере његове производне делатности. Када се ради о куповини техничке робе са гарантним листом, за њено исправно функционисање и отклањање недостатака, купац може да се обрати како произвођачу тако и продавцу робе. Тачни су ревизијски наводи да је продавац одговоран, јер продавац и јесте одговоран према купцу, и зато је и платио трошкове уградње нове шкољке, али зато продавац преко кога тужени произвођач обавља пласман својих производа на тржишту, има право регреса. Када је продавац по правноснажној пресуди морао да накнади купцу штету због техничке неисправности, он се за исту може регресирати од произвођача робе, чијом кривицом је у производњи дошло до техничке неисправности продате робе.

(Пресуда Врховног суда Србије, Рев. 626/98 од 25.11.1998.)

Објективна одговорност и деликтна одговорност

Произвођач не мора бити одговоран по одредби члана 189. ЗОО (која подразумева објективну одговорност) али може бити за исту штету одговоран по члану 154. ЗОО (по деликтној одговорности) ако је штета произашла из његових пропуста.

Из образложења: Из списка произлази да је предмет тужбеног захтева штета коју је тужилац претрпео због скривеног недостатка - болести кока носилца које су биле предмет купопродајног уговора закљученог 20.8.1990. године између тужиоца и туженог другог реда ПП „Јадран“ из Станишића, а које је тужени другог реда купио од туженог првог реда ЗЗ „Риђица“ из Риђице по купопродајном уговору од 16.8.1990. године. Првостепени суд је обавезао тужене солидарно да накнаде штету која је утврђена преко налаза вештака у износу од 59.138 динара са каматом јер је закључио да је према одредби члана 179. ЗОО и тужени првог реда као произвођач - узгајивач кока носилца уз туженог другог реда као продавца солидарно одговоран за ову штету. Другостепени суд је преиначио првостепену пресуду у односу на произвођача закључујући да у конкретном случају нема места одговорности произвођача ствари са недостатком. Наиме, другостепени суд налази да је у питању одговорност за материјалне недостатке ствари за које одговара само продавац те је првостепену пресуду преиначио тако што је тужбени захтев у односу на произвођача

одбио а у односу на продавца укинуо ради испитивања благовремености приговора за уочене недостатке. Врховни суд налази да није правилно становиште другостепеног суда да произвођач у конкретном случају ни у ком случају не одговара. Наиме, Врховни суд налази да је преурађен закључак другостепеног суда да првотужени није ни у ком случају одговоран, па је захтев према њему одбио. Ово из разлога што произвођач не мора бити одговоран по одредби члана 179. ЗОО (која подразумева објективну одговорност али може бити одговоран по деликтној одговорности (субјективној) по члану 154. ЗОО, ако је штета произашла из његових пропуста. Када произвођач производи робу за тржиште што подразумева да ступа у облигационе односе, његова је одговорност појачана јер се мора понашати са појачаном пажњом (пажња доброг домаћина) према одредби члана 18. ЗОО. Обзиром да је његова одговорност појачана јер узгаја коке ради продаје на тржишту а било му је од раније познато да његова јата обољевају од марекове болести било је нужно утврдити да ли првотужени не одговара по деликтној одговорности. Наиме, из списка произлази да су коке набављене од произвођача ЗЗ „Риђица“ угињавале од марекове болести. Према налазу вештака Ветеринарског факултета Универзитета у Београду марекова болест је обољење живине изазвано вирусом и преноси се загађеним ваздухом и прашином. До инфекције долази у првим данима живота да би касније то било веома ретко. Обично се клинички манифестује у периоду проношења и максималне носивости (од 20 до 40 недеље). Морбидитет и морталитет се креће у широким границама од 1 до 50 и зависе од интензитета инфекције јата. Мишљење је Ветеринарског факултета да је до инфекције дошло код одгајивача живине ДП „Риђица“ из Риђице чија стручна служба није морала да ово обољење региструје јер у том добу нема изражених симптома. Угињавање живине ће трајати док год буде инфицираних јединки. Првостепени суд је саслушао и вештака Депалов Стевана, ветеринара запосленог у Ветеринарском специјалистичком институту Сомбор који је изјавио да превентиву представља цељење живине које се законским прописима предвиђа непосредно након излегања пре инкубације од 2 до 3 недеље па до 9 месеци што значи и да након цељења живина може да се зарази све до две недеље живота док не стекне имунитет. Даље је вештак навео да је до појаве вируса дошло у окружењу где су пилићи најдуже боравили а то је било код ЗЗ „Риђица“. Даље је вештак изјавио да је и пре овог конкретног случаја на фарми ЗЗ „Риђица“ било појаве ове болести.

Такође је било појаве ове болести после овог конкретног случаја на истој фарми. После оваквих налаза вештака те у ситуацији када Земљорадничка задруга „Риђица“ производи и продаје пилиће за тржиште, као робу, по становишту Врховног суда Србије дужна је да предузима све превентивне мере здравствене и хигијенске заштите да до обољења не дође поготову када се на фарми код првотуженог ово обољење и раније појављивало и то је било противтуженом познато. Повећана одговорност првотуженог произилази из одредбе члана 18. ЗОО а његова одговорност се цени по одредби члана 158. ЗОО. Дакле не може се првотужени ослободити од одговорности ако је до инфекције дошло његовим пропустима у предузимању хигијенских и здравствених мера будући да су његова јата већ раније обољевала од ове болести а према мишљењу Ветеринарског факултета до инфекције је дошло код првотуженог. Код те околности да је првотуженом било познато да његова јата оболевају од ове болести био је дужан да предузме све неопходне мере да спречи инфекцију и да поступа са повећаном пажњом. Ове одлучне чињенице нижестепени судови нису утврђивали, због погрешне примене материјалног права, нити су се на те околности вештаци изјашњавали па је преурањен закључак другостепеног суда да на страни првотуженог не постоји никаква одговорност. Заправо да би се првотужени као произвођач робе предузео све мере које спадају у домен повећане пажње да би заштитио своје купце од скривених мана. То је у конкретном случају пре свега цепљење живине и друге хигијенске и здравствене мере које је потребно преко вештака утврдити, према правилима струке (на пример да ли дезинфекцијом или на други начин може да се спречи понављање инфекције нових јата). Тек ако између пропуста првотуженог и настале штете не би постојала узрочна веза, тада би се првотужени могао ослободити одговорности.

(Решење Врховног суда Србије, Рев. 368/98 од 29.10.1997.)

Ограничење одговорности продавца за правне недостатке ствари

Не може се уговором ограничити или искључити одговорност продавца за правне недостатке ствари која је предмет уговора, уколико је продавац у време закључења уговора био несавестан, тј. знао или морао знати за такве недостатке.

Из образложења: Неосновано се ревизијом указује на околност да су странке уговором искључиле одговорност туженог за правне недостатке ствари која је била предмет уговора. Јер, чак и за случај да је таква одговорност туженог искључена, мада изведени докази упућују на супротан закључак, такво искључење не би било пуноважно. Ово из разлога што је одредбама члана 315. став 2. ЗОО прописано да ако је у време закључења уговора продавцу био познат или му није могао остати непознат неки материјални недостатак у његовом праву, одредба уговора о ограничењу или искључењу одговорности за правне недостатке је ништавна. Несумњиво је да је тужени, као продавац, у часу закључења уговора био несавестан, обзиром да је за правне недостатке на продатом возилу знао или пак, према свим околностима морао знати. На то посебно указује околност да је због преправљања бројева мотора и шасије аутомобила који је предмет уговора о продаји, тужени оглашен кривим за кривично дјело фалсификовања исправе и осуђен на казну затвора.

(Пресуда Врховног суда Републике Црне Горе, Рев 518/04 од 14. 6. 1995.)

3. Случајеви повлачења производа са недостатком са тржишта

Неисправност уређаја резервоара за гориво

Упозорење на опасности је дошло од купаца када се на неколико аутомобила модела „астра“ произвођача Опел-а, приликом сипања бензина на бензинским пумпама, на отвору резервоара појављивала ватра.²⁶⁵ Произвођач тврди да је реч о девет случајева а из поузданих извора се барата с најмање двадесет. У сваком случају то је изазвало страх и велико узнемирење власника ових аутомобила јер су се плашили да ова појава може да доведе до праве катастрофе.

Објашњавајући овај недостатак произвођач наводи да се бензинска испарења на улазу у резервоар „астре“ пале због концентрације статичког електрицитета. Стога је произвођач донео одлуку да са тржишта повуче око 2,3 милиона аутомобила модела

²⁶⁵ Политика, 25. 02. 1995. стр.8.

„астре“ и да на овим као и будућим произведеним аутомобилима овога типа угради један метални прстен, уместо пластичног, чиме би, како тврди произвођач, опасност била отклоњена.

Опасна течност за сочива

Српска агенција за лекове је обавестила домаћу јавност (маја 2008.) да производ „Re Nu MoistureLock Multi-Purpose Solution“ америчког произвођача „Bausch & Lomb“ није добио решење за стављање у промет издато од наше агенције, обзиром да је у поступку регистрације произвођач одлучио да повуче наведени производ из промета због сумње у повезаност са појавом инфекције очију код корисника²⁶⁶

У америчким медијима се наводи да постоји ризик од оштећења рожњаче. Одређени микроби доводе до појаве кератитиса, запаљења рожњаче, проузрокованог паразитом акант амебом (*Acanthamoeba meningoencephalitis*), коју је тешко детектовати и још теже лечити.

Најмање 138 пацијената је погођено појавом инфекције повезане са течношћу за контактна сочива. Надлежни органи и институције у Сједињеним Америчким Државама (Федерална агенција за лекове и храну, Агенција за контролу болести, затим, надлежна државна и локална одељења за здравље, као и офталмолози и специјалисти за очне болести) су саветовали потрошачима да одмах престану са употребом ове течности. Надлежни органи САД су упутили апел лицима која су користила овај препарат да се јаве својим офталмолозима а нарочио ако осете или примете црвенило ока, осетљивост на светлост, необичан осећај у оку или сузење ока, имајући увиду да симптоми могу да трају недељама и различито се манифестују међу пацијентима.

²⁶⁶ Политика, 30. 05. 2008.

4. Случајеви повлачења производа са тржишта у другим земљама

Адитиви за гориво у имплантатима за дојке

Француска компанија ПИП (PIP Poly Implant Prothèse)²⁶⁷ је производила и продавала силиконске имплантате за дојке направљене од јефтиних индустријских сировина које садрже адитиве који се користе у нафтној индустрији и производима од гуме уместо медицинских квалитетних силикона. Анализа урађена на захтев француске радио станице RTL указује да они имају око пет пута већи ризик руптуре имплантата у дојци него од медицинских квалитетних силикона. Француска агенција за безбедност здравља регистровала је 1.443 руптуре и 495 упале дојки. И највећа британска клиника за пластичну хирургију Трансформ (Cosmetic Surgery firm Transform) је открила да имплантати произвођача Poly Implant Prothèse пуцају седам пута чешће него што се раније мислило. Због тих података британски министар здравља затражио је процену ризика за око 50.000 Британки којима су уграђени имплантати ПИП компаније и повлачење производа са тржишта.

ПИП компанија која је била трећи светски произвођач силиконских имплантата од 1991. до 2010. године (када је затворена након откривања незаконите производње и промета), произвела је око два милиона комплета силиконских имплантата. Поред продаје у Француској, они су извожени и у земље Европске уније (Велика Британија, Немачка, Холандија, Шпанија, Италија, Финска Естонија и Чешка) и Латинске Америке (Бразил, Венецуела, Аргентина), где је уграђено око 400 до 500 хиљада комплета силиконских имплантата.

Француска влада је препоручила женама којих је око 30.000 које имају уграђене ПИП имплантате да их изваде на рачун здравствених фондова. Надлежне институције у другим земљама такође препоручују уклањање имплантата ПИП компаније.

²⁶⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Poly_Implant_Proth

Повлачење из продаје стаклених боца пива²⁶⁸

Компанија Анхојзер-Буш (Anheuser Busch), највећи произвођач пива у свету, повукла је око 5,8 милиона стаклених боца пива своје најпознатије марке „бадвајзер“ (budweiser beer) из продаје у једанаест европских земаља (Шпанији, Португалији, Данској, Шведској, Кипру, Малти, Белгији, Холандији, Летонији, Немачкој и Швајцарској). Разлог за повлачење пива из продаје су притужбе десеторо потрошача у веома кратком времену да им се при отварању пивске флаше „бадвајзер“ сломио грлић. Као узрок те појаве означена је прилично ислужена опрема за обликовање стакла у шпанској фабрици „Викаса“ и португалској „Барбоса алмеда“, одакле се „Анхојзер-Буш“ снабдевао боцама величине од 2,25 и 0,33 литра.

