

Pravni položaj potrošača u Republici Hrvatskoj

Viljevac Toš, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **EFFECTUS university / EFFECTUS veleučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:281:792924>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-11**



image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

[Repository of EFFECTUS University of Applied Sciences - Final and graduate theses of EFFECTUS University of Applied Sciences](#)



zir.nsk.hr



image not found or type unknown

EFFECTUS veleučilište

IVA VILJEVAC TOŠ

ZAVRŠNI RAD

PRAVNI POLOŽAJ POTROŠAČA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Zagreb, 2023.

EFFECTUS veleučilište

PREDMET: OBVEZNO PRAVO

ZAVRŠNI RAD

KANDIDAT: Iva Viljevac Toš

TEMA ZAVRŠNOG RADA: Pravni položaj potrošača u Republici Hrvatskoj

MENTOR: Jelena Uzelac, dipl. iur.

ZNANSTVENO PODRUČJE: Društvene znanosti

TEMATSKO POLJE: Pravo

Zagreb, travanj, 2023.

Sažetak

U ovom radu obrađivat će se tema pravnog položaja potrošača u Republici Hrvatskoj. Cilj rada je pobliže pojasniti definiciju pojma potrošača i zaštite potrošača, s naglaskom na zaštitu ekonomskih interesa potrošača u Republici Hrvatskoj. Pravni položaj potrošača u Republici, odnosno pravni propisi vezani za zaštitu potrošača u Republici Hrvatskoj usporedit će se s propisima i ciljevima Europske Unije. Istaknut će se važne novosti u Zakonu o zaštiti potrošača u odnosu na prethodni Zakon i značenje tih izmjena za potrošače. Kako bi što adekvatnije prikazao stvarni pravni položaj potrošača u RH ovaj rad obradit će odnos potrošača i trgovca, načine informiranja potrošača o njihovim pravima te institucije i platforme koje potrošačima u RH stoje na raspolaganju.

Ključne riječi: Zakon o zaštiti potrošača, pravni položaj potrošača u Republici Hrvatskoj, Europska unija, odnos potrošača i trgovca

Summary

The legal standing of the consumers in the Republic of Croatia will be the subject of this thesis. The paper's goal is to define the terms "consumer" and "consumer protection," with a focus on protecting consumers' economic interests in the Republic of Croatia. The legal position of the consumers in the Republic of Croatia regarding legal regulations related to consumer protection in the Republic of Croatia, will be compared with the regulations and objectives of the European Union. The novelty in the Consumer Protection Act will be highlighted in relation to the previous Law and the meaning of those novelties for consumers. In order to present more adequately the actual legal position of consumers in the Republic of Croatia, this paper will deal with the relationship of the consumer and trader, ways of informing consumers about their rights and institutions and platforms available to the consumers in the Republic of Croatia.

Keywords: Consumer Protection Act, legal position of consumers, European Union, Republic of Croatia, consumer protection

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. OSNOVNI POJMOVI..... | 2 |
| 2.1. Trgovac..... | 2 |
| 2.2. Potrošač | 2 |
| 2.3. Pravo zaštite potrošača | 4 |
| 3. MEĐUNARODNO I EUROPSKO PRAVO..... | 7 |
| 3.1. Prikaz međunarodnog i europskog prava zaštite potrošača | 7 |
| 3.1.1. Međunarodna podloga za razvoj prava zaštite potrošača..... | 7 |
| 3.1.2. Zaštita potrošača u Europskoj uniji..... | 7 |
| 3.2. Usklađivanje s pravnim aktima Europske unije | 10 |
| 4. OSNOVNA PRAVA POTROŠAČA I ODNOS POTROŠAČA I TRGOVCA..... | 13 |
| 4.1. Pravo na zaštitu gospodarskih interesa potrošača | 13 |
| 4.1.1. Sklapanje ugovora između kupca i prodavatelja..... | 13 |
| 4.1.2. Nositelji zaštite prava potrošača u Republici Hrvatskoj | 13 |
| 4.1.3. Služba zaštite ekonomskih interesa potrošača | 15 |
| 4.1.4. Djelovanje tržišne inspekcije na području zaštite potrošača u 2022. godine | 16 |
| 4.2. Proizvod, cijena i uvjeti prodaje | 19 |
| 4.2.1. Isticanja cijene proizvoda..... | 20 |
| 4.2.2. Uvjeti prodaje – račun i pisani prigovori | 20 |
| 4.2.3. Posebni oblici prodaje | 21 |
| 4.3. Nepoštena poslovna praksa | 22 |
| 4.3.1. Zavaravajuća poslovna praksa | 22 |
| 4.3.2. Agresivna poslovna praksa..... | 25 |
| 5. NOVOSTI ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA IZ 2022. GODINE..... | 27 |
| 6. ZAŠTITA POTROŠAČA U PROCESU UVOĐENJA EURA..... | 30 |
| 7. RJEŠAVANJE POTROŠAČKIH SPOROVA..... | 32 |
| 7.1. Rješavanje sporova sudskim putem | 32 |
| 7.2. Alternativno rješavanje potrošačkih sporova..... | 32 |
| 7.3. Internetsko rješavanje potrošačkih sporova..... | 33 |
| 8. ZAKLJUČAK..... | 34 |

| | |
|-----------------------------|----|
| <i>POPIS TABLICA:</i> | 36 |
| <i>LITERATURA</i> | 36 |

1. UVOD

Temeljni predmet ovog rada pravni je položaj potrošača u Republici Hrvatskoj. Cilj ovog rada usmjeren je na pobliže pojašnjavanje definicije pojma potrošača i zaštite potrošača s temeljnim naglaskom na zaštitu ekonomskih interesa potrošača na području Republike Hrvatske. Pri izradi ovog rada upotrijebit će se prvenstveno sekundarni izvori podataka. Dakle na temelju već postojeće literature koja obuhvaća znanstvene radove i istraživanja, sistematizirano će se prikazati detalji o zaštiti potrošača. Dio podataka potječe iz primarnih izvora, jer su prikupljeni izravno, ispitivanjem. S tim u vezi, kao jedna od metoda istraživanja, koristi se statistička metoda. Temeljni izvor ovog rada je Zakon o zaštiti potrošača. Od metoda se nadalje ističe induktivna metoda na temelju koje se putem pojedinačnih činjenica, tj. spoznaja koje dopiru iz znanstvene literature vrši formiranje zaključaka. Što se tiče deduktivne metode, navedenom se vrši objašnjavanje već postojećih činjenica, no isto tako se ukazuje i na nove činjenice. Putem deduktivne metode usmjerenost je postavljena prema konkretnom dokazivanju ranije postavljenih tvrdnji. Putem analize izvršeno je prikupljanje podataka koji omogućuju samo područje uočavanja, otkrivanja te ujedno izučavanja potrebne znanstvene istine i to kako bi došlo do formiranja svih relevantnih zaključaka koji su potrebni unutar ovog rada. Što se tiče sinteze, navedenom se podaci povezuju u vrlo jasne misaone cjeline. Metodom generalizacije omogućuje se konkretno uopćavanje prikupljenih podataka pa sve do formiranja konkretnog pristupa prema problematici.

Rad se sastoji od osam poglavlja. U uvodnom dijelu rada prikazani su predmet i cilj rada, struktura rada i metode istraživanja koje su korištene unutar ovog rada. Drugo poglavlje donosi temeljne pojmove vezane uz ovaj rad, a to su trgovac, potrošač i pravna zaštita potrošača. Treće poglavlje odnosi se na Međunarodno i europsko pravo. Unutar njega vrši se prikaz međunarodne podloge za razvoj prava zaštite potrošača, zaštita potrošača u Europskoj uniji i usklađivanje s pravnim aktima Europske unije. Četvrto poglavlje donosi prikaz osnovnih prava potrošača te odnos potrošača i trgovca. Unutar ovog poglavlja prikazuje se sklapanje ugovora između kupca i prodavatelja, navode nositelji zaštite prava potrošača u Republici Hrvatskoj te prikazuje Zakon o zaštiti potrošača s naglaskom na nepoštenu poslovnu praksu, tj. zavaravajuću i agresivnu poslovnu praksu. Peto poglavlje prikazuje novosti Zakona o zaštiti potrošača iz godine 2022. Šesto poglavlje usmjerava se prema zaštiti potrošača u procesu uvođenja eura dok sedmo poglavlje prikazuje primjere rješavanja potrošačkih sporova sudskim putem, alternativno rješavanje potrošačkih sporova i internetsko rješavanje potrošačkih sporova. Na kraju rada je zaključak u kojem su izneseni svi relevantni zaključci doneseni na temelju rada.

2. OSNOVNI POJMOVI

Pri samom uvodnom dijelu u rad najprije je potrebno definirati osnovne pojmove. U tom kontekstu definirat će se pojmovi trgovca, potrošača i pravo zaštite potrošača.