Овим реаговањем фирма жели да спречи евентуални губитак поверења потрошача у „бадвајзер“ и његовог произвођача.

Повлачење отровних наруквица „рибок“

Компанија „Рибок интернешенел“ (Reebok International) је повукла са светског тржишта своје промотивне рукавице после смрти једног четворогодишњег детета у Сједињеним Америчким Државама које се отровало оловом пошто је прогутало део наруквице.²⁶⁹

Са тржишта САД је повучено око 300.000 металних наруквица сребрне боје са привеском у облику срца на којем је угравирани натпис „Reebok“. Наруквице су од маја 2004. године у САД поклањане при куповини обуће за децу по цени од 33 до 50 долара. Наруквице су повучене у Канади, Латинској Америци и Азији.

²⁶⁸ Политика, 7. 07. 1999.

²⁶⁹ Политика, 25. 03. 2006.

Повлачење неисправне хране за бебе

Немачки произвођач хране за бебе „Хумана Милк Унион“ (Humana Milchunion) и адвокати 17 оштећених породица постигли су писани споразум којим ће немачки произвођач хране исплатити од 12 до 18 милиона евра на име одштете родитељима из Израела чија су деца током 2003. године, умрла или се разболела хранећи се производима ове фирме.²⁷⁰ Наиме, сојина замена за право млеко коришћена у фаталној рецептури другог највећег произвођача дечје хране у Немачкој, није садржала обавезни (према здравственим упутствима) и на етикети наведени витамин Ве1, неопходан за нормални развој организма. Лишавајући децу у исхрани једног од најважнијих састојака (Ве1) чији недостатак изазива болест бери-бери која оптерећује срце, мозак и нервни систем и чак може довести до смртног исхода (што се најалост и догодило у новембру 2003. године у Израелу). Три детета су умрла, најмање петнаест трајно су оболела због непотпуне “кошер“ прехранбене формуле немачког произвођача.

Опасна „Хуманина“ храна после тога је одмах била повучена из продаје у Израелу и САД („супер соја 1“ је била дистрибуирана искључиво на ова два тржишта као замена за мајчино млеко). То је био још један аргумент заговорника мајчиног млека и природног начина исхране беба - дојењем.

Упозорење Европске комисије о фарбама за косу

Европска комисија је обавестила Националне организације потрошача да је забранила 22 хемијске супстанце које се користе у производњи боја за косу²⁷¹. Европска комисија саопштава да су дугогодишње медицинске студије потврдиле везу између штетних супстанци које садрже фарбе за косу и појаве карцинома. Након овог обавештења, Министарство здравља Републике Србије издало је налог надлежним инспекцијама да утврде да ли фарбе које се продају на тржишту Србије имају неке од 22

²⁷⁰ Политика, 4. 08. 2004.

²⁷¹ Политика, 31. 10. 2006.

хемијске супстанце које се користе у производњи боја за косу а имају канцерогене састојке.

5. Контрола производа на тржишту

Заштита потрошача од увоза производа без контроле

Удружења потрошача у складу са Законом имају овлашћења да делују и превентивно односно да захтевају контролу робе на тржишту. У складу са овим својим правом оно је поднело више захтева тржишној инспекцији да изврши ванредну контролу увозних прехранбених производа на присуство ГМО соје у њима.²⁷² У Министарству пољопривреде наводе да њихове инспекције проверавају сваку пошиљку сумњиве хране за коју се поднесе захтев за увоз и нема потребе за ванредном контролом, обзиром да присуство у неком производу до 0,9% ГМО није обавезно навести у декларацији.²⁷³

На домаћем тржишту се не контролишу адекватно неки увозни производи, као што су рибе, месне конзерве, замрзнуто месо. Око 40% намирница се пласира у сивој зони где инспекција углавном нема приступа. Тако се догађа да се на киосцима брзе хране продају пљескавице у које је додата ГМО соја. На пијачним тезгама могуће је наћи и одлеђено пилеће месо, за које се не зна одакле долази. Храна која се продаје ван легалних токова нико не контролише, она се производи мимо свих прописаних стандарда.

Најчешћи разлози због којих је споран квалитет намирница су хистамин у риби, афлатоксин у кукурузу и осталим житима, сточној храни, кромпиру, млеку, воћу, орашастом воћу и храни животињског порекла. ГМО се налази у сточној храни и месу. Недозвољени адитиви се налазе у слаткишима, жвакаћим гумама, газираним напицима, конзервираној храни и дијеталним производима.

²⁷² Блиц, 13. 02. 2013. стр.11.

²⁷³ www.blic.vesti/ekonomija/proterati-gmo-sa-rafova-u-srbiji

Тржиште хране преплављено плагијатима хране

Тржиште хране у Србији је преплављено плагијатима.²⁷⁴ На улици се по веома ниској цени продају „милке“ уместо „милка“ чоколаде, „орбет“ је заменио „орбит“ жвакаће гуме, а „нутела“ прави „нутелла“. Купци често не примете да је разлика између оригинала и фалсификата само у једном слову и називу производа. Схвате да су преварени тек када пробају производ. Будући да ови плагијати имају скоро исту амбалажу као и оригинал, потрошачима се препоручује да пажљиво прочитају натпис на овим производима, и схватиће да иако изгледају као оригинал да они то ипак нису. То је истовремено и маркетиншки трик који се користи да се продаје роба лошијег квалитета. Потрошачи су често необавештени и „наседају“ на ниске цене и не проверавају декларацију и рок до када је производ употребљив. Плагијати производа хране опасни су по здравље јер често садрже лоше сировине и недозвољене супстанце (адитиве).

Продаја производа којима је истекао рок трајања

На рафовима у продавницама често се налази на производе којима је истекао рок трајања. Поједини трговци на те производе стављају налепнице с продуженим роком трајања а често их продају по сниженим ценама.²⁷⁵ Нажалост, потрошачи у великом броју случајева на производу не могу да утврде рок трајања јер је датум нечитак. Најчешће се на овај начин продају храна у конзерви, зачини, сухомеснати производи, супе у кесицама и млечни производи.

Производи који су у Европској унији забрањени у Србији се без проблема продају

Производи који су забрањени у Европској унији и даље се налазе у рафовима продавница у Србији.²⁷⁶ Министарство трговине, туризма и телекомуникације покренуло

²⁷⁴ Пресс, 14. 08. 2006.

²⁷⁵ Курир, 16. 01. 2013. стр. 12.

²⁷⁶ Информер, 2-3. 02. 2013. стр. 6.

је сајт НЕПРО на коме се налазе информације о производима који нису безбедни за употребу. Европска унија штити своје потрошаче преко система RAPEX на чијем сајту се налази списак штетних производа. Српски систем НЕПРО не усклађује извештаје са RAPEX системом. Често се дешава да исти производ који је забрањен у Европској унији у Србији се без проблема продаје.

Безбедносни стандарди медицинских уређаја

У Директиви 93/42/ЕЕЗ су дефинисани захтеви за клиничко тестирање, обликовање, производњу, маркетинг, инсталирање и коришћење медицинских уређаја који се продају на тржиште Европске уније. Потрошаче је узнемирила вест да су пацијентима уграђивани вештачки кукови који могу да униште мишиће.²⁷⁷ Код коришћења металних вештачких кукова долази до њиховог хабања, трењем се стварају струготине које доспевају у крвоток а затим оштећују мишиће и кости. Реч је о имплантатима које је произвела британска компанија „De Pju“ који су у употреби од деведесетих година двадесетог века. Након откривања штетних последица, производи ове компаније повучени су из даље употребе.

У Србији постоји више од 10.000 људи којима су уграђени метални вештачки кукови.²⁷⁸ Реч је о куковима који су уграђени пре 2000-те године а направљени су од медицинског челика. Они после дугог ношења (од 20 до 30 година) могу да хабањем створе струготине које могу изазвати локално оштећење ткива, капилара и мишића покорице зглоба. Метални кукови се у нас више не користе већ се уграђују кукови од титанијума.

Канцерогене материје у обући

Истраживање које је наручила немачка телевизија WDR (Westendeutscher rundfunk, Köln) у вези састава материјала гумених папуча „крокс“ су показала да састав материјала

²⁷⁷ Курир, 30. 01. 2012. стр. 9.

²⁷⁸ Курир, ибидем.

у шест од десет узорака различитих произвођача садрже канцерогену материју полициклични ароматични угљоводоник (ПАН).²⁷⁹ Она се може уносити у организам обзиром да се ове папуче најчешће носе на босу ногу и могуће је да канцерогена материја директно продире у кожу. Оне нису пронађене у оригиналним америчким моделима. Ове папуче су популарне код великог броја грађана у Србији. Заступник Крокс-а за Србији је изјавио да копије (плагијати) које се увозе из азијских земаља (Бангладеш, Вијетнам, Кина) у Србију садрже канцерогени садржај.

У Србији не постоји никаква контрола хемијског састава увозних производа. На граници се врши само контрола испуњености захтева за означавање и обележавање обуће, кажу у Националној организацији потрошача Србије. Надлежне инспекције нису интервенисале и потрошачи не знају коме да верују.

Опасне хемикалије у фирмираној одећи

Међународна еколошка организација Гринпис (Greenpeace International) је објавила извештај о отровима у одећи популарних модних марки као што су „Зара“, „Левис“, „Кевин Клајн“, „Бенетон“, „Армани“.²⁸⁰ Анализирано је укупно 141 узорак одеће у 29 земаља. У 89 комада пронађени су нонилфенол етоксилати у концентрацији од 1 до 45.000 милиграма по килограму. Забрињавајуће је и присуство амина из азо-боја који изазивају рак. Иако су ове хемикалије у границама које прописује Европска унија, за „Гринпис“ је недопустиво да се уопште налазе у одећи а нарочито не у дечјим фармерицама. Међутим, када једном доспеју у воду (канализацију) ове хемикалије се разлажу у токсичан нонилфенол који ремете рад људског репродуктивног система. У већој количини ове хемикалије могу проузроковати рак, алергију, оштетити органе и хормонски систем.

Надлежне инспекције у Србији нису добиле обавештење о спорним артиклима ради даљег предузимања мера у вези са небезбедним производима. Израђена одећа често се прекрива формалдехидом, који је током транспорта чува од гужвања или трулења услед гљивица. Ово једињење изазива и тешке алергијске реакције а присутни су и дугорочни

²⁷⁹ www.telegraf.rs/vesti 8. 8. 2013.

²⁸⁰ www.alo.rs/tag/ekoloska-organizacija-grinpis

негативни, кумулативни ефекти на здравље. Употреба нонилфенола је ограничена у многим земљама где се продаје фирмирана (брендирана) одећа. Ова хемикалија има способност да опонаша естроген, због чега ремети природну равнотежу хормона у погођеним организмима.

Перфлуорова једињења (perfluorinated compounds) дуго времена су сматрана неотровним. Почетком двадесетпрвог века је откривено да се сакупљају у људском телу и околини. Ове хемикалије садржи одећа која се не гужва и не пегла. Многе студије их везују за рак дојке. Поред тога и бојила за кожно одећу садрже фенилендијамин који може изазвати алергијске реакције. Користи се и у разним бојама за косу, обојеном крзну, обојеној кожи и одређеним фотографским производима. Илустративан је пример једне београђанке која је добила јаку алергију на фарбу за косу.²⁸¹ Чим је утрљала фарбу у косу осетила је јаке болове. Из компаније „Хенкел“ која производи фарбу добијено је објашњење да се у оваквим случајевима стандардна процедура проводи тако да се достави узорак производа са амбалажом и рачуном продавнице у којој је купљена роба. Након тога врши се лабораторијско испитивање узорка ради даљих анализа како би се утврдило да ли је производ у прописаним параметрима квалитета. Из Хенкела је добијен одговор да су све њихове боје за косу безбедне и усклађене са европским и нашим стандардима. На њиховим бојама за косу налази се упозорење о обавезном спровођењу алергијског теста сваки пут 48 часова пре бојења косе, чак и уколико је боја раније коришћена. На тај начин кривица се сваљује на потрошача јер није пре употребе фарбе поступао по упозорењу да се обавезно спроведе алергијски тест.

Покренута је и кампања забране избељења „Левис“ фармерки техником пескарења обзиром да су радници констатно изложени утицају кристалног силицијума који се користи у поступку избељивања цинса. У периоду између 2005. и 2009. године умрло је чак 40 радника у фабрици у Турској који су радили на производњи фармерки које се избељују техником пескарења.²⁸²

²⁸¹ Курир, 31. 01. 2013. стр. 12-13.