2.1. Trgovac

Definiranje trgovca moguće je prema Zakonu o trgovačkim društvima. Naime, općeprihvaćeno je kako je trgovac zapravo osoba koja na samostalan način i trajno obavlja gospodarsku djelatnosti i to kako bi ostvarila određenu dobit putem proizvodnje, prometa robe ili pak putem pružanja navedene usluge na tržištu.¹ Naglašava se kako je trgovac zapravo središnji element gospodarske djelatnosti dok se svi drugi elementi mogu promatrati kao njen opis. Ipak, ova osnovna definicija svakako se značajno izmijenila putem dodatnih kriterija. Naime, trgovci nisu osobe koje se zapravo bave slobodnim zanimanjima, kao niti individualni poljodjelci. Nadalje, trgovačka društva su uvijek trgovci.²

Parać je ovdje uočio kako je potencijalno najveća slabost navedenog pojma trgovca upravo isključenje slobodnih zanimanja. Ukoliko se ovo pogleda iz pravno političkog okvira tada je upitno zašto bi primjerice zanimanja kao što su znanstvena, umjetnička ili pak odvjetnička, bila kao takva isključena iz doseg trgovačkog prava.³ Isto tako, čak u slučaju da se uzme da postoji određena razlika između navedenih u naravi, danas je navedeni koncept uređen u sklopu regulacije javnih službi, djelatnosti javnog interesa, tj. usluga koje su od općeg interesa.⁴

Prema Zakonu trgovac predstavlja pravnu ili pak fizičku osobu koja je registrirana za obavljanje kupnje i prodaje robe ili pak za pružanje određenih usluga u trgovini. Naglašava se kako trgovac svoju djelatnost trgovine obavlja slobodno kao i pod jednakim uvjetima na tržištu.⁵ To bi značilo da se trgovcu niti na koji način ne smije zapravo sprječavati, ograničavati ili pak narušavati mogućnost tržišnog natjecanja. Isto tako trgovac je u mogućnosti da bez upisa u registar obavlja i druge poslove u nešto manjem opsegu, a koji kao takvi služe obavljanju djelatnosti trgovine, tj. koji se uobičajeno obavljaju uz navedenu djelatnost.⁶

2.2. Potrošač

Kada se govori o definiciji potrošača, treba se naglasiti kako ovaj pojam zapravo obuhvaća svakog čovjeka. Ljudi se tijekom svoga života nebrojeno puta nalaze u ulozi potrošača. Potrošači stoga predstavljaju najveću skupinu unutar gospodarstva, a na koju utječu gotove sve javne i privatne ekonomske odluke.

Ovo je izrekao predsjednik Kennedy godine 1962., a upravo je ta ista rečenica zapravo obilježila početak prava potrošača što će se jasno ukazati u nastavku rada. Posljednjih godina potrošačka politika se promijenila, a ta promjena uočena je od tehničkog usklađivanja različitih standarda

¹ Zakon o trgovačkim društvima, NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22, 114/22, 18/23, čl. 3. st. 1

² Ibidem

³ Bilić, A.: Trgovac, poduzetnik i trgovački ugovori, Zbornik PFZ, Vol. 1-2, str. 641-672

⁴ Ibidem

⁵ Zakon o trgovini, NN 87/08, 96/08, 116/08, 76/09, 114/11, 68/13, 30/14, 32/19, 98/19, 32/20, 33/23, čl. 4

⁶ Ibidem

pa sve do konačnog prepoznavanja zaštite potrošača kao bitnog dijela uspostave Europe za sve građane.

Teoretski gledano pojam potrošača se definira kao kupac određenih dobara ili usluga koje su namijenjene osobnom korištenju kupca, odnosno osobnom korištenju drugih članova kućanstva ili trećih osoba, a koje se ne koriste za stvaranje nekog daljnjeg prihoda. Vrlo je bitno da se izraz potrošača ne ograniči isključivo na ugovorne strane s obzirom da to može dovesti do isključenja krajnjeg korisnika robe i krajnjeg korisnika usluga iz pojma potrošača. Isto tako potrebno je istaknuti kako je nemoguće pronaći jednu univerzalnu definiciju potrošača pa shodno tome postoje brojne definicije i u Republici Hrvatskoj i izvan nje koje tumače ovaj pojam. Nastavno na navedeno, različiti zakoni različitih zemalja ovaj pojam isto tako definiraju drugačije i to u ovisnosti od različitih svrha, od različitog konteksta i različitih potreba.

Potrošača je, kao što je već uočeno, moguće definirati kao osobu koja nabavlja određeni proizvod ili neku uslugu. Upravo ta osoba koja kupuje proizvod ili uslugu, ujedno i koristi te iste proizvode ili usluge pa samim time ga nazivaju kupcem, odnosno korisnikom. On sklapa s trgovcem potrošački ugovor u kojem su odnosi uglavnom neravnopravni. Potrošač je stoga subjekt koji se pri zaključenju potrošačkog ugovora redovito nazali u nepovoljnijem položaju u odnosu na drugu stranu.⁷

Prava potrošača mogu se podijeliti na sljedeća prava:⁸

- Pravo na sigurnost,
- Pravo na izbor,
- Pravo na informacije,
- Pravo na obrazovanje,
- Pravo na izražavanje mišljenja i prigovora.

1. PRAVO NA SIGURNOST

Prvo opisano pravo je pravo na sigurnost. Ovdje se konkretno odnosi na pravo na zaštitu od stavljanja u promet roba, odnosno usluga koje su opasne za život i za imovinu. To bi značilo kako kupljena robe i usluge kojima se sami potrošači koriste zapravo ne bi trebale zadovoljiti samo njihove potrebe, nego bi navedene također trebale ispunjavati i postavljene dugoročne interese. Prije procesa kupovine potrošači bi ujedno trebali inzistirati na kvaliteti samih proizvoda kao i na jamstvu proizvoda i usluga.⁹

2. PRAVO NA IZBOR

Sljedeće pravo je pravo na izbor. Ovo pravo označava tip prava koje omogućava potrošaču pristup raznovrsnim robama i raznovrsnim uslugama, i to prema konkurentnoj cijeni. Sloboda odlučivanja ovdje je ključna, a upravo nedostatak iste posljedica je monopola s kojim se

⁷ Šabić, A.: Medijacija u potrošačkim sporovima: zaštita potrošača u postupku medijacije ili zaštita potrošača od medijacije? Godišnjak Pravnog fakulteta u Sarajevu, 2012., str. 408

⁸ Ibidem, str. 408

⁹ Šabić, A.: Medijacija u potrošačkim sporovima: zaštita potrošača u postupku medijacije ili zaštita potrošača od medijacije? Godišnjak Pravnog fakulteta u Sarajevu, 2012., str. 408

potrošači nažalost često susreću. U tim slučajevima potrošaču se nameće samo jedna opcija, na koju moraju pristati, jer izbora nemaju.

3. PRAVO NA INFORMACIJE

Kao treće pravo navodi se pravo na informacije. Spomenuto pravo odnosi se na pružanje potrebnih informacija o kvaliteti, standardu, količini i ujedno o cijeni robe. Na ovaj način potrošač se može zaštititi od različitih nepoštenih trgovačkih praksi. Isto tako potrošač bi morao inzistirati na dobivanju svih potrebnih informacija o potrebnom proizvodu ili pak usluzi za koju je zainteresiran kao kupac prije nego li navedenu isti odabere. Ovim načinom omogućuje se pametno i ujedno odgovorno kupovanje.¹⁰

4. PRAVO NA OBRAZOVANJE

Četvrto pravo je pravo na obrazovanje. Konkretno ovdje se radi o pravu koje se odnosi na stjecanje potrebnih znanja i potrebnih vještina i to kako bi svaki pojedini potrošač zapravo bio informiran tijekom cijelog života. To bi značilo kako neznanje pojedinog potrošača ujedno može značiti i njihovo iskorištavanje. Svaki potrošač bi stoga morao znati svoja temeljna prava koja kao takva moraju biti poštivana.¹¹

5. PRAVO NA IZRAŽAVANJE MIŠLJENJA I NA IZRAŽAVANJE PRIGOVORA

Posljednje, peto pravo, je pravo koje se odnosi na izražavanje mišljenja i na izražavanje prigovora. To je pravo koje omogućava potrošaču da potražuje ispravak određene nepoštene trgovačke prakse ili pravo koje se odnosi na ispravljanje nesvjesnog iskorištavanja potrošača. Isto tako ovo pravo u svojoj srži uključuje i pravo koje se odnosi na pravno rješavanje pritužbi potrošača. Dakle, ovo pravo znači da se potrošači imaju pravo žaliti na određeni proizvod ili uslugu. Novim Zakonom o zaštiti potrošača pridaje se dodatna značaj prava na prigovor time što se omogućava potrošačima podnošenje prigovora uz do sad propisane načine, i putem mreža. Prigovor kao prvi korak potrošača prema ostvarenju prava ima velik značaj, ali i utjecaj na trgovce, kojima bi trebalo biti u interesu po što kraćem postupku riješiti problem s potrošačem izravno, kako bi se spriječili daljnji postupci od strane udruga i institucija koje pomažu potrošačima u ostvarenju njihovih prava.

2.3. Pravo zaštite potrošača

Kada se govori o zaštiti potrošača, u tom kontekstu iznimno je važno razlikovati politiku zaštite potrošača kao politiku koja obuhvaća široko područje mjera kojima dolazi do poboljšanja zaštite interesa potrošača, od prava zaštite potrošača koje se sastoji od konkretnih pravnih propisa.¹²

Imajući na umu razliku između navedenog, politika zaštite potrošača može se tumačiti kao područje koje je široko i koje obuhvaća pravo zaštite potrošača, ali isto tako i sve one mjere politike zaštite potrošača kao što su primjerice mjere:¹³

¹⁰ Ibidem

¹¹ Ibidem

¹² Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 7

¹³ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 7

- Informiranja potrošača o svim svojstvima kao i cijeni roba i usluga,
- Educiranja potrošača o svim njihovim pravima i obvezama,
- Promicanje i podupiranje organiziranja potrošača i to kako bi se moglo ostvariti pravo zaštite potrošača,
- Pružanje mogućnosti predstavnicima potrošača da navedeni sudjeluju u samom radu tijela koja su zadužena za donošenje odluka o pravima i o obvezama.

Ističe se kako pravni propisi od kojih se pravo zaštite potrošača zapravo sastoji svakako odnose i na zaštitu zdravlja i sigurnosti, odnosno zaštitu svih ekonomskih interesa potrošača putem posebne regulacije ugovornih, ali i izvan ugovornih odnosa. Može se zaključiti kako je pravo zaštite potrošača i njegov brz razvoj posljednjeg desetljeća iznimno bitno s obzirom da upravo ono štiti svakog pojedinca, jer kako je već navedeno pojam potrošača obuhvaća sve ljude.¹⁴

Naglašava se kako je zaštita potrošača ne samo bitna potrošačima, nego ujedno i trgovcima. Naime, sama politika i pravila zaštite potrošača, ukoliko bi se naravno radilo o idealnom scenariju, trebala bi omogućiti trgovcima i potrošačima da se susretnu na tržištu pod takvim uvjetima i pretpostavkama uz koje bi obje strane potrošačkog ugovora bile zadovoljne i u jednakom položaju.¹⁵ Potrošač koji je zadovoljan, vrlo vjerojatno će se vratiti te ponovno kupovati od trgovca s kojim je imao pozitivno iskustvo, gdje je bio zadovoljan cijenom i kvalitetom proizvoda ili usluge. Poticanje povjerenja između potrošača i trgovca dovodi do toga da se potrošač vraća poštenom i korektnom trgovcu i biva aktivniji na tržištu. Tako će on svoja sredstva trošiti i povećanjem obujma trgovanja pozitivno utjecati ne samo na prihode trgovca već i na gospodarstvo općenito.¹⁶

Ipak, tržište nije idealno i dok postoje trgovci kojima je poštena poslovna praksa nepoznanica, postoje i kupci koji pokušavaju iskoristiti neznanje trgovaca. Ipak, većina potrošača ne posjeduje dovoljno znanje o svojim potrošačkim pravima. Dakle ne može se sve prepustiti dobroj volji i suradnji koja se odvija između trgovca i potrošača. Što se tiče zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj kao demokratskoj i modernoj državi te u drugim članicama Europske unije, ista je uređena propisima koji su najčešće (polu)prisilne prirode, a kojima se određuju minimalni standardi zaštite kojih se svi trgovci moraju pridržavati.¹⁷ Ovi zakoni su usmjereni upravo prema zaštiti potrošača, kao slabijoj strani u odnosu trgovac-potrošač. Zanimljivo je spomenuti kako trgovci u Republici Hrvatskoj nemaju tijelo kojem se mogu obratiti za savjet i provjeru usklađenosti pravila poslovanja sa zakonom. Zato je svaki trgovac u obvezi dobro poznavati navedene propise kako bi mogli svoje poslovanje urediti sukladno onome što se smatra zakonom dopuštenim, odnosno kako bi sami mogli pravilno odgovoriti svim pred njima postavljenim zahtjevima.¹⁸

¹⁴ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 7

¹⁵ Ibidem, str. 8

¹⁶ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 8

¹⁷ Ibidem, str. 8

¹⁸ Ibidem, str. 8

Tako trgovci koji posluju u skladnosti s hrvatskim pravilima sa sigurnošću mogu znati da ispunjavaju veliku većinu kriterija i zahtjeva zaštite potrošača unutar svih članica Europske unije.¹⁹

S obzirom da pravila Europske unije ujedno prihvaćaju i sve zemlje Europskog ekonomskog prostora, no ujedno i zemlje koje su kandidati za članstvo u Europskoj uniji, nameće se logičan zaključak kako poslovanje koje udovoljava zahtjevima za zaštitu potrošača u Europskoj uniji zapravo obuhvaća vrlo velik broj zemalja i koje trenutno nisu članice Europske unije. Na ovaj način dolazi do značajnog smanjenja potrebe za provođenjem skupih ili pak dugotrajnih analiza usmjerenih prema izučavanju pravnog poretka i troškova usklađivanja s pravilima o zaštiti potrošača drugih zemalja.

Tumači se kako se prihvaćanjem pravila Europske Unije koja se odnose na zaštitu potrošača, trgovcima u Republici Hrvatskoj olakšava poslovanje iz više razloga, smanjuju troškovi poslovanja, a isto tako im se pruža bolja prilika za poslovanje na jedinstvenom tržištu Europske unije s preko 500 milijuna mogućih potrošača.²⁰

Vidljivo je stoga kako su pravila koja se odnose na zaštitu potrošača zapravo pravila koja se usko vežu i za zaštitu trgovačkog natjecanja. Dok dio trgovaca razumije važnost poštivanja propisa i udovoljava zahtjevima potrošača, makar često i o svom trošku, drugi dio trgovaca izbjegava omogućiti potrošačima ostvarenje njihovih prava kroz primjerice nepoštene odredbe skrivene u općim uvjetima poslovanja, tako izbjegavajući određene troškove i stvarajući nepoštenu financijsku prednost na tržištu. Upravo iz navedenog razloga nužno je kroz zakonsko uređenje propisati minimalni standard koji su dužan poštovati svi trgovci. Na ovaj način dolazi se do toga da se svim trgovcima koji su usmjereni na potrošača osigura pošteno tržišno natjecanje.²¹

¹⁹ Ibidem, str. 8

²⁰ Ibidem, str. 8

²¹ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 8

3. MEĐUNARODNO I EUROPSKO PRAVO

Kako bi se što bolje objasnio pravni položaj potrošača u Republici Hrvatskoj, u sljedećim poglavljima ovog rada obradit će se međunarodno i europsko pravo zaštite potrošača koji je temelj hrvatskog prava zaštite potrošača.

3.1. Prikaz međunarodnog i europskog prava zaštite potrošača

Najprije će se prikazati međunarodna podloga za razvoj prava zaštite potrošača, a potom će se usmjeriti prema pravu zaštite potrošača Europske unije.

3.1.1. Međunarodna podloga za razvoj prava zaštite potrošača

Prije 1969. godine pravo zaštite potrošača gotovo da i nije postojalo u smislu u kojem ga danas poznajemo. Primjerice, tada je u Sjedinjenim američkim državama kao državi preteći ovoga prava, postojalo je svega nekoliko organizacija koje su se bavile zaštitom potrošača, ali one nisu bile usmjerene kvalitetnoj zaštiti ekonomskih interesa potrošača.²² Vrlo brzo, zaštita potrošača se dodatno razvija, a smjernice Ujedinjenih naroda o zaštiti potrošača sadržane u Rezoluciji broj 39/248 iz 1985. godine potiču zemlje članice Ujedinjenih naroda na brigu o zaštiti potrošača. Navedene smjernice temelje se na idejama koje je godine 1962. istaknuo tadašnji američki predsjednik Kennedy. Upravo je tadašnji američki predsjednik unutar svog prijedloga sugerirao da se zaštita potrošača oblikuje na način da njihova okosnica budu četiri temeljna prava, a radi se o:²³

- pravu na sigurnost,
- pravu na informiranje,
- pravu izbora i
- pravu da se glas potrošača čuje.

Ovom popisu određene stavke dodala je i Međunarodna organizacija saveza potrošača (IOCU – International Organization of Consumers Unions):²⁴

- pravo na zadovoljenje osnovnih potreba,
- pravo na naknadu,
- pravo na obrazovanje i
- pravo na zdrav prirodni okoliš.

Tako je ovih ukupno osam navedenih prava već inkorporirano unutar Rezolucije Opće skupštine Ujedinjenih naroda i to kao osnovna prava koja pripadaju potrošačima.

3.1.2. Zaštita potrošača u Europskoj uniji

Krajem 1973. godine, Europske države koje su potpisnice Rimskih ugovora donose Europsku povelju o informiranju i zaštiti potrošača s programom potrošačkih prava, kao temelj zaštite

²² Budnitz, M. E.: The Development of Consumer Protection Law, The Institutionalization of Consumerism, and Future Prospects and Perils, 26 Ga. St. U. L. Rev., 2012., str. 1, <https://readingroom.law.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2418&context=gsulr>, pristup: 21.4.2023.

²³ Babić, M.: Zaštita prava potrošača i izvori trgovačkog prava, Poslovna izvrsnost, vol. 9, No. 1, 2015., str. 71-73

²⁴ Babić, M.: Zaštita prava potrošača i izvori trgovačkog prava, Poslovna izvrsnost, vol. 9, No. 1, 2015., str. 71-73

potrošača. Daljnji razvoj zaštite potrošača na području Europe nastavlja se preko Rezolucije Vijeća o prethodnom programu Europske ekonomske zajednice iz 1975., a koja se odnosila na zaštitu potrošača i politiku obavještanja. Upravo su ovom Rezolucijom po prvi puta na području Europe utvrđena temeljna prava potrošača, a to su:

- pravo na zaštitu zdravlja i sigurnost
- pravo na zaštitu ekonomskih interesa
- pravo na informiranje i obrazovanje
- pravo na naknadu i pravni lijek te
- pravo na predstavljanje

To su prve formalne odrednice iz kojih će se razviti bogato europsko zakonodavstvo zaštite potrošača.²⁵

U vezi s politikom zaštite potrošača u Europi, identificiraju se određena njena obilježja. Prije svega, bitno je spomenuti činjenicu da je zaštita potrošača zapravo neizravna politika Europske unije.²⁶ Ova stavka znači kako se politika zaštite potrošača razvija kao nužna posljedica izgradnje unutarnjeg tržišta kao i da zaštita potrošača stoga ne predstavlja jednu samostalnu politiku unutar Unije. Ipak, putem osiguranja zaštite unutarnjeg tržišta, a isto tako i putem ujednačavanja prava država članica dolazi do privlačenja potrošača da isti kupuju unutar drugih zemalja, a tako i potiče trgovce da s istima trguju.²⁷

Još jedna od karakteristika je činjenica da je zaštita potrošača zapravo područje podijeljene nadležnosti između same Unije i između država članica. Isto tako zaštita potrošača predstavlja horizontalnu politiku Europske unije.²⁸ Vrlo je bitno imati na umu zaštitu potrošača pri provođenju svih drugih službenih politika. Interesi potrošača moraju se štiti bez obzira na gospodarski sektor i segment u kojem se pojavljuju.²⁹

Isto tako Europska unija načelno gledano dozvoljava svojim članicama da zadrže, ali i da ujedno propišu i nove zakone koji se odnose na zaštitu potrošača ukoliko se to smatra potrebnim, odnosno primjerenim. Iz navedenog razloga su pravila Europske unije, a koja se odnose na zaštitu potrošača, pravila minimalne harmonizacije.³⁰

Putem harmonizacije pravila o zaštiti potrošača zapravo dolazi do podizanja razine zaštite koja se odnosi na zdravlje i sigurnost, ekonomske interese potrošača i to kako bi u konačnici potrošači stekli odnosno vratili povjerenje u tržište te na taj način postali aktivniji na tržištu.