²⁸² Пресс, 24. 02. 2011.

Најопаснија хемикалија коју потрошачи редовно користе

Епидемија рака у свету, повећање броја дијабетичара, појава алергија, учесталост аутизма, Паркинсонове, Алцхајмерове и других тешких болести само су неке од последица токсина и опасних материја које се уносе у организам путем хране и пића. Од канцерогених хемикалија које се конзумирају и пију, аспартан је један од најопаснијих. Када се загреје на 30 степени ослобађа се метанол који се затим даље разлаже на формалдехид и мрављу киселину.²⁸³

Вештачки заслађивач аспартан који се појавио на тржишту почетком седамдесетих година двадесетог века данас је основни састојак у више од 6.000 различитих прехранбених производа. И поред тога што постоји мноштво доказа о његовој токсичности, у већем делу света па и код нас он се свакодневно користи. Један од две аминокиселине које чине аспартан је фенилаланин. Он је посебно опасан за труднице и њихов плод јер доводи до менталне ретардираности, микроцефалије и других дефеката.

Постоје, међутим, и они који сматрају да чувени заслађивач није штетан, имајући у виду одлуке америчке агенције за дрогу (ФДА, 1991.) и Европске уније (1994.) којима се одобрава његово коришћење у храни.

Опасни производи на тржишту

На тржишту Србије је све више опасних производа.²⁸⁴ Овакви и слични производи нису реткост у домаћим продавницама. Међу њима има дечјих одевених предмета, колица и креветаца, сандала за децу, затим ручног алата, кинеског намештаја, продужних каблова, кварцних грејалица. Кинеске дечје јакне С&А су опасне за децу јер је утврђено да малишани у њима могу да се угуше. Слично је и са панталонама Н&М пореклом из Бангладеша. Код кварних грејалица и продужних каблова прекидачи нису одговарајући за ту количину топлоте, па су се топили и палили. Одговорност за стављање у промет

²⁸³ Курир, 10. 05. 2015. стр. 18-19.

²⁸⁴ Курир, 4. 10. 2014. стр. 8.

небезбедних производа је на произвођачима, увозницима и трговцима али и на државним органима односно надлежним инспекцијама.

Козметика пуна отрова

Произвођачи се упозоравају да се у козметичке производе стављају проблематични састојци како се производи не би брзо убуђали, да имају пријатан мирис, спречавају знојење, избељују зубе и добро пене. Козметичка индустрија користи око 3.000 хемикалија и више од 800 отрова. Сматра се да више од 80% тих састојака није до краја испитано.²⁸⁵ Супстанце су у ниским концентрацијама.

Производи за негу лица, тела, ноктију и косе садрже састојке који отпуштају формалдехид. Ово једињење може да иритира дисајне органе, проузрокују астму, алергије, главобољу умор и вртоглавицу.

У шампонима, регенераторима за косу и лосионима, налазе се парабени као конзерванси. Они се доводе у вези са раком дојке па се избацују из употребе.

Фталати делују на ендокрилни систем,. Има их у лаковима за нокте и косу, сапунима и парфемима. Лоше утичу на рад жлезда које производе хормоне. Могу утицати на повећање телесне тежине код деце.

Пропилен глукол је дериват нафре који изазива елергијске реакције. Има га у дезодорансима у стику. Један је од најчешћих састојака у препаратима и лако продире у кожу. Налази се и у кремама за самопотамњивање.

ВНА (butulated hydroxyanisole) и ВНТ (butulated hydroxytoluene) су синтетички антиоксиданси. Има их у ружевима и хидратантним кремама. Могу проузроковати алергије на кожи и ендокрине болести.

Тешки метали у недозвољеним количинама, поготово олово које се налази у бројним козметичким производима, посебно ружевима и препаратима за усне.

²⁸⁵ Блиц, 12. 10. 2014. стр. 12.

Триклосан је конзерванс који има антибактеријско дејство и један је од најтоксичнијих супстанци у козметичким производима. Налази се у сапунима, лосионима, дезодорансима, кремама и пастама за зубе.

Натријум лаурилсулфат и натријум лаурилетер који се користе у пастама за зубе, балзамима за косу и шампонима који стварају велику пену надражују очи и слабе одбрамбени систем.

Потрошачима се препоручује да пажљиво читају декларацију о састојцима производа. Имајући увиду да произвођачи козметичких производа користе разне трикове да прикрију састав производа, почевши од ситних слова и мање познатих хемијских назива и скраћеница. Њима је све је теже да буду сигурани у састав производа.

6. Обмане потрошача и фалсификати

Обмана потрошача декларацијама

Нови правилник о декларисању, означавању и рекламирању хране унео је доста новина и олакшао потрошачима контролу исправности производа пре куповине како не би дошли у заблуду или били жртве обмане продавца.

Намерно завођење потрошача најприсутније је у категорији воћних сокова.²⁸⁶ Потрошачи се најчешће доводе у заблуду величином слова и сликама. Тако за сок који је мешавина бруснице, јабуке и нара, произвођачи обично на предњој страни истакну само слику и назив бруснице а у декларацији о саставу стоји да је највише јабуке а најмање бруснице. Списак састојака у соковима треба да се наводи по опадајућем низу и подацима о проценту колико је од сваке врсте воћа додато сока у мешавину тако да је потрошач сигуран какав је сок купио.

Слично је и са млечним производима. У Европској унији на пример, на јогурту и производима са пробиотским културама се не налазе натписи да поправљају или побољшавају имунитет и пробаву. У Србији на амбалажи јогурта пише да саржи две

²⁸⁶ Политика, 7. 07. 2014. стр. 11.

пробиотске културе и пробиотик олигуфруктозу који повољно делују на дигестивни тракт, подстичу варење и убрзавају метаболизам што је клинички доказано (без навођења установе). Произвођачи и трговци користе велику потражњу у данима поста за посним производима. Потрошачи купују производе на којима стоји уочљива етикета „посно“ а да и не прочитају декларацију која је написана једва читљивим словима да производ садржи млеко, протеине животињског порекла и друге мрсне састојке. Због ових превара нико још није одговарао, истичу у Националној организацији потрошача Србије.²⁸⁷

Белгијска тужба против Ерл-а због обмане с гаранцијом

Белгијско удружење за заштиту потрошача „Test Ankor“ поднело је Привредном суду у Бриселу тужбу против калифорнијске компаније Ерл у којој тврди да она крши закон о гаранцији.²⁸⁸ Удружење се позвало на бројне жалбе потрошача који нису били задовољни информацијама добијеним од Ерл-а и овлашћених дистрибутера због тога што купце доводи у заблуду у вези са правом на гаранцију.

Калифорнијска компанија Ерл одобрава гаранцију само годину дана, а купцима нуди да доплате за продужену гаранцију од још три године, тзв. Ерл-ов план заштите, иако по европским законима потрошачи имају право на гаранцију пуне две године од дана куповине.

Белгијско удружење „Test Ankor“ се поводом овог питања обратило Ерл-у у марту 2012. године заједно са још десет европских потрошачких удружења, али никакав одговор нису добили. Они тврде да су информације о гаранцијама на Ерл-овом сајту нејасне и непотпуне у више ставки и да су на њему линкови ка документима који су компликованији него што је потребно.

На белгијском сајту Ерл-а пише да за сваки мек, ајпод, ајфон и монитор постоји бесплатна техничка помоћ 90 дана и ограничена гаранција од годину дана од дана продаје. Посебан „Ерлов план заштите“ омогућава да се гаранција продужи. У фусноти на дну

²⁸⁷ Информер, 2. 03. 2015. стр. 8.

²⁸⁸ Политика, прилог „Потрошач“, 31. 01. 2013. стр. 12.

странице ситним словима је написан линк који води ка важећем закону Европске уније о гаранцијама.

Италијанска агенција за заштиту конкуренције казнила је 2011. године „Epl“ са 900.000 евра због тога што је обманула потрошаче продајући им продужену гаранцију у оквиру тзв. „Еплогог плана заштите“ доплатом после прве године, иако су по закону Европске уније имали право на аутоматску двогодишњу гаранцију.

У Србији не постоји званична „Epl“-ова продавница. Њени производи се продају у радњи која има статус „првог препродавца“. На сајту ове продавнице видљиво је истакнуто да је гаранција на „Epl“-ове производе две године, од тога годину дана интернационална, а друга година само у Србији. Њихово објашњење је да се рекламација у првој години може поднети у било којој радњи у свету која званично продаје њихове производе, а у другој години само код њих.

Заштита потрошача од фалсификованих производа

Понуда копија фалсификата разних одевних предмета, дечјих играчака, кондиторских производа, делова за аутомобиле и пратећу опрему, електроматеријала, средстава за хигијену и сл. није само појава у Србији, већ је то забележено и у светским размерама.

Фалсификати лепо изгледају, а квалитет је толико лош да се на пример патике распадне за недељу дана. Произвођачи познатих робних марки често су принуђени да пред налетом фалсификата својих производа упозоравају купце путем огласа на знакове препознавања оригиналног производа. Оригинални брендови, у сталној трци за бољим квалитетом, раскошним рекламама нехотице чине и услугу плагијаторима који нуде потрошачима оно што се највише тражи. Што се производ више рекламира више се и фалсификује. Многи купци и не питају да ли је роба фалсификат или не, већ их занима само цена. Често се у излог стави оригинални производ, а купцу запакује фалсификат.

У Србији постоје три врсте купаца брендиране робе: они који умеју да препознају производе, знају њихов квалитет и особине, други који воле да носе брендирану робу, али је препознају по томе где се продаје (место, продавница где се продају увозни производи),

и трећи који би волели да имају маркирану робу али је купују само ако је цена ниска. А то су онда фалсификати оригинала који се продају на улицама и посебним тржним центрима (бувљацима).²⁸⁹

Највећи центри где се дистрибуирају копије патика марки „Addidas“ „Nike“ и „Puma“ су градови у централној Србији који имају добре везе са Румунијом и Бугарском, сматрају у робној кући „Делта спорт“.²⁹⁰ Према њиховој процени у Србију се годишње прошверцује око 35.000 комада разне робе који су фалсификати „Најка“. На удару фалсификатора су најчешће познате стране робне марке. Када год се сазна да за познатим страним робним маркама постоји велика тражња, фалсификатори их копирају до најситнијих детаља. Фалсификате прати чак и декларација о пореклу робе, тако да та роба све боље изгледа, али је ипак квалитет лош.

И Француски модни гигант „Lakoste“ подигао је тужбу 2006. године против две кинеске фабрике и једне трговинске компаније пред пекиншким другостепеним народним судом ради заштите свог познатог логотипа – крокодила. Током 2005. године Chanel, Prada, Burberry, Louis Vuitton и Gucci тужили су веома прометну пекиншку робну пијаци ради надокнаде за продају лажних копија њихових производа.²⁹¹ Порастом интернет трговине у Србији неминовно долази и до веће појаве копија познатих робних марки. „Лакосте“ је један од најчешће фалсификованих одевних марки и поред великих мера предострожности.

Поред одевних предмета фалсификују се и воћни сокови, алкохолна пића, електроматеријали и кондиторски производи.

Током јула 2012 године, службеници криминалистичке полицијске станице у Лозници су на пијаци у том граду запленили већу количину лажног вињака са фалсификованим акцизним маркама. Рубинова лабораторија је анализирао садржај заплетееног вињака и утврдила да је реч о разблаженом алкохолу непознатог порекла у који су додате боје како би визуелно подсећао на оригинални вињак.

²⁸⁹ Илустрована политика, 23. 02. 2008.

²⁹⁰ Глас јавности, интернет издање, 11. 10. 2005. (<http://arhiva.glas-javnosti.co.yu/arhiva/2005/10/11/srpski>)

²⁹¹ Привредни преглед, 3. 08. 2006.

Основна сировина за производњу свих фалсификата из области алкохолних пића је рафинисани етанол пољопривредног порекла који се у Србији производи у неколико шпиритана или се увози из суседних земаља. То значи да би за полицију и надлежну инспекцију било релативно лако да прате путеве дистрибуције етанола и да на тај начин дођу до фалсификатора.