²⁵ Salač J., Uzelac J.: Zaštita potrošača u Republici Hrvatskoj u kontekstu harmonizacije s pravnom stečevinom Europske unije, 2014., str. 13.

²⁶ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 8

²⁷ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 9

²⁸ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 9

²⁹ Ibidem, str. 9

³⁰ Ibidem, str. 9

Putem harmonizacije nastoje se otkloniti zapravo sve zapreke koje smetaju slobodnom kretanju robe i usluga na zajedničkom tržištu, a koja proizlaze iz različitih pravila država.³¹

Proces ujednačavanja navedenih prava država se ponajviše provodi putem direktiva. Naime, danas je prisutno preko devedeset direktiva koje na izravan način reguliraju područje prava potrošača, a ukoliko se promatra horizontalna politika tada je moguće istaknuti kako je broj direktiva zapravo daleko veći. Uz direktive, cjelokupna pravna stečevina Europske unije koja se odnosi na potrošače, obuhvaća još i uredbe i rezolucije.³²

Upravo stoga kada se govori o zaštiti prava potrošača na europskom prostoru tada se nikako ne govori samo o „europskom pravu“, nego se zapravo govori o „europeiziranom pravu“ s obzirom da direktive nisu izravno primjenjive, nego ih svaka pojedina država članica implementira unutar svojih nacionalnih okvira zakonodavstva.³³

Putem pravnih akata Europske unije nastoji se osigurati.³⁴

- Zaštita zdravlja i zaštita sigurnosti potrošača,
- Zaštita ekonomskih interesa potrošača i
- Učinkovita pravna zaštita potrošača.

Važno je istaknuti kako pravo zaštite potrošača u pravu Europske unije zapravo ulazi u doseg podijeljenih ovlasti Europske unije i država članica. U ovisnosti od broja stanovnika Europske unije i potencijalnih potrošača jasno je kako politika zaštite prava potrošača jedna od najbitnijih politika Europske unije. Ona se temelji na dva temeljna cilja koja su utvrđena Ugovorom o funkcioniranju Europske unije, a to su promicanje interesa potrošača i osiguranje visokog stupnja zaštite potrošača, putem doprinosa na razini Europske unije želi se osigurati zaštita zdravlja, zaštita sigurnosti i ujedno gospodarskih interesa potrošača, a ujedno i promicanje njihova prava na informiranje i obrazovanje.³⁵

Uz sve navedeno potrebno je isto tako u obzir uzeti i sve zahtjeve zaštite potrošača prilikom utvrđivanja i prilikom provođenja ostalih politika i aktivnosti Europske unije.³⁶

Zaštita zdravlja i sigurnosti građana Europske unije smatraju se prioritetima Europskog parlamenta. Unutar područja zaštite zdravlja potrošača u okviru Europske unije uključeni su oni propisi koji se odnose konkretno na zdravstvenu ispravnost namirnica. Navedeno pravo obuhvaća i pravo koje se odnosi na sigurnost građana Europske unije. Gledano u širem smislu moguće je uvidjeti kako ovo pravo obuhvaća zaštitu od svih proizvoda i svih usluga koje se smatraju štetnima za ljudski život i njegovo zdravlje.

Time je vidljivo kako sigurnost konzumenta ne štite samo propisi o hrani, nego isto tako i različite odredbe o farmaceutskim proizvodima, o različitim kozmetičkim preparatima, no isto

³¹ Ibidem, str. 9

³² Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 9

³³ Ibidem, str. 9

³⁴ Ibidem, str. 9

³⁵ Ugovor o funkcioniranju Europske unije, 2016., glava XV., čl. 169.

³⁶ Ugovor o funkcioniranju Europske unije, 2016., glava II., čl. 12.

tako i o pojedinim proizvodima koji su široke upotrebe. Kao primjer ovdje se mogu navesti dječje igračke.³⁷

Što se tiče proizvodnje lijekova i drugih medicinskih preparata važno je istaknuti kako su ovdje od iznimne važnosti pravni akti tijela Europske unije koji se odnose zapravo na proizvodnju lijekova, osiguranje zaštite zdravlja i zaštite potrošača. U navedenom smislu moguće je istaknuti nekoliko temeljnih akata kao i drugih dokumenata koji se zapravo odnose na različite nekorektne trgovačke postupke, na različite postupke koji se odnose na obmanjujuće oglašavanje i ostalo.³⁸

Ovdje će se istaknuti samo neke od direktiva kao što je primjerice Direktiva 2004/24/EZ koja se odnosi na tradicionalne biljne proizvode ili pak Direktiva 2005/29/EZ koja se odnosi na različite nekorektne trgovačke postupke.³⁹

U svrhu provedbe akata Europske unije, Republika Hrvatska 2003. donosi Zakon o hrani. Najnovija izmjena navedenog zakona na snazi je od 23.02.2023. Tijela nadležna za provedbu ovog Zakona su ministarstvo nadležno za poljoprivredu, ministarstvo nadležno za zdravstvo i Državni inspektorat.⁴⁰ Ovdje je naglasak svakako postavljen na Državni inspektorat. Naime, službe zaštite ekonomskih interesa potrošača zadužene su za obavljanje inspekcijskih poslova i drugih poslova, a koji se odnose na primjenu i na provođenje zakona, ali i drugih propisa u području zaštite potrošača prilikom prodaje proizvoda, pružanja usluga, cijene, javnih usluga, isprava koje moraju imati u prometu, posebnih propisa i ostalo.

3.2. Usklađivanje s pravnim aktima Europske unije

Svakako da se najvažnijim zakonom za zaštitu potrošača u Republici Hrvatskoj upravo smatra Zakon o zaštiti potrošača. Zakonom o zaštiti potrošača definira se zaštita osnovnih prava potrošača prilikom kupovine proizvoda, a isto tako i prilikom drugih oblika stjecanja proizvoda na samom tržištu. Riječ je stoga o nekoliko osnovnih prava:

- zaštita ekonomskih interesa potrošača,
- zaštita od opasnosti za život, zdravlje i imovinu,
- pravna zaštita potrošača,
- informiranje i izobrazba potrošača,
- udruživanje potrošača u svrhu zaštite njihovih interesa,
- pravo na predstavljanje potrošača i sudjelovanje predstavnika potrošača u radu tijela koja su zaslužena za rješavanje pitanja od njihovih interesa.

Zakonom o zaštiti potrošača se unutar hrvatskog zakonodavstva ujedno preuzimaju i određeni akti koji se odnose na Europsku uniju. Prije svega ovdje je najprije potrebno istaknuti Direktivu Vijeća 93/13/EEZ koja se odnosi na nepoštene uvjete unutar potrošačkih ugovora. Isto tako u hrvatsko zakonodavstvo preuzeta je Direktiva 98/6/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, a koja se odnosi na zaštitu potrošača pri isticanju cijena proizvoda za ponuđenih potrošačima. Tu je

³⁷ Babić, M.: Zaštita prava potrošača i izvori trgovačkog prava, Poslovna izvrsnost, vol. 9, No. 1, 2015., str. 74

³⁸ Ibidem

³⁹ Ibidem

⁴⁰ Zakon o hrani, NN 18/23, 2023., čl. 5

ujedno i Direktiva 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća koja se odnosi na trgovanje na daljinu različitim financijskim uslugama koje su namijenjene potrošačima.

Tu je nadalje Direktiva 2005/29/EZ koja se odnosi na nepoštene poslovne prakse poslovnog subjekta u odnosu prema potrošač na unutarnjem tržištu. Isto tako spominje se i Direktiva 2008/122/EZ koja se odnosi na zaštitu u odnosu na određene aspekte ugovora opravu na vremenski ograničenu upotrebu nekretnine kao i o dugoročnim proizvodima namijenjenima za odmor, preprodaju i razmjenu.

Od ostalih Direktiva ističe se Direktiva 2009/22/EZ o sudskim nalogima za zaštitu interesa potrošača, Direktiva 2011/83/EU o pravima potrošača, Direktiva EU 2019/779 o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnih usluga i digitalnog sadržaja kao i Direktiva 2019/2161 o boljem izvršavanju i modernizaciji pravila Unije o zaštiti potrošača.

Ukoliko su sve odredbe navedenog Zakona u suprotnosti s primjerice odredbama kojima se vrši uređivanje pojedinih upravnih područja tada se na odnose između potrošača i trgova zapravo primarno primjenjuju odredbe spomenutih posebnih zakona.