На тржишту Србије су се током 2012. године појавили и фалсификовани Пионирови (Суботица) производи „лешник карамела“ и „негро“ бомбони које је произвела турска компанија „Вурал шећерлеме“ а на тржиште у Србији пласирала компанија „Ангкор“. Благовременом реакцијом Управе царина и тржишне инспекције донето је решење о заплени и повлачењу лешник карамеле које су се могле купити у свим великим ланцима и на бензинским пумпама. Копија лешник карамеле се врло мало разликовала од оригинала и по изгледу је била незнатно тамнија.²⁹²

Интересантан је и пример са највећег сајма компјутера у ХанOVERу (Немачка). У полицијској рацији претресен је 51 штанд излагача из Кине, Тајвана, Кореје, Немачке, Пољске и Холандије. Том приликом је заплењено 69 сандука илегално произведених копија техничких уређаја. Повод за рацију је била пријава италијанског предузећа „Sisvel“.²⁹³

Поједини фалсификовани производи веома угрожавају безбедност потрошача. Илустративан је пример аутоматских заштитних прекидача увезених из Турске који су фалсификат оригинала производа „МЦ32“ српске фирме „Минел Елип“. Фалсификовани прекидачи на тржиште улазе без атеста и контроле и продају се на већини пијаца у Србији. Купац који купи фалсификат аутоматског прекидача излаже се великом ризику струјног удара.²⁹⁴

²⁹² Привредни преглед, 7. 08. 2012.

²⁹³ Блиц, 9. 03. 2008.

²⁹⁴ Политика, 31. 03. 2006.

Фалсификовани лекови

Прецизни подаци о томе колико се на нашем тржишту налази фалсификованих лекова не постоје. Према подацима Светске здравствене организације само у 1999 и 2000. години око 60% свих фалсификованих лекова били су из групе антибиотика, аналгетика, хормона, стероида и антихистаминика. Ванредном контролом које је спровела инспекција Министарства здравља током марта 2000-те године утврдила је да узорак лека „sialis“ (лек за терапију еректилне дисфункције) не одговара стандардима квалитета. Министарство здравља је обавестило Министарство унутрашњих послова након чега је покренут поступак за привредни преступ против једне и прекршајне пријаве против пет апотека у којима је пронађен фалсификат лека.²⁹⁵ Медикаменти за еректилну дисфункцију и стероиди најчешће се налазе на илегалном тржишту. Углавном је реч о плагијатима мало познатих производа, док се чувени брендови ређе фалсификују.

Примери неких од фалсификованих лекова у последњих пар година су „henical“ (за третман гојазности) који се од 2007. године продаје преко интернета, „zuprexa“ (за третман шизофреније) и „lipitor“ (за смањење холестерола). Најгори случај у последње време је био традиционални лек против дијабетеса, откривен у Кини 2009. године. Лек је садржавао шест пута већу дозу глибенкламида од нормалне, што је за последицу имало смрт двоје и хоспитализацију девет људи.²⁹⁶

На глобалном нивоу Светска здравствена организација води кампању борбе против фалсификованих лекова кроз активности ИМПАСТ групе (International Medical Products Anti-Counterfeiting Taskforce) која делује од 2006. године и чине је 193 државе чланице. Фалсификовани лекови могу да продуже време трајања терапије и на тај начин да доведу до отпорности микроорганизама, а могу чак и да изазову смрт пацијената.

Потрошачима се препоручује да обратe пажњу на лекове које купују и користе, да избегавају наручивање лекова преко огласа у новинама или на интернету већ да купују лекове само у званичним апотекама обзиром да Инспекција Министарства здравља врши редовну контролу лекова у легалним каналима снабдевања. Сви лекови који се увозе у

²⁹⁵ <http://www.blic.rs/Vesti/Dodatak/falsifikovani-lekovi>

²⁹⁶ <http://www.blic.rs/Vesti/Dodatak/falsifikovani-lekovi>

Србију се контролишу у Националној контролној лабораторији. Према подацима Светске здравствене организације најчешће фалсификовани лекови у развијеним земљама су: хормонистероиди и антихистаминици, а у неразвијеним: антималярици, антитуберкулозици и лекови за лечење ХИВ-а (Human Immunodeficiency Virus) вирус из групе ретровируса познат као изазивач болести зване СИДА.

Обавештење о појави фалсификованих медицинских средстава на тржишту Републике Србије могу поднети и носиоци уписа медицинских средстава у Регистар медицинских средстава. Компанија „NELT CO. D.O.O.из Добановаца доставила је Агенцији обавештење о појави пет фалсификованих медицинских средстава на територији Републике Србије.²⁹⁷

1). Медицинска средства купљена на територији Републике Србије, на подручју Београда и Новог Пазара, под заштићеним називом „Durex Extra Safe“, број серије 20108492 представља фалсификат медицинског средства. Рок употребе наведен на паковању купљеног производа је 04. 2017. Према Изјави произвођача, рок употребе наведеног броја серије је погрешан. Наведена серија је произведена децембра 2008. године са роком трајања до новембра 2013. године.

2). Медицинска средства купљена на територији Републике Србије под заштићеним називом „Durex Sensation“, лот број TBR9057 са роком трајања до 04. 2019. године представља фалсификат медицинског средства. На спољном паковању је наведено да је оно произведено на Тајланду. Медицинско средство „Durex Sensation“ је добило дозволу за стављање у промет 14.05.2010. године са роком важења до 08. 03. 2015. године. Наведено медицинско средство се више не производи под тим називом, већ произвођач пушта у промет медицинско средство под називом „Durex Excite Me“ уписано у Регистар са роком важења до 28. 01. 2019. године.

3). Медицинска средства купљена на територији Републике Србије, на подручју Београда, под заштићеним називом „Durex Performa“ број серије 21409262 представљају заправо фалсификат медицинског средства. Рок употребе наведен на паковању купљеног производа је 04. 2017 године. Према Изјави произвођача рок употребе средства наведеног

²⁹⁷ www.alims.gov.rs/LATIN/2015/06/18/obavestenje-o-pojavi-falsifikovanih-medicinskih-sredstava-na-trzisty-republike-srbije

броја серије је погрешан. Наведена серија је произведена јуна 2009. године са роком трајања до маја 2014. године. Наведено медицинско средство се више не производи под наведеним заштићеним називом. Уместо њега произвођач пушта у промет медицинско средство под заштићеним називом „Durex Extended Pleasure“.

4). Медицинска средства купљена на територији Републике Србије, на подручју Београда под заштићеним називом „Durex Arouser“ лот број РК3077 са роком трајања до 04. 2017. године представља фалсификат медицинског средства. На спољном паковању је наведено да је оно произведено на Тајланду. Према Изјави произвођача наведена серија није произведена на Тајланду. Медицинско средство „Durex Arouser“ је добило дозволу за стављање у промет 14. 05. 2010. године, са роком важења до 8. 03. 2015. године. Оно се више не производи под тим називом, већ произвођач пушта у промет медицинско средство под називом „Durex Tckle Me“.

5). Медицинско средство купљено на територији Републике Србије, на подручју Београда и Рашке, под заштићеним називом “Durex Ultra Thin“ број лота 21209115, представља фалсификат медицинског средства. Рок употребе, наведен на паковању купљеног производа је 04. 2017. године. Према Изјави произвођача, рок употребе медицинског средства наведеног броја лота је погрешан. Наведени лот је произведен марта 2009. године са роком трајања до фебруара 2014. године. Медицинско средство „Durex Ultra Thin“ је добило дозволу за стављање у промет 14. 05. 2010. године са роком важења до 08. 03. 2015. године. Наведено медицинско средство се више не производи под наведеним заштићеним називом, уместо њега произвођач пушта у промет медицинско средство под заштићеним називом „Durex Feel Thin“.

О појави фалсификованих медицинских средстава на тржишту Републике Србије обавештене су све институције чија је надлежност борба против лажних лекова и лажних медицинских средстава и они су повучени са тржишта.

7. Кодекс алиментаријус - заштита или не потрошача

Контроверзама о овој теми нема краја. Једни тврде да је реч о стандарду који је део НАССР система и гарантује потрошачима безбедност хране, док други кажу да је реч о

пропису који не обавезује произвођаче ГМО хране да је декларишу као производ генетски модификованих организама. Потрошачи о овој теми мало знају, и збуњени су када на паковању неког производа прочитају да има Кодекс алиментаријус.²⁹⁸

Кодекс алиментаријус је организација основана 60-тих година двадесетог века од стране Светске здравствене организације и Организације за храну и пољопривреду под покровитељством Уједињених нација. Кодекс је био основан са намером заштите потрошача увођењем контроле производње и безбедности хране. Временом, указују опоненти прихватања Кодекса, ова организација је пала под утицај и пуну контролу фармацеутских и пољопривредних корпорација и произвођача генетски модификованог семена и хране, као што је напр. Монсанто. Тиме је Кодекс постао заштитник интереса великих компаније за производњу хране и лекова а не контрола безбедности хране и здравља потрошача. Правила која данас намеће Кодекс, кажу његови опоненти, уведена су са циљем да осигурају зараду огромним корпорацијама које производе семена и храну као и фирми које се баве генетским инжењерингом.

Природни додаци исхрани, алтернативни природни лекови, витамини и минерали ће тим Кодексом бити игнорисани док ће се отровне хемикалије користити као дозвољени додаци у исхрани, а фармацеутски, чисто хемијски производи, као лекови и витамини. Већина намирница ће бити подвргнута зрачењу како би им се продужио рок или могућност употребе, а генетски модификована храна неће више морати да буде обележена као ГМО. Кодекс алиментаријус ће сву контролу над храном дати у руке великих мултинационалних компанија као највећим произвођачима генетски модификоване хране.

Кодекс алиментаријус не обавезује произвођаче ГМО хране да је декларишу као производ генетски модификованих организама, као и да обележе да су животиње и биљке којима се тргује користиле ГМО. Три главна извора генетски модификоване хране су Сједињене Америчке Државе, Аргентина и Бразил.²⁹⁹ У месне прерађевине се уграђује увозно месо из Бразила. Оно је знатно јефтиније од домаћег. Заговорници Кодекса сматрају да држава може својим националним законодавством забранити промет живих ГМО организама и хране ГМО порекла. Потрошачи којима тровци и произвођачи кажу да

²⁹⁸ Потрошач, 31. 01. 2013. стр. 4-5.

²⁹⁹ Информер, 20. 03. 2013. стр. 9.

примењују Кодекс треба да знају да то не значи да биљке и животиње нису живи ГМО организми и да храна није ГМО производ, кажу присталице Кодекса.

Велику забуну међу потрошачима унела је информација да се на тржишту појавио јогурт „браво“, млекаре Лозница који се прави за трговине „Аман“ а на чијем паковању пише да има Кодекс алиментаријус.

Према мишљењу Министарства пољоприведе Србије нема разлога за забринутост јер су стандарди безбедности хране наведени у Кодексу постали принципи безбедности хране на којима је заснован НАССР систем. А како је примена овог система у складу са Законом о безбедности хране обавезна код свих оних који послују са храном, нема разлога да буду забринуте када прочитају да на паковању неког производ пише да има кодекс алиментаријус, кажу у Министарству пољопривреде.³⁰⁰

Није тајна да је Србија преплављена ГМО семеном. Од 36 узорака на 100 хектара на њивама у Војводини на чак 33 је утврђено присуство ГМО иако је законом забрањено коришћење овог семена. Међутим, ако је више култура обухваћено ГМО онда је то озбиљно упозорење да се становништво забрине за сопствено здравље.

Многи научници су упозорили да се већ у другој генерацији експерименталних животиња које су користиле генетски модификовану храну запажају проблеми у органима. У трећој генерацији јављају се тумори. У четвртој се јавља велика смртност и неплодност. Ако би се ова сазнања пројектовала на људски род, то значи да ће садашња генерација која користи генетски модификовану храну, знала она то или не, кроз 75 година имати катастрофалне последице.³⁰¹

Мултинационалне компаније недозвољавају да на декларацијама производа који садржи сировине од генетски модификованих биљака и животиња стоји упозорење потрошачима да тај производ садржи генетски модификоване сировине. Њима су познате чињенице о штетним последицама генетски модификоване хране и они то прикривају, покушавајући да избегну да наредним генерацијама људске цивилизације плаћају огромне своте новца одштете због могућих штетних последица по основу конзумирања тих

³⁰⁰ Потрошач, 31. 01. 2013. стр. 4.

³⁰¹ www.ana.rs./forum/index.php?topic

производа. За сада се у нас, осим прехранбено-безбедносних последица, не знају какве ће последице бити на појаву различитих врсте мутација које могу настати у природи.