Osim Zakona o zaštiti potrošača, o kojem će još detaljnije biti iznesene odredbe unutar slijedećeg poglavlja, postoje i drugi zakoni kojima je ideja zaštita potrošača putem horizontalne politike Europske unije, odnosno da se samo područje zaštite potrošača osigura na način da se mora voditi računa u svim segmentima i u svim situacijama unutar kojih se pojedini potrošač pojavljuje. Ovdje je stoga moguće istaknuti čitav niz zakona, a radi se primjerice o:⁴¹

- Zakonu o obveznim odnosima,
- Zakonu o općoj sigurnosti proizvoda,
- Zakonu o nedopuštenom oglašavanju,
- Zakonu o potrošačkom kreditiranju i
- Zakonu o kreditnim institucijama.

1. ZAKON O OPĆOJ SIGURNOSTI

Promatrajući područje sigurnosti proizvoda, vidljivo je kako je relativno europsko zakonodavstvo implementirano unutar Hrvatskog pravnog sustava i to putem Zakona o općoj sigurnosti proizvoda kao i putem Zakona o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti. Putem Zakona o općoj sigurnosti proizvoda utvrđeni su kriteriji koje sve stavke mora proizvod zadovoljavati kako bi se smatrao sigurnim.

2. ZAKON O TEHNIČKIM ZAHTJEVIMA ZA PROIZVODE I OCJENJIVANJE SUGLASNOSTI

Što se tiče Zakona o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanje suglasnosti, vrši se propis tehničkih zahtjeva proizvoda kao i postupaka ocjenjivanja njihove sukladnosti. Potrošačima jasno trebaju biti u svakom pojedinom trenutku dostupne zapravo sve informacije koje se smatraju bitnima, a koje se odnose na konkretnu sigurnost tržišta.⁴²

⁴¹ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 12

⁴² Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti, NN 126/21

3. ZAKON O OPĆOJ SIGIRNOSTI PROIZVODA

Što se tiče Zakona o općoj sigurnosti proizvoda, navedenim zakonom vrši se zapravo predstavljanje općeg propisa i to na temelju područja sigurnosti samih proizvoda. Naime, ovdje dolazi do uspostavljanja općih okvira koji se odnose na sigurnost, a koji se kao takvi primjenjuju zapravo na sve aspekte i za sve vrste rizika ukoliko navedeni nisu uređeni putem posebnog propisa. Isto tako putem Zakona se vrši uredba zabrane proizvodnje, uvoza i izvoza, odnosno oglašavanja ili pak stavljanja na tržište bilo kakvih opasnih imitacija.⁴³

4. ZAKON ZA NEDOPUŠTENI OGLAŠAVANJE

Od ostalih zakona moguće je donijeti Zakon koji se odnosi na nedopušteno oglašavanje. Temeljna svrha navedenog zakona je da se trgovac zaštiti od zavaravajućeg oglašavanja, ali isto tako da se trgovac zaštiti od svih negativnih posljedica navedenog oglašavanja. Ovim putem dolazi i do propisivanja zapravo svih pretpostavki pod kojima je osigurano i dozvoljeno usporedno oglašavanje.

Iz navedenog slijedi kako se zavaravajućim oglašavanjem smatra bilo koji tip oglašavanja koji zapravo u zabludu stavlja osobu kojoj je navedeno oglašavanje upućeno čime posljedično može utjecati na njegovo ekonomsko ponašanje. Naglašava se kako je ovakva vrsta oglašavanja zabranjena.⁴⁴

5. ZAKON O POTROŠAČKOM KREDITIRANJU

Vrlo bitno mjesto unutar okvira pravne zaštite potrošača ujedno zauzima i Zakon o potrošačkom kreditiranju. Naime, navedenim zakonom se uređuju ugovori o potrošačkom kreditiranju, tj. konkretni uvjeti i konkretni načini na koji se oni mogu ponuditi krajnjem potrošaču, tj. kroz obveze vjerovnika i kreditnih posrednika prema potrošaču kao i prava potrošača unutar ovog vrlo specifičnog ugovornog odnosa.⁴⁵

⁴³ Zakon o općoj sigurnosti proizvoda, NN 30/09, 139/10, 14/14, 32/19

⁴⁴ Zakon o nedopuštenom oglašavanju, NN 43/09

⁴⁵ Zakon o potrošačkom kreditiranju, NN 75/09, 112/12, 143/13, 147/13, 09/15, 78/15, 102/15, 52/16, 128/22

4. OSNOVNA PRAVA POTROŠAČA I ODNOS POTROŠAČA I TRGOVCA

U nastavku ovog rada usmjerava se prema osnovnim pravima potrošača i međusobnom odnosu potrošača i trgovca. Konkretno, ovdje se usmjerava prema pravu na zaštitu gospodarskih interesa potrošača i obradi Zakona o zaštiti potrošača.

4.1. Pravo na zaštitu gospodarskih interesa potrošača

Kako bi se prikazalo pravo na zaštitu gospodarskih interesa potrošača, najprije će se usmjeriti prema važnosti sklapanja ugovora između kupca i prodavatelja, a potom i na definiranje prodaje, cijene, posebnih oblika prodaje kao i nepoštene poslovne prakse.

4.1.1. Sklapanje ugovora između kupca i prodavatelja

Kada se govori o sklapanju ugovora između kupca i prodavatelja nužno je usmjeriti se prema Zakonu o obveznim odnosima, u kojem se navodi da je ugovor sklopljen onda kada se dvije ili više ugovornih strana usuglasi o dijelovima ugovora koji se smatraju bitnima. Prilikom definiranja potrošačkog ugovora govori se o ugovoru koji se sklapa između prodavatelja i između kupca. Prodavatelj je taj koji djeluje u poslovne svrhe, dakle unutar gospodarske ili pak profesionalne djelatnosti. S druge strane osoba koja djeluje privatno za svoje potrebe i izvan gospodarske kao i profesionalne djelatnosti smatra se kupcem-potrošačem.

Sama suglasnost za sklapanje ovog ugovora potrebna je u onom trenutku kada treća osoba sklapa ugovor u nečije ime, a može biti dana prije ili nakon sklapanja ugovora. Upravo ova suglasnost mora biti u obliku koji je propisan za ugovore za čije se sklapanje daju. Kada ponuditelj od potrošača primi izjavu da prihvaća danu ponudu, tada je potrošački ugovor sklopljen. Kao konkretno mjesto sklapanja ugovora uzima se zapravo ono mjesto u kojem ponuđač ima svoje sjedište, ukoliko se radi o pravnoj osobi ili pak s druge strane prebivalište ukoliko je riječ o fizičkoj osobi.

Prema svemu do sada navedenom uočava se kako je pravo zaštite potrošača zapravo pravo koje je izniklo iz građanskog obveznog prava. Ono je u skladnosti sa građanskopravnim načelom koje se odnosi na dispozitivnost ili pak na stranačku autonomiju. Isto tako naglasak je na činjenicu kako je ugovor prvi, a ujedno tako i najvažniji izvor potrošačkog ugovornog prava. Ovdje je bitno istaknuti i stranačku autonomiju gdje dolazi do zaključka kako građanskopravni odnos nastaje, prestaje te se ujedno i mijenja voljom pravnih subjekata.

4.1.2. Nositelji zaštite prava potrošača u Republici Hrvatskoj

Na temelju Zakona o zaštiti potrošača kao nositelji zaštite prava potrošača na prostoru Republike Hrvatske navode se:

- Hrvatski sabor,
- Vlada Republike Hrvatske,
- Ministarstvo nadležno za poslove zaštite potrošača – Ministarstvo gospodarstva,
- Nadležna inspeksijska tijela,
- Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača
- Poslovna udruženja
- Udruga za zaštitu potrošača.
- Jedinice lokalne samouprave i

- Ostala poslovna tijela javne vlasti.

Prije svega će se usmjeriti prema Ministarstvu gospodarstva, čija Služba za razvoj politike zaštite potrošača ima iznimno širok obujam poslova kojima se bavi u svrhu ispunjenja cilja svoga postojanja – razvoja politike zaštite potrošača. Ovdje se prije svega govori o poslovima koji su vezani uz sudjelovanje prilikom izrade i prilikom provođenja zakona, ali isto tako i drugih propisa koji se vežu uz zaštitu prava potrošača.

Nadalje, Služba za razvoj politike potrošača Ministarstva gospodarstva ujedno daje stručna mišljenja koja se vežu uz područje zaštite potrošača te provodi sve aktivnosti koje su u vezi s prilagođavanjem nacionalnog zakonodavstva s onim na području Europske unije. Ministarstvo gospodarstva pri provođenju zaštite potrošača usko surađuje sa sudovima časti Hrvatske gospodarske komore prilikom rješavanja postojećih potrošačkih sporova. Također, zaduženo je za izrađivanje potrebnih izvještaja kojima se sva nadležna tijela informiraju o tome koliko je zakonodavstvo Republike Hrvatske usklađeno s propisima Europske unije.⁴⁶

Kako bi se svi ovi poslovi obavljali na Odjelu za zaštitu potrošača došlo je do ustroja pojedinih odsjeka, a radi se o sljedećim:⁴⁷

- Odsjeku za razvoj i praćenje sustava zaštite potrošača,
- Odsjeku za edukaciju i informiranje o sustavu zaštite potrošača,
- Odsjeku za usklađivanje zakonodavstva u području zaštite potrošača i
- Odsjeku za programe i za projekte Europske unije u području zaštite potrošača.