Генетски модификоване биљке су у широкој употреби ушле почетком деведесетих година двадесетог века. Оне су доживеле експанзију захваљујући монополу мултинационалних компанија и политичком утицају владе најјаче државе на свету која стоји иза њих. У Србији је генетски модификована храна присутна после 2000-те године када је прихваћена донација САД од 50.000 тона сојине сачме за производњу концентроване сточне хране од генетски модификоване соје.

Највећа и најпознатија мултинационална компанија за генетски модификоване производе „Монсанто“ присутна је у Србији преко представништва. Моћне компаније у области хране су објединиле генетски модификоване организме, средства за заштиту биља укључујући и тоталне хербициде и фармацију, која од свега тога треба да лечи потрошаче.

8. Информисање и образовање потрошача

Информисани и образовани потрошач *conditio sine qua non* ефикасне заштите

Информисани и образовани потрошач има могућности да кроз заштиту права од пасивног постане активни потрошач свестан својих права.

Информисани потрошач располаже чињеницама од значаја за разуман избор понуђених производа и услуга и заштиту од непоштених реклама или од ознака на производима који га могу довести у заблуду при доношењу одлуке о куповини.

Образовани потрошач се сматра да је стекао знања и способности потребних за разуман и поуздан избор производа и услуге, уз свест о одговорности и његовим основним правима и начина како се могу остварити.

На тржишту прехранбених производа је конкуренција велика. Компаније се у својим оглашавањима служе обманама како би придобиле пажњу потрошача и повећале продају својих производа.³⁰² Својевремено је била агресивна реклама јестивог уља и

³⁰² <http://prime.ba/marketinske-prevare-prehrambene-industrije>

маргарина као производа „без холестерола“. Иако у биљној храни нема холестерола, реклама је имала велики утицај на потрошаче. Они који нису довољно информисани могу помислити да уље које се на овај начин рекламира има предност у односу на остала уља јер не садржи холестерол. Иако је избачена маст на рачун рафинисаних јестивих уља, број кардиоваскуларних обољења је све већи.

Истинита информација о прехранбеним производима ставља до знања потрошачима да храна која је доступна на тржишту не мора бити у најбољем интересу за њихово здравље. Познато је правило да што више произвођач оглашава неки производ то потрошачи све више имају сумњи и избегавају куповину тога производа.

У последње време су врло популарни производи са смањеним уделом шећера (угљенихидрата), као што су: разна пецива, чоколаде, слаткиши. Већи је проблем што у овим производима има више вештачких побољшивача укуса (заслађивача) и недозвољених штетних хемијских састојака. Такође су популарни производи са смањеним уделом масноће или они са „о“ масноће који се продају као здрави. Прехранбена индустрија да би могла да прикрије не тако примамљив укус ових производа додаје заслађиваче и остале вештачке побољшиваче укуса да би постали укуснији и стекли већи круг потрошача. Обзиром да надлежне инспекције не тестирају да ли су хемијске супстанце (побољшивачи, емулгатори, итд.) и њихове граничне вредности у границама дозвољеног. Потрошачи сваки дан конзумирају у себи различите канцерогене, мутагене и сличне „ометаче“ метаболизма“.

Такође треба знати да транс масти нису засићене масти, односно масне киселине (јаја, млеко, путер, свињска маст, итд.). Оне су полужасићене масне киселине и искључиво су индустријски производи, а налазе их се највише у рафинисаним биљним уљима (сунцокретоно, кукурузно, сојино, сусамово, од семени гротја) и њиховим прерађевинама, маргаринима и у популарним грицкалицама, слаткишима, итд. У реклами се врши огроман притисак на потрошаче да смање уношење масти у дневној исхрани због ризика од повишеног холестерола у крви и обољења кардиоваскуларног система. Онда се у исхрани користе производи са смањеним уделом масноћа уз повећање потрошње рафинисаних биљних уља са великим уделом полинезасићених масних киселина, односно транс масти које заправо стварају пометњу метаболизма у потрошачевом организму.

Транс масти су настале у последњих неколико деценија. Раније их у људској исхрани није било, јер су коришћене искључиво засићене и незасићене масне киселине. На омоту производа произвођачи приказују количине масти у производу које су подељене на засићене и остале масти, како би потрошачи усмерили пажњу само на садржај засићених масти. При томе је битније колико је тих осталих масти, јер су то заправо транс масти. Транс масти се на производ стављају као хидрогенизирана биљна уља.

Холестерол је градивна компонента сваке ћелијске мембране и без њега нема живота. Уколико га мање уносимо храном, јетра ће морати да га производи више. То значи да не треба избегавати у исхрани пуномасне млечне и друге производе који се стално избегавају и супротно томе траже млечни производи са минималном количином или „0“ млечне масти.

Слична је ситуација и са воћним напицима са разноврсним укусима одређеног воћа који се садрже мале количине воћа, највише од 12 до 15% или не садрже воћа уопште. Сладак укус долази из шећера и хемијских супстанци које дају ту специфичну арому која се жели добити (јагоде, поморанџе, боровнице, итд.) а промовишу се као „зdrави витамински напици“. Ако се неки производ рекламира да има укус бруснице, не значи да бруснице уопште има у њему.

Обмане са декларацијама су веома распрострањене у прехранбеној индустрији.³⁰³ Производи се промовишу као наводно здрава храна. Илустративан је пример рекламирања меса ајкуле за које се тврди да је здрава обзиром да је богата корисним омега-3 масним киселинама.

Купац се обмањује и у случају маслиновог уља у које се додаје обично сунцокретовом, у чајеве са стављају безвредне травке а зачини се мешају са прехранбеним бојама. Употребом ензимских препарата успешно се спајају комади свињетине с говедином. Посебна прича је мед, који се разради фруктозним или глукозним сирупом. И ако му се дода флорамфеникол, што је био случај у Кини и Индији, може бити опасан за здравље. Слично се догађа и са кестен пиреом и то тако што му се додају кувани и пасирани пасуљ, који купац уопште не примећује због шећера.

³⁰³ Информер, 8. 04. 2013. стр. 14.

Прехрамбена индустрија не бира начин да прода свој производ, не бринећи уопште за последице. Велики број производа се декларише као „здрави“, додају им се ознаке „интегрални“, „витамински“, „био“ „лајт“ (light), и препоручују се као „здрав међуоброк“ односно замена за „редовни оброк“. У састав тих производа укључују се и неки здрави елемент, али количина тог састојка је толико мала и незнатна да је апсолутно неважна. У оглашавању се наглашава само да производ има неки одређени здрав састојак (напр. целовита интегрална жита, млечни оброк, антиоксиданси, омега-3 масне киселине) и потрошач мисли да је производ извор тих састојака, а уствари реч је о великој обмани.

Популарни и све присутнији су оглашивачи „БИО“ или „природног производа“. Уколико је неки производ „БИО“ то не значи да је и органски гајен и произведен. Термин „БИО“ се везује за све оно што није прошло већу индустријску прераду, односно „природни“, није производ који је мењан да би се добио финални. На пример, воће и поврће је убрано са неке плантаже, биљке за чај осушене и упаковане, јаја како их је кокошка снела и свеже месо са пољопривредног газдинства не значи да биљке нису третиране са пестицима и хербицидима, да кокошке и стока нису третираны хормонима и антибиотицима, итд. Уколико је неки производ органски или биолошки узгајан он мора имати декларацију за то. Исто тако, ако је неки производ настао индустријском прерадом, мора имати назнаку за сваки састојак који је из органског порекла (уколико нису сви) за оне који нису треба навести. Тим природним се жели казати да производ не садржи синтетичке ароме, него производ јесте узгајан природно. Потрошачи треба да читају декларације на сваком производу, посебно информације о саставу производа, удео шећера, масти, протеина, додатака за укус и боје и сл.

И куповина јужног воћа захтева висок степен предострожности Оно је пуно пестицида. Иако су надлежне инспекције током 2012. године откриле само два случаја прекомерног коришћења пестицида у воћу, ипак треба бити опрезан у конзумирању јужног воћа јер се по правилу потапа у пестициде коју омгућавају да ови плодови буду дуготрајни.³⁰⁴ Код свих аргумена, односно лимуна, грејпфурта или поморанце током дугог складиштења може доћи до трулења које изазивају гљивице. Због тога се оно одмах после

³⁰⁴ www.blic/Vesti/Ekonomija/oprez-juzno voce-puno-pesticida

бербе третира имазапином, односно фунгицидима како би се смањили губици. Дозвољени раствор фунгицида да ни се спречио раст гљивица или плесни су 5 mg по килограму и у тим количинама није опасан по здравље.³⁰⁵

Јужно воће се углавном продаје у посебним паковањима. То је најсигурнији начин да купац преко декларације добије потребне податке о производу, употреби пестицида и упозорење о примени. Потрошачи у Србији су били узнемирени када се на тржишту појавиле банане увезене из САД а које у себи садрже токсичан и канцероген пестицид DBCP (Dibromachpropane). Обавезни пестициди у јужном воћу су fungicid imazail и tiabendazol који продиру у плод и штите га од трулења, У већим количинама су канцерогени. Прописима Републике Србије није утврђена максимално дозвољена количина пестицида у увозном јужном воћу. У нас фитосанитарна инспекција на граници врши преглед робе, документације и шаље узорке на токсиколошки преглед.

Неке од тих обмана удружења потрошача су успела да отклоне.³⁰⁶ Стиче се утисак да заштита потрошача у Србији није довољно брза и доследна. Потребно је наћи решења која ће омогућити бржу реакцију на жалбе потрошача.

Иако Закон о заштити потрошача пружа солидну заштиту потрошачима, у пракси она није на завидном нивоу. Они се углавном обраћају Удружењима када су им повређена права несаобразним производом или услугом или због нетачности декларације на производу.

Потрошачи се ређе обраћају Удружењима у вези неправичне пословне праксе и неправичних уговорних одредби. Они о овој проблематици не знају много и због тога су малобројни захтеви за заштиту ових права у пракси. Да би се то променило Удружења треба да се више ангажују око едукације потрошача, а инспекцијски и судски органи да обезбеде транспарентнији рад како би информације о исходу решавања жалби потрошача у вези ових питања долазиле до њих.

³⁰⁵ www.blic.rs/vesti

³⁰⁶ <http://eur.activ.rs/srbija-i-EU-potrebna-efikasnija-zastita-potrosaca>

VII. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Значај потрошача као субјекта на тржишту тадашњих држава чланица Европске економске заједнице правно је институционализован седамдесетих година XX века. Током деценија, позиција потрошача као учесника на јединственом тржишту Европске уније значајно је промењена. Економска димензија позиције потрошача као корисника на јединственом тржишту Европске уније доводи га у позицију субјекта права, чија је заштита обезбеђена низом посебних правних правила. Ово право је установљено да би се подстакло и омогућило стабилизовање економских и социјалних проблема који су постојали у периоду формирања јединственог унутрашњег тржишта Европске заједнице.

Неуједначеност у дефинисању појма потрошача у законодавству Европске уније и држава чланица, афирмисало је судску праксу Европског суда правде који је прихватио ужу дефиницију као физичког лица који је закључио уговор за сврхе ван своје професионалне делатности, тј. купује за своје потребе или потребе своје породице.

Према новом Закон о заштити потрошача Србије (2014) потрошач је физичко лице које на тржишту прибавља робу или услуге у сврхе које нису намењене његовој пословној или другој комерцијалној делатности.

Полазећи од Резолуције Генералне скупштине Уједињених нација бр. 39/248, Европска заједница је у стратегију заштите права потрошача уградила пет основних права: право на заштиту здравља и безбедности, заштиту економских интереса: надокнаду и правни лек, информисаност и образовање, и на представљање (право да буду представљени у осталим политикама Европске уније).

У Уговору о оснивању Европске економске заједнице (Roma Treaty, 1957.) није експлицитно регулисано питање права заштите потрошача, односно није установљен сврсисходан правни оквир за активности усмерене директно ка његовој заштити. Успостављени су саморегулишући механизми који су увели стандарде на бази необавезујућих правних норми.

Тек у Уговору из Маастрихта (Maastricht Treaty, 1993.) је уведено ново поглавље XI: „Заштита потрошача“, установљавајући у члану 129а(1) правни оквир за законодавну активност увођења вишег нивоа правне заштите, чиме она постаје службена политика

Европске уније. Право заштите потрошача је добило нови садржај редефинисањем поглавља XI односно увођењем новог поглавља XIV, тј. члана 153. Тиме је створен правни оквир за обухватнију његову заштиту: заштиту економских интереса, здравља и безбедности, права на информисаност, образовање и удруживање.