Što se tiče Tržišnog inspektorata Ministarstva gospodarstva i drugih nadležnih inspekcija, navedeni su zaduženi za vršenje nadzora nad provođenjem Zakona o zaštiti potrošača. U sukladnosti s navedenim oni su u mogućnosti da trgovcu na određeno vrijeme zabrane prodaju proizvoda ili usluga, zatim da naredi trgovcu da je dužan ukloniti sve utvrđene nepravilnosti kao i da u određenim situacijama koje su propisane putem Zakona naredi vraćanje iznosa koji je potrošačima ranije naplaćen u okviru potrošačkog ugovora.

Kao još jednog nositelja provođenja zaštite potrošača na prostoru Republike Hrvatske svakako je bitno spomenuti Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača. Naime, riječ je o savjetodavnom tijelu koje se od strane Vlade Republike Hrvatske osniva na vremenski period od četiri godine. Čine ga predstavnici državnih tijela nadležnih za područje zaštite potrošača, trgovaca, potrošača i neovisni stručnjaci iz područja zaštite potrošača.⁴⁸

Trgovci, potrošači i neovisni stručnjaci iz područja zaštite za zaštitu potrošača sačinjavaju Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača. Oni aktivno sudjeluju u kreiranju politike i Nacionalnog programa za zaštitu potrošača, o čemu izvještavaju Vladu Republike Hrvatske. Na ovaj način

⁴⁶ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017, str. 23

⁴⁷ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 23

⁴⁸ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 24

potencijalno utječu na izradu konkretnog zakonodavstva i na uspostavljanje partnerskog odnosa sa svim predstavnicima potrošača.⁴⁹

Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora i Hrvatska udruga poslodavaca zaduženi su za organiziranje centara za mirenje gdje odvjetnici, pravnici, ekonomisti, inženjeri, profesori, obrtnici i drugi stručnjaci koji su za to educirani, mogu vršiti uslugu medijacije između potrošača i trgovca i tako potencijalno riješiti potrošačke sporove. Isto tako ovi predstavnici zaduženi su za osnivanje i za organiziranje sudova časti pred kojima se zapravo donosi odluka o provođenju prava potrošača i to od strane pojedinih trgovaca. Nadalje, zaduženi su za informiranje svojih članova o svim obvezama koje pred njih postavljaju konkretna pravila koja se odnose na zaštitu potrošača.

Udruge za zaštitu potrošača osnivaju potrošači i to kako bi se osiguralo promicanje i zaštita njihovih prava i interesa. One rade neovisno o interesima samog trgovca i stoga ne smiju od navedenih dobivati sredstava. Udruge za zaštitu potrošača su udruge koje potrošačima pružaju preventivnu zaštitu te ih ujedno informiraju o svim njihovim pravima i obvezama.

Oni su zaduženi za provođenje usporednih i naknadnih testiranja proizvoda, a ujedno i pružaju pomoć potrošaču koji smatra da je oštećen u nastupu prema samom trgovcu. Udruge za zaštitu potrošača vode evidencije koje se odnose na primjenu prijave potrošača i sve one postupke koji su poduzeti kako bi se riješili problemi koji su se javili. Osim toga, mogu davati primjedbe i prijedloge prilikom donošenja potrebnih propisa koji se odnose na samo područje zaštite potrošača te iniciraju zaštitu pred nadležnim tijelima koja su zadužena za provođenje zaštite potrošača.⁵⁰

4.1.3. Služba zaštite ekonomskih interesa potrošača

Od navedenih nositelja zaštite prava potrošača, u ovom poglavlju dodatno će se naglasak staviti na Državni inspektorat Republike Hrvatske, odnosno Službu zaštite ekonomskih interesa potrošača koja je unutar Sektora za nadzor trgovine, usluga i zaštite potrošača zadužena za obavljanje inspekcijskih poslova te drugih poslova koji se odnose na primjenu i provođenje zakona i drugih propisa u području zaštite potrošača prilikom prodaje proizvoda, pružanja usluga, cijene, javnih usluga, isprava koje moraju imati u prometu, posebnih propisa i ostalo.⁵¹ Tržišna inspekcija provodi inspekcijske nadzore po zaprimljenim predstavkama potrošača te utvrđuje jesu li predstavke opravdane, odnosno je li došlo do povrede propisa.

Podnošenje prijave Državnom inspektoratu trebao bi biti zadnji korak u zaštiti potrošača, prije pokretanja sporova.

Prije svega, potrošač u cilju ostvarenja svoje zaštite kreće od pisanog prigovora trgovcu. Na temelju odredbe Zakona o zaštiti potrošača propisana je upravo obveza trgovca da osigura potrošačima mogućnost da podnesu pisane prigovore u poslovnim prostorijama i da bez bilo kakvih odgađanja pisanim putem potvrde primitak prigovora. Isto tako trgovac je dužan

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017., str. 24

⁵¹ <https://dirh.gov.hr/o-drzavnom-inspektoratu-9/ustrojstvo-77/6-sektor-za-nadzor-trgovine-usluga-i-zastite-potrosaca/1-služba-zastite-ekonomskih-interesa-potrosaca/168>

potrošaču omogućiti podnošenje pisanog prigovora putem pošte, telefaksa ili pak elektroničke pošte, a prema novom Zakonu o zaštiti potrošača opcija podnošenja prigovora mora se omogućiti i putem sredstava mrežne komunikacije, što je s obzirom na sve veći broj trgovanja putem društvenih mreža i logičan zahtjev zakonodavca.

Obavijest koja se odnosi na način podnošenja pisanog prigovora mora biti istaknuta. Trgovac koji pruža javnu uslugu dužan je na ispostavljenom računu jasno i vidljivo istaknuti obavijest o načinu za podnošenje pisanog prigovora. Trgovac koji pruža javnu uslugu prema Zakonu dužan je osnovati povjerenstvo namijenjeno za reklamacije potrošača u čijem sastavu mora biti i predstavnik udruge za zaštitu potrošača.

Na sve podnesene prigovore potrošača trgovac je dužan odgovoriti u roku od 15 dana od zaprimanja prigovora. Ukoliko putem prigovora potrošač ne ostvari prava za koja smatra da mu pripadaju na raspolaganju mu stoji podnošenje predstavke tržišnoj inspekciji. Naime, u sukladnosti sa Zakonom o zaštiti potrošača tržišni inspektor uzima u obzir samu prijavu potrošača tek nakon što je sam potrošač zapravo iscrpio postupke koji se odnose na podnošenje pisanih prigovora.

Nakon što je potrošač iscrpio navedene načine pisanja prigovora tada se predstavka podnosi na jedan od slijedećih načina:

- Putem internetske stranice Državnog inspektorata: <https://dirh.gov.hr/podnosenje-prijava/83>
- putem internetske stranice Centralnog informacijskog sustava za zaštitu potrošača (CISZP): <https://prijava.mingo.hr/CD/prijava.jsp>
- poštom na adresu Državnog inspektorata, Sektoru za nadzor trgovine, usluga i zaštite potrošača
- osobno u Pisarnici Državnog inspektorata.⁵²

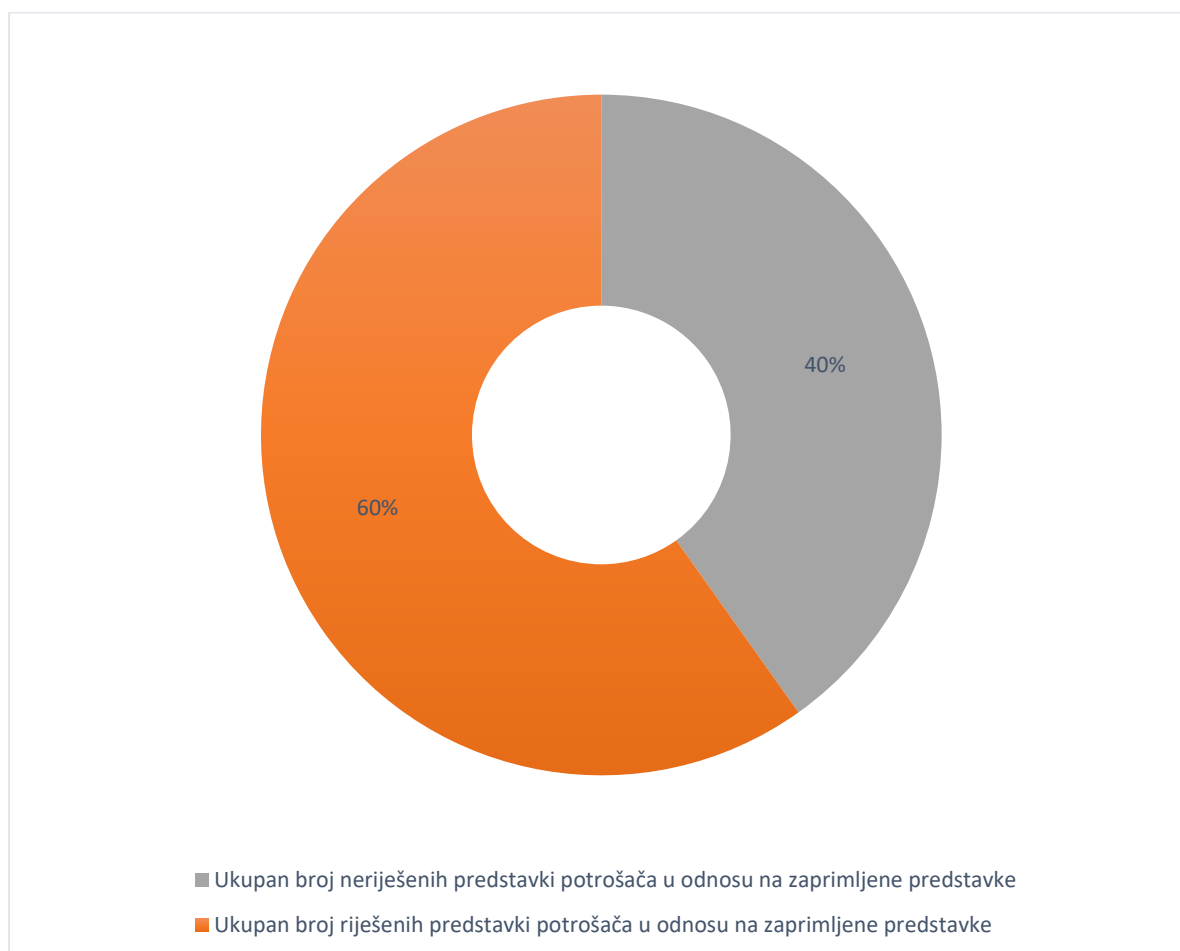
U postupku slanja prijave nužno je priložiti prigovor koji je podniet samom trgovcu, odgovor trgovca na taj isti prigovor, presliku računa koji se odnosi na kupovinu određenog proizvoda ili određene usluge kao i drugu eventualnu pisanu komunikaciju s trgovcem. Na temelju sadržaja prijave tržišni inspektori procjenjuju je li prijava opravdana ili nije, odnosno postoje li uvjeti za pokretanje inspeksijskog nadzora s obzirom na okolnosti na koje se ukazuje unutar prijave. Tržišni inspektor ukoliko ustanovi da postoje nepravilnosti u odnosu trgovca prema potrošaču, prije pokretanja inspeksijskog nadzora ostavlja trgovcu rok za udovoljenje zahtjevu potrošača. Potrošaču, kao podnositelju predstavke se pisanim putem dostavlja obavijest o rezultatima nadzora.