Након усвајања Лисабонског уговора и Уговора о функционисању Европске уније задржан је правни оквир о заштити права потрошача у поглављу XV, у члану 169. (ранији члан 153.), и наглашена је опредељеност да се захтеви потрошача узимају у обзир приликом дефинисања и спровођења осталих политика и активности Европске уније.

Уговор из Мастрихта у члану 129а је дефинисао обавезу националних права да приступе хармонизацији прописа који се односе на заштиту здравља, безбедности, економских интереса потрошача и њихову информисаност.

Позиција заштите потрошача у односу на друге учеснике на јединственом тржишту Европске уније постаје значајнија након увођења додатка у Уговору о оснивању Европске економске заједнице 90-тих година XX века, којим се проширује правни оквир за прихватање легислативе у сфери права потрошача. То је дало снажан подстицај за развој потрошачког законодавства, обухватајући директиве које истовремено штите њихове економске интересе и повећавају активности на јединственом тржишту Европске уније.

Директива 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима и Директива 2005/29/ЕУ о неправичној пословној пракси су две најважније директиве у области права заштите потрошача у државама Европске уније. Оне су усвојене у циљу превазилажења препрека развоју јединственог тржишта Европске уније и заштите потрошача као несразмерно слабије стране у правном послу (потрошач, с једне стране, и привредни субјекти с друге стране).

Директиве обавезују државе чланице Европске уније на које су упућене у погледу циља који треба постићи. Имплементација Директиве 93/13/ЕЕЗ у национални правни поредак држава чланица Европске уније се заснива на стандарду минималне хармонизације, остављајући државама чланицама овлашћење да одржавају или уводе строже заштитне мере од оних које су прописане Директивом. Потпуна хармонизација је

предвиђена у Директиви 2005/29/ЕУ која обезбеђује примену јединствених правила у свим државама чланицама Европске уније.

Директиве као модел регулисања права потрошача имају две димензије - правну и политичку. Оне гарантују унификацију комунитарног права, задржавајући у исто време правну надлежност држава чланица и обезбеђујући флексибилност у процесу имплементације. Хармонизација права постигнута путем директива захтева прихватање подручја рада, текста и начина примене заједничког стандарда установљеног у Европској унији. Ефекти примењених мера су подударни са условима и циљевима постављеним у одредбама директива у односу на резултате који се очекују.

Државе чланице Европске уније, иако неке са закашњењем, имплементирале су одредбе Директиве 2005/29/ЕУ у национално законодавство. Неке државе су имплементирале одредбе из Директиве у законе о нелојалној конкуренцији (Аустрија, Данска, Немачка, Шпанија и Шведска), један број земаља у законе о потрошачима (Бугарска, Чешка Република, Француска, Италија и Малта), односно у Грађански законик (Холандија), или у специјалне постојеће законе о трговини, информисању и заштити потрошача (Белгија). Остале државе чланице Европске уније су имплементирале Директиву 2005/29/ЕУ *in extenso* у одговарајуће законе о заштити права потрошача (Естонија, Финска, Грчка, Ирска, Кипар (грчки део), Летонија, Литванија, Луксембург, Мађарска, Пољска, Португалија, Румунија, Словачка, Словенија, Велика Британија и Хрватска).

Процес имплементације Директиве 93/13/ЕЕЗ у националне правне системе држава чланица трајао је скоро дванаест година, обзиром да је у међувремену дошло до повећања броја држава чланица Европске уније.

Вансудски облик решавања потрошачких спорова у Европској унији се сматра повољнијим за потрошаче, обзиром да код судских поступака постоји реална неравноправност потрошача и привредних субјеката у погледу: финансијских могућности, ризика губитка парнице, искуства код наступања на суду и недовољног познавања права. Често је и финансијска вредност спора реално сувише мала да би се потрошачу исплатило упуштање у парницу, уз ризик да сноси несразмерно велике трошкове поступка. Приликом решавања потрошачких спорова вансудска тела треба да се придржавају

начела: непристрасности, транспарентности, ефикасности, правичности поступка и добровољности заступања.

Основни законски оквир за заштиту потрошача у Републици Србији представља измењен и допуњен Закон о заштити потрошача донет 2014. године. Овим Законом пружа се оптималнија заштита потрошача од досадашње праксе и најављује ефикасније функционисање институционалних оквира за њихову заштиту.

Заштита права потрошача у Србији је један од приоритетних циљева у процесу комплетирања институционалног и правног амбијента тржишне привреде. Права потрошача су део система узајамних дужности и овлашћења свих учесника на тржишту због чега представљају и интерес других учесника, пре свега произвођача. Пошто су стандарди у вези са правима потрошача један од стубова правног поретка тржишне привреде, јавила се потреба за прописивањем правних одредби које прокламују поштовање читавог сета основних људских права. Политика заштите права потрошача у Србији углавном прати достигнућа Европске уније у тој области (consumer protection acquis). Имајући у виду да Република Србија није формално везана правом Европске уније, она има већу слободу у погледу временског оквира за „имплементацију“ релевантних директива Европске уније.

Процес усклађивања права заштите потрошача у Републици Србији са правом у Европској унији отпочео је доношењем Закона о заштити потрошача (2010), и настављен доношењем новог (2014). Овај процес није завршен обзиром да још није успостављен целовити систем права заштите потрошача у Европској унији. Доносе се нове директиве које ће довести и до промене у садашњем законодавству Републике Србије.

Према Закону о заштити потрошача Србије потрошач чије је право или интерес повређен може, у складу са законом којим се уређује парнични поступак, поднети захтев надлежном суду за покретање поступка ради решавања потрошачког спора који произлази из уговорног односа потрошача и трговца. У поступку пред судом у потрошачком спору не плаћа се судска такса за тужбу ако вредност предмета спора не прелази износ од 500.000 динара.

У Закону о заштити потрошача је предвиђена могућност вансудског решавања потрошачких спорова у циљу убрзања и поједностављивања поступка, како би

остваривање правичне накнаде било доступније потрошачу и уз мање трошкове. Вансудско решавање потрошачких спорова је начин решавања спорова између потрошача и трговца и врши се арбитражом, медијацијом или на други начин, у складу са законима којим се уређује ова област. Не примењује се у споровима чија вредност прелази 500.000 динара.

Министарство за трговину, туризам и телекомуникације ближе уређује услове за вансудско решавање потрошачких спорова, а нарочито правила и критеријуме за рад институција. Законска одредба о вансудској заштити потрошача у Србији је начелне природе, при чему има упућујући и факултативни карактер. Странке могу споразумно поверити решавање потрошачког спора једном или већем броју посредника (медијатора) којег изаберу са списка посредника, у складу са законом којим се уређује арбитража.

Потрошач као појединац веома тешко може остварити заштиту својих интереса судским путем, јер је он по правилу скуп, и тиме за њега обесхрабрујући. Из наведеног разлога потребно је јачање релевантних институција како би се обезбедила брза и ефикаснија примена постојећег законодавства, а посебно оспособљавање удружења потрошача у покретању поступка за заштиту колективних интереса потрошача.

Поред могућности споразумног решавања по захтеву за накнаду штете вансудским путем, потрошач може и пред надлежним судом поднети такав захтев.

Заштита потрошача постаје једна од значајних политика Републике Србије и настоји се плански развијати. У том циљу донет је Национални програм заштите потрошача за период од 2007. до 2012. године, који обухвата развој система заштите потрошача, оцену стања у тој области, субјекте система заштите, циљеве и задатке носилаца система и финансијска средства за остваривање тога програма.

Основни циљ Програма је био остваривање и афирмација заштите права и интереса потрошача, стварање нових институција и успостављање партнерске сарадње учесника. Обавеза Републике Србије је да ради на усаглашавању свог законодавства са законодавством Европске уније и да уграђује целокупни садржај правних тековина Европске уније који се тичу права заштите потрошача (*acquis communautaire*) у одговарајуће своје законе.

Након првог Националног програма заштите потрошача, Влада Републике Србије донела је други Програм за период од 2013. до 2018. године, у којем су дефинисане мере за спровођење неостварених задатака из претходног Програма, систематизујући главне активности и мере које треба у овом периоду предузети.

Одредбе Директиве 2005/29/ЕУ о непоштеној пословној пракси имплементиране су први пут у Закон о заштити потрошача Републике Србије 2010. године, у трећем одељку, под насловом: „Непоштено пословање“. Други пут је то учињено у новом Закону 2014. године, преношењем текста из Закона (2010), у треће поглавље под насловом „Непоштена пословна пракса“. Термин „пословање“ замењен је у Закону о заштити потрошача (2014) термином „пословна пракса“, који је адекватнији енглеском изразу „Unfair Commercial Practices“.

Директива 93/13/ЕЕЗ о неправичним одредбама у потрошачким уговорима је у Републици Србији имплементирана први пут у Закон о заштити потрошача 2010. године. Она је у истоветном тексту пренета у Закон о заштити потрошача 2014. године, у петом одељку под називом „Заштита потрошача у остваривању права из уговора који садрже неправичне уговорне одредбе“.

У Закон о заштити потрошача Републике Србије (2014) у Одељку VII, под насловом „Одговорност произвођача ствари с недостатком“ имплементиране су одредбе Директиве 93/13/ЕЕЗ о одговорности произвођача за недостатке производа. То су право на накнаду штете, одговорност произвођача, ослобађање произвођача од одговорности за штету од производа са недостатком, осим у случају ако докаже да је ниво научног и техничког знања у време када је производ произведен и пласиран на тржиште био недовољан да се постојање недостатка на производу открије.

Иако су механизми који су предвиђени за примену законских одредби у великој мери слични онима који постоје у многим државама Европске уније, институционални оквири за заштиту потрошача у Србији су у почетној фази афирмисања. Судска заштита је и поред спроведених реформи судства и даље неефикасна за овакве врсте потрошачких спорова. Алтернативни механизми решавања спорова нису се потврдили у пракси, а организације за заштиту права потрошача са недовољно развијеним капацитетима нису пружале одговарајућу помоћ у решавању конкретних потрошачких проблема у вези са

неправичном пословном праксом и остваривањем права из уговора који садржи неправичне уговорне одредбе.

Искуства Европске уније у уређивању права потрошача корисна су за нас и могу представљати модел у решавању спорова у области права заштите потрошача у Србији. Поред имплементације потрошачких директива Европске уније у законе Републике Србије, потребно је подстицати институционалне носиоце заштите на значајнији утицај и ефикаснију примену закона.

Полазећи од хипотезе у докторској дисертацији: „Да ли је у Србији могуће успоставити модел заштите потрошача од неправичне пословне праксе и неправичних одредби у потрошачким уговорима усаглашених са правним достигнућима у Европској унији (consumer protection acquire)“, анализа ове проблематике у дисертацији је показала да је Република Србија имплементирала у Закон о заштити потрошача обе директиве: Директиву 2005/29/EУ и Директиву 93/13/EEЗ у циљу уједначавања права заштите потрошача у Србији са онима у Европској унији. Имплементација директива у законодавство Републике Србије је пре свега у интересу њених грађана, а не само због испуњавања једног од услова за стицање статуса пуноправног чланства Србије у Европској унији.

Друга хипотеза се односила на питање: „Да ли потрошачи у Србији имају иста права заштите као и потрошачи у државама Европске уније.“ Без обзира што директиве не обавезују Србију у погледу рока њихове имплементације и усаглашавања са правним достигнућима Европске уније у овој области, Србија је у нови Закон о заштити потрошача из 2014. године имплементирала Директиве 93/13/EEЗ и 2005/29/EУ у приближно истоветном тексту.

Закон о заштити потрошача Републике Србије донет 2014. године, нормативно пружа задовољавајућу заштиту потрошачима, али је потребно установити механизам за његову ефикасну примену. Није довољно обезбедити законски оквир усаглашен са правним тековинама Европске уније, него ефикасно устројство и функционисање институција за примену закона. Досадашња пракса у примени Закона о заштити потрошача показала је да није довољно имати само лепо написане законе. Закон је добар онолико колико је добра његова примена.

Бројни примери из праксе који су наведени у VI поглављу, нажалост, показују висок степен угрожености права потрошача. Наиме, надлежни органи уместо да спречавају неправичне појаве на тржишту они својим нечињењем охрабрују привредне субјекте у њиховом кршењу а законске одредбе користе само у оној мери колико они сматрају да морају. Ни њихова сарадња са компетентним стручњацима из ове области није на завидном нивоу. Да би се повећао степен заштите мора да се повећа и ниво образованости, јер уколико потрошач није свестан својих права није свестан ни њихове угрожености. Наравно, од посебне важности је и повећање квалитета информисаности потрошача о производима или услугама.

VIII. ЛИТЕРАТУРА

1. Цитирана литература

Ацин, И. (2011) *Одговорност произвођача за производе с недостатком и заштита потрошача*, Задужбина Андрејевић, Београд.

Acquise Group: *European Research Group on Existing European Community Private Law*, Section 2, article 1:201: Consumer.

Beauchamp, T. and Bowie, N. eds. (1997) *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 5th ed.

Bronsword, R., Howells, G. and Wilhelmsson, T. (1994) *The EC Unfair Contract Terms Directive*, Aldershot.

Вилус, Ј. (1996) *Правна заштита потрошача – Упоредноправна студија са посебним освртом на права потрошача у Европској унији*, ЕкоТех, Сремска Митровица.

Букадиновић, Р (2006) *Право Европске уније*, Центар за право Европске уније Правног факултета у Крагујевцу.

General Assembly of the UN (April 1985) Resolution on 106th plenary meeting, Resolution 39/248 *Consumer protection*, with ANNEX: Guidelines for consumer protection.

Галич, А. *Вансудско решавање потрошачких спорова – са примерима из земаља чланица ЕУ*, Правни факултет Љубљана.

Donthu, N. A cross-country investigation of recall and attitude toward comparative advertising, *Journal of Advertising*, Vol 27(2), Summer 1998.

Економска и пословна енциклопедија, (1994) Савремена администрација, Београд, други том.

Здравева, Н. Гавриловић, Н и Тушевска, Б, Непоштене уговорне одредбе у уговорном праву Републике Македоније, у *Зборнику радова Другог Форума за грађанско право Југоисточне Европе*, Скопље, 2012.

Јовановић-Zattila, М. (2006) Правна заштита потрошача, *Правни живот*, 10/2006, том 2, Београд.

Јовановић-Zattila, М. (2009) Примена Директиве 93/13/ЕЕЗ у потрошачким уговорима, *Зборник радова Правног факултета Ниш*, свеска 2.

Јовановић-Zattila, М. (2009) Надлежност у потрошачким споровима, *Право и привреда*, 1-4/2009, Београд.

Јовановић-Zattila, М. (2009) *Непоштене одредбе у потрошачким уговорима*, Економски факултет, Крагујевац.

Јовановић-Zattila, М. (2009) *Одговорност за неисправан производ као облик заштите потрошача у праву ЕУ*, Центар за публикације Правног факултета Ниш, књига 3/2009.

Јовановић-Zattila, М. (2010) Непоштена трговинска пракса, Центар за публикације Правног факултета, *Зборник радова св. 2/2010*. Ниш.

Јовановић-Zattila, М. (2013.) *Право потрошача*, Центар за публикације Правног факултета Универзитета у Нишу.

Јурин, С. Шохингер, Ј. (1990) *Теорија тржишта и цијена*, Глобус, Загреб.

Ковачевић, М. (2003) Политика заштите на тржишту Европске уније, *Маркетинг*, Београд, вол. 34. бр. 4.

Micklitz, H W., Reich, N, and Roth, P. (2009.) *Understanding EU Consumer Law*, Intersentia, Oxford.

Мисита, Н. (2004) Уз десетогодишњицу директиве 93/13 о неправичним уговорним одредбама, *Зборник Правног факултета Свеучилишта Ријека*, Вол. 25, бр. 1.

Мишћенић, Е. Непоштене уговорне одредбе у уговорном праву Републике Хрватске, *Зборник радова Другог форума за грађанско право Југоисточне Европе*, Скопље, 2012.

Новац –Недељник о економији, бр. 18 од 10. јануара 2009.године, стр. 4. *Чему служе организације за заштиту потрошача у Србији – Седамдесет бабица, килава заштита.*

Оснивачки уговори Европске уније (2003) (Приредио др Душко Лопандић, Канцеларија за придруживање Србије и Црне Горе Европској унији, Београд).

Пајванчић, М. (2009) *Коментар Устава Републике Србије*, Фондација Конрад Аденауер, Београд.

Пак, Ј. (1995) Осигурање од одговорности произвођача за штете од производа, *докторска дисертација, Правни факултет*, Београд.

Петрић, С. Концепт непоштених уговорних одредби с посебним освртом на потрошачке уговоре, у Томљеновић, В. Петрић, С. и Мишћенић, Е. *Зборник радова “Непоштене уговорне одредбе-Еуропски стандарди и хрватска provedба”, Правни факултет, Свеучилишта у Ријеци.*

Петрић, С. О неправичним клаузулама опћих увјета уговора у праву Еуропске уније, *Зборник радова Правног факултета у Сплиту*, бр. 1-2/2002.

Reich, N. (1991-1992) Diverse Approaches to Consumer Protection Philosophy, *Journal of Consumer Policy*, Vol. 14.

Schulte-Nölke, H. (2008) *EC Consumer Law Compendium - Comparative Analysis*, Universität Bielefeld, Bielefeld.

Schulte-Nölke, H. (2008) *EC Consumer Law Compendium - Comparative Analysis*, Universität Bielefeld, Bielefeld.

Споразум о Стабилизацији и придруживању између Републике Србије и Европских заједница, Народна скупштина Републике Србије 9. септембра 2008. године, под насловом: *Споразум о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њихових држава чланица, са једне стране и Републике Србије, са друге стране.*

Споразум о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њених држава чланица, с једне стране, и Републике Македоније, с друге стране, потписан 26.03.2001. године (*Сл. лист*, Р. Македоније).

Stacey M. B. and others: Building Understanding of the Domain of Consumer Vulnerability, *Journal of Macromarketing*, Vol. 25 No.2.

Стратегија Владе Републике Србије за заштиту потрошача у периоду од 2013. до 2018. године.

Томљеновић, В. (2005). Процесноправни аспекти заштите потрошачких односа с међународним обиљежјем, *Зборник радова, Правни факултет, Свеучилишта у Ријеци.*

Hondius, E. (2006) The Notion of Consumer: European Union versus Member States, *Sydney Law Review*, Vol. 28.

Carson, T. An Ethical Analyses of Deception in Advertising, *Journal of Business Ethics*, Vol. 4. (1985), p. 93.

Claudius Taschnner, H. (2005). Product Liability: Basic Problems in Comparative Law Perspective, u *zborniku radova: Product Liability in Comparative Perspective*, edited by Duncan Fairgrieve, Cambridge University Press, Cambridge.

Чађеновић, З. Непоштене уговорне одредбе у уговорном праву Црне Горе, *Зборник радова Другог Форума за грађанско право Југоисточне Европе*, Скопље, 2012.

Weatherhill, H. (1997) *Consumer Protection Law*, Barnemounth.

2. Консултована литература

Baum, D. Baum J. Force, R, Elting, J. (2007) *Consumer Law*, Backingprint.com.

Bourgoignie, T, Јованић, Т. Editors, (2013) *Јачање заштите потрошача у Србији*, Правни факултет, Универзитета у Београду, Београд.

Bradley, K. (2008) Consumers of financial services and multi-level regulation in the European Union, *International Law Journal*, vol.31. No. 5.

Вилус, Ј. (2000) Остваривање високог степена заштите потрошача у Европској унији, *Право и привреда*, бр.5.

Vogenaer, S. and Weatherill, S. (2006.) *The Harmonisation of European Contract Law: implications for European Private Laws, Business and Legal Practice*, Hart Publishing, Oxford.

Вукадиновић, Р.(2004) *Како хармонизовати домаће прописе са правом Европске уније*, Центар за право Европске уније, Крагујевац.

Gomez, F.(2006) The Unfair commercial Practices Directive: A Law and Economics Perspective, *European Review of Contract Law*, No. 4.

Delaney, H. Z. (2001) *A Guide to the EU Directive Concerning Liability for Defective Products*, NIST.

Elvbakken, K. Laegreid, P. and Rykkja, L. (2008) Regulation for safe food: a comparison of five European Countries, *Skandinavian Political Studies*, vol. 31. No. 2.

Harcourt, A. and Weatherill, P.(2003) The consumer, the European Union and media law, *Journal of Consumer Policy*, vol. 31, No. 1.

Јањевић, М (2005) *Устав Европе*, Службени гласник, Београд.

Јовановић-Zattila, М. (2005) Електронска трговина из перспективе заштите потрошача, *Право и привреда*, бр. 5-8.

Јовановић-Zattila, М. (2006) Правна заштита потрошача, *Правни живот*, бр. 10.

Јовановић-Zattila, М. (2007) Ограничавање слободне трговине из перспективе заштите потрошача, *Право и привреда*, бр 5-9.

Јовановић-Zattila, М. (2008) Заштита потрошача при склапању уговора на даљину, *Правни живот*, бр. 12, том 4.

Караникић, М. (2003) Одговорност за штету од производа у праву Европске уније и Сједињених Америчких Држава, *Правни живот*, бр. 10.

Лазаревић, Н. и други (2013) Студија потрошачке политике у Србији – Ка европском нивоу заштите потрошача у Србији, *Центар за европске политике*, Београд, 2013.

Marciano, A. Josselin, E.D. (2003) *The Economics of Harmonizing European Law*, Cheltenham.

Мићовић, М. (2009) *Заштита права потрошача*, Правни факултет, Крагујевац.

Миленковић-Керковић, Т. (2007) Заштита економских интереса потрошача и уговор о потрошачком кредиту, *Економске теме*, бр. 1.

Миленовић, Р. (2004) *Одговорност продавца за материјалне недостатке испоручене робе*, Правни факултет Ниш, Центар за публикације.

Nebbia, P. (2007) *Unfair Contract Terms in European Law*, Hart Publishing, Oxford and Portland, Oregon.

Niglia, L. (2003) *The Transformation of Contract in Europe*, Kluwer Law International, The Hague.

Пак, Ј. (1981) Производи са недостатком и накнада штете, *Правни живот*, 11-12.

Пасула, Д. (2007) Заштита потрошача код уговора о дистанционој продаји, *Право, теорија и пракса*, бр.1.

Radeideh, M. (2005) *Fair Trading in EC Law: Information and Choice in the Internal Market*, Europa Law Publishing, Groningen.

Ramsey, I (2007) *Consumer law and policy*, Hart Publishing (UK).

Reich, N.(1997) The Implementation of Directive 93/13/EEC on Unfair terms in Consumer Contrats in Germany, *European Review of Private Law*, 165.

Schulte-Nolke, H. ed.(2008) *EU consumer law compendium*, European Law Publishers.

Schulze, R. ed. (2002) *European consumer law*, Hart publishing Ltd.

Shears, P.(2007) The EU product liability directive: twenty years on, *Journal of Business Law*, No.11.

Станивуковић, М. (2004) Заштита потрошача у грађанском и међународном праву, *Правни живот*, бр. 11, том 2.

Tenreiro, M. (1995) The Community Directive on Ufair Terms and National Legal Systems, *European Review of Private Law*, 275.

Fairgrieve, D. ed. (2005) *Product liability in Comparative Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.

Fairhurst, J. (2006) *Law of the European Union*, Longman.

Cafaggi, F. and Mcklitz, H.W.(2009) *New Frontiers of Consumer Protection*, Intersentia, Antwerpen.

Cafaggi, F. and Micklitz, H. (2008) Collective enforcement of consumer law: a framework for comparative assessment, *European Review of Private Law*, vol. 16, No. 3.

Cseres, K. (2008) What has competition done for consumers in liberalized markets?, *The Competition Law Review*, vol.16, No.4.

Weatherill, S. (2005.) *EU Consumer Law and Policy*, Elgar Publishing, Cheltenham.

Weatherill, S. and Bernitz, U. (2007) *The Regulation of Unfair Commercial Practices under EC Directive 2005/29 New Rules and New Techniques*, Hart Publishing. Oxford and Portland, Oregon.

3. Правни извори

3.1. Право Европске уније

Commission of the European Communities: *Recommendation 2001/310/EC of 4 April 2001 on the Principle for out-of-court Bodies Involved in the Consensual Resolutions of Consumer Disputes*, OJL 109, 19.04.2001.

Commission of the European Communities: *European Union Consumer Policy Strategy, 2007-2013, Empowering Consumers, Enhancing their Welfare, Effectively Protecting them*, Brussels, 13. March 2007. COM (2007.) 99 final.

Commission of the European Communities: *Green Paper on European Union Consumer Protection*“, Com (2001) 531 final, Brussels, 2.10.2001.

Commission of the European Communities: *Green Paper on the Review of Consumer Acquis*, Brussels, 8.02.2007.COM (2006) 744 final.