4.1.4. Djelovanje tržišne inspekcije na području zaštite potrošača u 2022. godine

Iz neslužbenih podataka dobivenih od strane Državnog inspektorata ukratko će se analizirati aktivnost potrošača po pitanje zaštite vlastitih interesa usmjerena prema Tržišnom inspektoratu, kao i rezultati rada tržišnih inspektora.

⁵² <https://dirh.gov.hr/o-drzavnom-inspektoratu-9/ustrojstvo-77/6-sektor-za-nadzor-trgovine-usluga-i-zastite-potrosaca/1-služba-zastite-ekonomskih-interesa-potrosaca/168>

Grafikon 1. Broj riješenih predstavki potrošača u odnosu na zaprimljene predstavke u 2022.



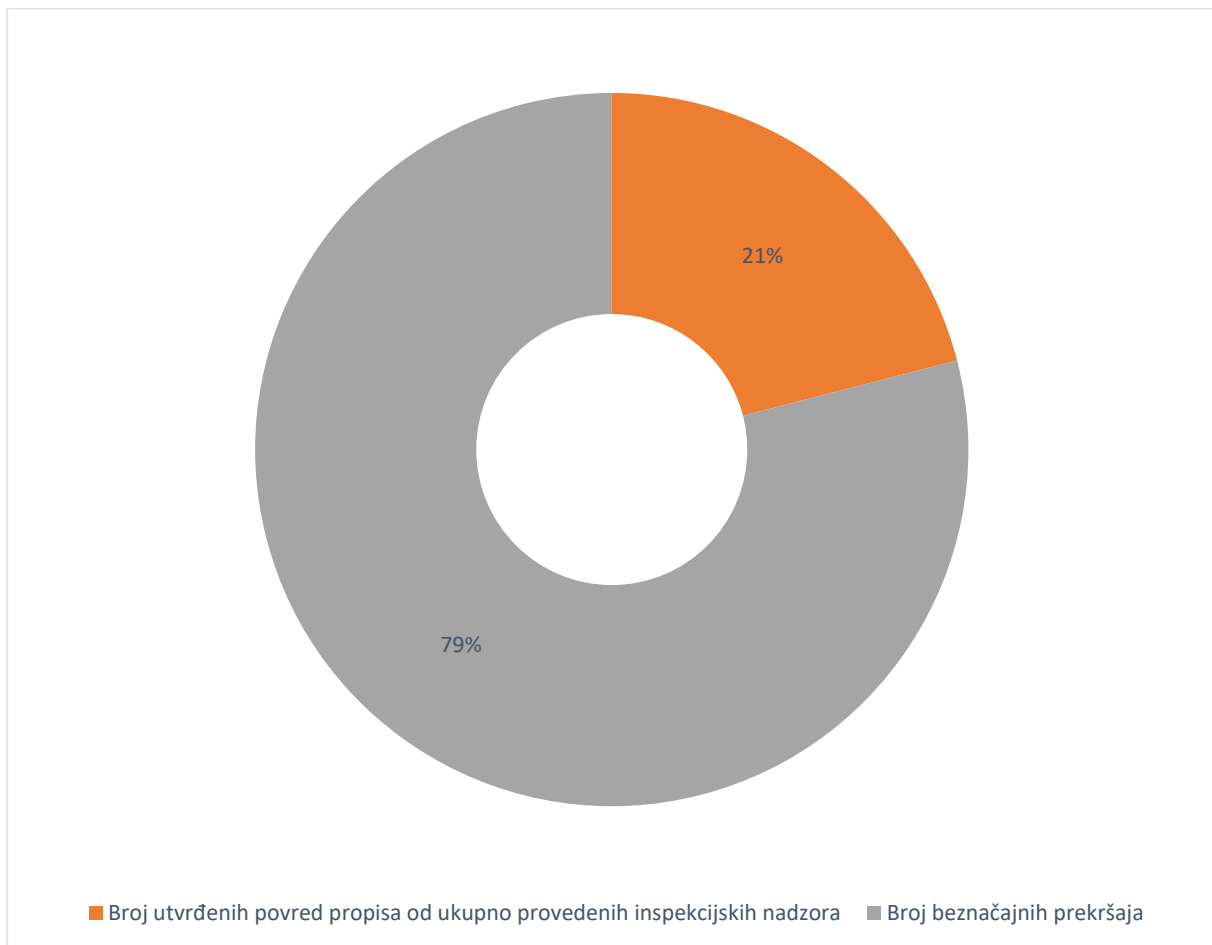
U 2022. godini tržišna inspekcija Državnog inspektorata zaprimila je čak 2206 predstavki potrošača, od čega ih je u tekućoj godini riješeno 1320.

U posljednjih nekoliko godina bilježi se velik porast predstavki potrošača upućenih Državnom inspektoratu, što upućuje na sve veću osviještenost potrošača o njihovim pravima. Ipak, to rezultira sve većim obujmom posla tržišnih inspektora, čime se može objasniti omjer zaprimljenih i riješenih predstavki u gornjem grafičkom prikazu.

Kada se uzme u obzir podatak da je ukupan broj inspeksijskih nadzora od strane Tržišne inspekcije u 2022. godini iznosio 2588, može se primjetiti da se gotovo polovica inspeksijskih nadzora odnosi na predstavke iz prethodne godine. Može se također pretpostaviti da predstavke građana pojačano stižu na adresu Državnog inspektorata krajem godine kada se bilježi pojačana aktivnost potrošača na tržištu, što može biti dodatno objašnjenje prenošenja izvršenja nadzora iz jedne godine u drugu.

Od 2588 inspeksijskih nadzora u 2022. godini utvrđeno je ukupno 543 povreda propisa, odnosno prekršaja.

Grafikon 2. Broj utvrđenih povreda propisa od ukupno provedenih inspekcijskih nadzora