Commission of the European Communities: *Recommendation 98/257/EC of 30. March 1998 on the principle applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes* OJL, 115, 17.04.1998. p 0031-0034.

Commission of the European Communities: *Commission Recommendation of the 4 April 2001. On the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes*, OJL 109, 19.04.2001.

Commission of the European Communities, *Green paper on the review of the Consumer Acquis*, COM (2006) 744 final, Brussels, 08.02.2007.

Commission of the European Communities, *European Union Consumer Policy Strategy 2007-2013*, COM(2007) 99 final, Brussels 13.03.2007.

Commission of the European Communities: *Proposal for a directive of the European Parliament and of the Council of consumer rights*, COM (2008) 614 final, Brussels, 08.10.2008.

Council Decision 84/133/EEC of 2 March 1984, for *Rapid exchange of information on danger arising from use consumer product*, OJL 70, 13.03.1984 applicable until 07.03.1988. and Council Decision 89/45/EEC of 21 December 1989 on *Community system for rapid exchange of information on danger arising from the use of consumer products*, OJL 17, 21. 01.1990, applicable until 30.06.1990.

Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985. to *protect the consumer in respect of contract negotiated away from business premises*, OJL 732, 31.12.1985.

Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the *approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit*, OJL 42, 12.02.1987.

Council Directive 87/357/EEC of 25 June 1987 *on the approximations of the law of the member states concerning products which appearing to be other than they are endanger the health or safety of consumers*, OJL 192, 11.07.1987.

Council Directive 93/42/EEC of 14 June 1993 *concerning medical devices*, OJL 169, 12.7.1993.

Council Directive 90/314/EEC of 13. June 1990 *on package travel, package Holidays and package travel*, OJL No. 158, 23.06.1990.

Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on *unfair terms in consumer contracts*, OJL 95/29, 21.04.1993.

Council directive 93/43/EEC of 14 June 1993 on *Hygiene of Foodstuffs*, OJL 175 of 19.7. 1993, Corrigendum OJL 208, 5.9.1995.

Council of the European Communities: Council Directive 85/374/EEC of 25 July 1985. *On the Approximation of the Laws, Regulations and Administrative Provisions of the Member States Concerning Liability for Defective Products*, OJL 210, 7.8.1985.

Council of the European Communities: Council Resolution of 14. April 1975. *On a Preliminary Programme of the European Economic Community for Consumer Protection and Information Policy*, OJL C 092, 24.04.1975.

Council of the European Communities: *The General Product Safety Directive*, – Council Directive 92/59/EEC of 29 June 1992. OJL, 228. 11.08.1992.

Council of the European Union: Council Resolution of 2. December *on Community Consumer Policy Strategy 2002-2006.*, Brussels, 2002. (not published in the Official Journal).

Council Regulation (EC) No 44/2001 of 22 December 2000 *on jurisdiction and recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters*, OJL 012, 16 January 2001.

Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 *on certain aspect of the sale of consumer goods and associated quaranteess*, OJL 171, 7.07.1999.

Directive 2001/95/EC of the European Parliament and of the Council of 3 December 2001 *on General Product Safety*, OJL 11 of 15.1. 2002.

Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council of 23. September 2002. *concerning the distance marketing of consumer financial services and Amending Council Directive 90/619/EEC and Directives 97/17/EC and 98/27/EC*, OJL 21, 9.10.2002.

Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning *unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market* and amending Council Directive 84/450/EEC, Directive 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council, (*Unfair Commercial Practices Directive*). OJL 149, 11.06.2005.

Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006., concerning *misleading and comparative advertising* (codified version), OJL 376, 27.12.2006.

Directive 2008/122/EC of the European Parliament and of the Council of 14 January 2009., on the *protection of consumers in respect of certain aspect of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts*, OJL No. 33, 3.02.2009.

Directive 97/5/EC of the European Parliament and of the Council of 27 January 1997 on *Cross-border Credit Transfers*, OJL 043, 14.02.1997.

Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1977 on the *protection of consumers in respect of distance contract*, OJL 144. 4.06. 1997.

Directive 98/27 of the European Parliament and of the Council of 19 May 1998, on *injunctions for the protection of consumer interests*. OJL 166. 11.06.1998.

Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on *consumer prices of product offered to consumer*, OJL 80, 18.3.1999.

Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the *protection of purchasers in respect of contract relating to the purchase of the right to use immovable properties on timeshare basis*, OJL 280, 29.10.1994.

Directive 1999/34/EC of the European Parliament and of Council, of 10 May 1999, amending Council Directive 85/374/EEC on the *Approximation of the Laws, Regulations and Administrative Provisions of the Member States Concerning Liability for Defective Products*, OJL 141, 04.06.1999.

Directive 2002/22/EC of the European Parliament and of the Council, of 7 March 2003 *on universal service and users rights relating to electronic communications network and services* (Universal Service Directive), OJL 108 24.04.2002.

Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council, of 12 December 2006. *on services in the internal market*, OJL 376, 27.12.2006.

Directive 2008/48 EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008. *on credit agreement for consumers* and repealing Council directive 87/102/EC, OJL 133, 22.05.2008.

Directive 2009/22/EC of the European Parliament and of the Council of 23/04/2009 *on injunction for the protection of consumer interests*, OJL 110, 01.05.2009.

Directive 94/47/EC of the European Parliament and of the Council, of 26. October 1994. *on the protection of purchasers in respect of certain aspects of the contracts relating to the purchase of right to use immovable properties on a timeshare basis*, OJL 280, 29.10.1994.

Directive 98/67/EC of the European Parliament and of the Council, of 16 February 1998. *on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers*, OJL 80, 18.03.1998.

Europe Commission – Directoriat General for Communication (2006) “*Your right as a consumer*“, Brussels.

European Commission: Report from the Commission to the European Parliament and the Council of the European Economic and Social Committee :*Report on the application of the*

Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning Unfair Commercial Practices Directive, Brussels, 14.03.2013. Com (2013) 0139 final.

European Council: *Misleading and Comparative Advertising* – Council Directive 84/450/EEC of 10 September 1984. OJL 250, 19.09.1984.

European Parliament adopted Resolution of 4. February 2014. *On the implementation of the Unfair Commercial Practices Directive 2005/29/EC* (2013/2116 (INI) (com (2013) 0139).

European Parliament, Directorate-General for Internal Policies: *State of play of the implementation of the provision on advertising in the unfair commercial practices legislation*, Brussels, 2010.

Regulation EC 178/2002 of the European Parliament and of the Council of 28 January 2002 *laying down the general principles and requirements of food law, establishing the European food Safety Authority and laying down procedures in matters of food safety*, OJL 031, 1.2.2002; Amending acts: Regulation EC 1642/2006 of 7 November 2006. Amending Council regulation (EC) No 51/2006 as regards the catch limits for the stock of sprat in ICES (International Council for the Exploration of the Sea) Zones IIa (EC waters) and IV /EC waters); OJL 308 8.11.2006.

Regulation EC 1029/2008. of 20 October 2008. Amending Regulation (EC) No. 882/2004 of the European Parliament and of the Council to update a reference to certain European standard, OJL 278 21.10.2008.

Regulation EC 202/2008, of 4. March 2008. Amending Regulation (EC) No. 178/2002 of the European Parliament and of the Council as regards of the number and of the scientific panels of the European food safety authority, OJL 60 5.3.2008.

Regulation EC 576/2006, of 7 April 2006. amending Regulations (EC) No. 1433/2003 laying down detailed rules for the application of Council Regulation 2200/96 as regards operational fund, operational programmes and financial assistance, OJL 100 8.4.2006.

Regulation EC 596/2009, of the European Parliament and of the Council of 18 June 2009. Adopting a number of instruments subject to the procedure referred to in Article 251 of the Treaty to Council Decision 1999/468/EC with regard to the regulatory procedure with scrutiny, OJL 188 18.7.2009.

Regulation EC 852/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004, on the food stuffs, OJL 139 30.4.2004.

Regulation EC 854/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004, laying down specific rules for the organization of official controls on products of animal origin intended for human consumption, Corrigendum to Regulation (EC) No 854/2004 OJL 139 30 April 2004. Corrected version in OJL 226 26.06.2004.

Regulation EC 882/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on official controls performed to ensure the verification of compliance with feed and food law, animal health and animal welfare rules, OJL 165 30.04.2004; Amending: Regulation EC 1029/2008, OJL 278 21.10.2008.

Regulation EC 853/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004, laying down specific hygiene rules for food of animal origin, OJL 226 25.6.2004.

Regulation (EC) 2006/2004 of the European Parliament and of the Council of 27. October 2004. on Cooperation between national authorities responsible for enforcement of consumer protection laws, OJL 364, 9.12. 2004.

3.2. Домаћи правни извори

Закон о оглашавању, *Службени гласник* Републике Србије, 79/2005.

Закон о облигационим односима, *Службени лист* Р. Македоније, бр 18/2001.

Закон о заштити потрошача, *Службени лист*. Р. Македоније, бр. 38/2004.

Закон о облигационим односима, *Службени лист*, СФРЈ, бр. 29/1978.

Закон о општој безбедности производа, *Службени гласник* Републике Србије, 41/2009.

Закон о заштити потрошача, *Службени гласник* Републике Србије, 73/2010.

Закон о заштити потрошача, *Службени гласник* Републике Србије, 62/2014.

Правилник о декларисању, означавању и рекламирању хране, Републике Србије.

Уредба о начину успостављања и рада система брзе размене информација о опасним производима, *Службени гласник* Републике Србије, 89/2009.

Уредба о утврђивању националног програма заштите потрошача за период од 2007. до 2012. године, *Службени гласник* Републике Србије, 11/2007.

Устав Републике Србије, *Службени гласник* Републике Србије, 98/2006.

4. ОСТАЛИ ИЗВОРИ

4.1. Интернет извори

[http://en.wikipedia.org/wiki/Amsterdam Treaty](http://en.wikipedia.org/wiki/Amsterdam_Treaty)

[http://sh.wikipedia.org/wiki/bolest ludih krava](http://sh.wikipedia.org/wiki/bolest_ludih_krava)

<http://www.seminars.eu/media/docs/overview> of EC legislation on food safety

<http://www.politika.rs/rubrike/vesti-dana/NOPS-frikom-obmanjuje-potrosache>

www.ec.europa.eu/consumers/cons-safe/keydocs/index-en.htm

<http://www.b92.net/biz/vesti/srbija>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Poly Implant Proth](http://en.wikipedia.org/wiki/Poly_Implant_Proth)

<http://arhiva.glas-javnost.co.yu/arhiva/2005>

<http://prime.ba/marketinske-prevare-prehrambena-industrija>

<http://eur.activ.rs/srbija-i-eu-potrebna-efikasnija-zastita-potrosaca>

<http://www.blic.rs/vesti/dodatak/falsifikovani-lekovi>

www.telegraf.rs. 8.08. 2012

www.alo.rs/tag/ekoloska-ogranicenja-grinpis

www.blic/vesti/ekonomija/oprez-juzno-voce-puno-pesticidas

www.blic.vesti/ekonomija/proterati-gmo-sa-rafova-u-srbiji

www.alims.gov.rs/latin/2015/06/18/obavestenje-o-pojavi-falsifikovanih-medicinskih-sredstava-na-trzistu-republike-srbije

www.ekapija.com

www.etaget.rs/customer/help/guidelines_rs

www.politika.rs/rubrika/potrosac/specijalna-ponuda-ili-obmana.lt.html

www.allwaaelaraby.com/video/watch/3mMSpGKmyrs/psihologija-obmane

B92.Blog.html.potrosac u raljama obmanjujućeg oglašavanja

4.2. Дневне новине

Блиц, годишта 2008-2014.

Илустрована политика, годиште 2008.

Информер, годишта 2013-2015.

Курир, годишта 2013-2014.

Политика, годишта 1995-2014

Пресс, годиште 2011.

Потрошач, (додатак у Политици) годишта 2013-2014.

Привредни преглед, годишта 2006-2012.

IX. БИОГРАФИЈА АУТОРА

Исидора Ацин рођена је 1977. године у Суботици. На Правном факултету у Новом Саду дипломирала је 2002. и положила правосудни испит 2005. године. Магистрирала је на Економском факултету у Суботици 2009. године, одбранивши рад „Заштита потрошача од производа са недостатком у Еврпској унији и Србији. Радила је у Окружном суду у Новом Саду (2003-05). Запослена је од 2005. године у предузећу ДДОР Нови Сад (специјалиста у Дирекцији за неживотна осигурања). Ауторка је више радова објављених у домаћим часописима. Удата је и има кћерку.