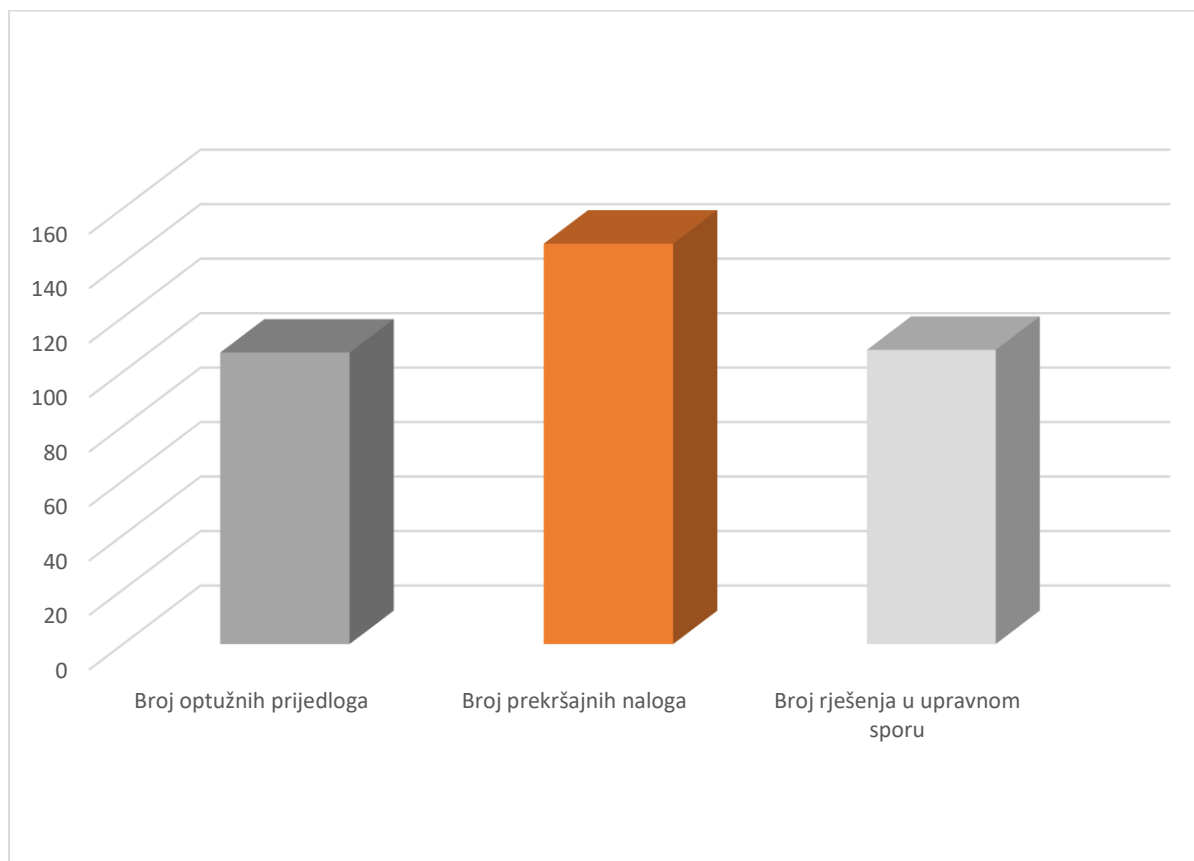


Primjećuje se velik broj beznačajnih prekršaja. Zakon kaže da je definicija beznačajnog prekršaja sljedeća: “Nema prekršaja, iako su ostvarena njegova bitna obilježja, ako je stupanj ugrožavanja ili povrede javnog poretka, društvene discipline i društvenih vrijednosti neznatan i ne postoji potreba da počinitelj bude kažnjen”⁵³

Ove brojke trebale bi dati dodatnu sigurnost trgovcima i povjerenje samih trgovaca u objektivno i neovisno djelovanje tržišnih inspektora. Iz ovoga se može pretpostaviti da postoji i određen broj potrošača koji navedeni sve većim razvojem njihovih prava podnose neosnovane prijave tijelima koja se bave zaštitom potrošača.

⁵³ Stipić M., Inspekcijski nadzor – doseg najavljenih izmjena, stručni rad, str. 12, <https://hrcak.srce.hr/file/285028>, pristup: 22.4.2023.

Grafikon 3. Poduzete mjere



Što se tiče poduzetih mjera, podneseno je 107 optužnih prijedloga te 146 prekršajnih naloga od kojih broj oduzete imovinske koristi iznosi 16. U upravnom postupku doneseno je ukupno 108 rješenja. U upravnom postupku broj rješenja o otklanjanju nepravilnosti iznosio je 35, dok je broj rješenja o zabrani obavljanja djelatnosti, rada, postupanja, stavljanja proizvoda na tržište, povlačenja s tržišta i povrat od potrošača te nepoštene poslovne prakse iznosio 56.

4.2. Proizvod, cijena i uvjeti prodaje

Prilikom definiranja proizvoda tumači se da prema Zakonu o zaštiti potrošača proizvodi na području Republike Hrvatske moraju na svojoj ambalaži, privjesnici, naljepnici ili pak na samom proizvodu sadržavati određene informacije. Najprije se tu radi o temeljnim obilježjima proizvoda u mjeri koja je potrebna kako bi sam potrošač mogao donijeti određenu odluku o kupovini.

Primarno se odnosi na naziv samog proizvoda, na tip i na model proizvoda, naziv pod kojim se upravo navedeni proizvod prodaje, njegov sastav, njegova svojstva kao i tehnička obilježja navedenog. Na samom proizvodu nužno je istaknuti ujedno i naziv te sjedište proizvođača ili pak uvoznika koji ima sjedište na području Europske unije.

Svi ovi podaci moraju prije svega biti vrlo jasni i vrlo vidljivi. Isto tako oni moraju biti čitljivi te napisani na hrvatskom jeziku latiničnim pismom. Ova stavka ne isključuje mogućnost upotrebe primjerice drugih jezika. Isto tako moguće je uključivanje znakova i piktograma koji

su lako razumljivi krajnjem potrošaču. Ukoliko je na proizvodu napisano na više jezika, sve napisano mora biti na isti način.⁵⁴

4.2.1. Isticanja cijene proizvoda

U pogledu isticanja cijene proizvoda naglašava se kako svaki pojedini trgovac je dužan na vrlo jasan, vidljiv i čitljiv način istaknuti koliki je iznos maloprodajne cijene i cijene koja se odnosi za jedinicu mjere proizvoda koju pruža. Isto tako na proizvodu ili na prodajnom mjestu, osim cijene ne smiju se isticati nikakve druge cijene. Isto tako cijenu za jedinicu mjere nije potrebno isticati ukoliko je ista istovjetna s maloprodajnom cijenom samog proizvoda.

Kod proizvoda koji se nalaze u rasutom stanju se ističe isključivo cijena za jedinicu mjere na prodajnom mjestu proizvoda. Isto tako naglašava se kako trgovac mora istaknuti cijenu na način da ne dođe do oštećenja proizvoda. Trgovac se ujedno mora pridržavati te istaknute maloprodajne cijene. Isto tako prilikom oglašavanja u kojem se navodi maloprodajna cijena proizvoda mora biti ujedno navedena i cijena za jedinicu mjere i to u skladnosti s odredbama Zakona o zaštiti potrošača.⁵⁵

4.2.2. Uvjeti prodaje – račun i pisani prigovori

Što se tiče uvjeta prodaje, navedene je svaki trgovac zapravo dužan da istakne na vrlo jasan, vidljiv i čitljiv način. Trgovac je ujedno dužan da se pridržava uvjeta prodaje. Što se tiče posebnih uvjeta prodaje trgovac je u mogućnosti odobriti za pojedine skupine proizvoda ili za pojedine proizvode, za pojedine skupine potrošača kao i za pojedine oblike plaćanja.

Ukoliko trgovac kao jedan od posebnih uvjeta prodaje odobri popust na određene proizvode ili pak na određene skupine proizvoda, isti je dužan da istakne maloprodajnu cijenu i to u skladnosti s člankom 19. Zakona o zaštiti potrošača. Trgovac isto tako može odbiti sklapanje ugovora o kupoprodaji proizvoda i to samo ukoliko navedeno proizlazi iz okolnosti pojedinog slučaja.⁵⁶

Prema čl. 9 trgovac je dužan da potrošaču omogući provjeru ispravnosti iznosa koji je zaračunat u odnosu na kupljene proizvode. Isto tako naglašava se kako ispostavljanje računa zapravo nije dopušteno naplaćivati. U okviru ispostavljanja i sadržaja računa na odgovarajući se način vrši primjena odredbi propisa kojima dolazi do uređivanja obveze za ispostavljanje računa.⁵⁷

Isto tako svaki trgovac je dužan da omogući potrošaču pisanje pisanog prigovora u svojim poslovnim prostorijama, putem pošte ili pak putem elektroničke pošte. Isto tako trgovac ima mogućnost da omogući potrošaču da podnese pisani prigovor i putem nekih drugih sredstava namijenjenih mrežnu komunikaciju, a koja kao takva omogućuju pohranjivanje vremena i pohranjivanje sadržaja komunikacije na nekom trajnom mediju. Isto tako trgovac je dužan da bez bilo kakvog odgađanja putem pisanog oblika, tj. putem pošte ili elektroničke pošte, potvrdi primitak spomenutog prigovora. Dužan je da na vrlo jasan, vidljiv i čitljiv način istakne obavijest koja se odnosi na način podnošenja pisanog prigovora.

⁵⁴ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 7

⁵⁵ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 7

⁵⁶ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanje trgovca s potrošačima, Glava I. Opće odredbe, čl. 8

⁵⁷ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 9

Trgovac koji je zadužen za pružanje javne usluge isto tako je dužan da na ispostavljenom računu na vrlo vidljiv način istakne i obavijest koja se odnosi na način podnošenja pisanog prigovora. Trgovac ima dužnost da u pisanom obliku u roku od 15 dana od dana kada je zaprimljen prigovor obavijesti trgovca o načinu podnošenja pisanog prigovora čime se mora jasno izjasniti prihvaća li se osnovanost podnesenog prigovora potrošača.⁵⁸

Ujedno je trgovac dužan i voditi, ali isto tako i čuvati evidenciju koja se odnosi na pisane prigovore potrošača i to u periodu od najmanje jedne godine na trajnom mediju.⁵⁹ Posebno se ističe kako se trgovcu na izričit način zabranjuje da odaje osobne podatke potrošača bilo kojoj trećoj osobi što je protivno svim propisima kojima je izvršena zaštita osobnih podataka potrošača.

4.2.3. Posebni oblici prodaje

Ukoliko se radi o posebnim oblicima prodaje, tada se tumači kako je riječ o prodaji proizvoda po nižim cijenama nego što su u redovnoj prodaji. Samim time jasno se da zaključiti kako je ovdje uključena akcijska prodaja, sezonsko sniženje, rasprodaja, roba s greškom i prodaja robe kojoj ističe rok upotrebe. Akcijska prodaja u tom kontekstu predstavlja prodaju određenih proizvoda i to po cijeni koja je zapravo niža od cijene navedenog proizvoda unutar redovne prodaje.

Što se tiče rasprodaje, navedena se provodi u slučaju ukoliko dođe do sljedećih stavki:⁶⁰

- Prestanak poslovanja trgovca,
- Prestanak poslovanja unutar dosadašnje poslovne prostorije,
- Prestanak prodaje određenog proizvoda iz predmeta poslovanja trgovca,
- Onda kada dođe do ozbiljnog ugrožavanja poslovanja trgovca i
- Kod obavljanja složenijih građevinskih radova ili na poslovnim prostorijama.

Što se tiče sezonskog sniženja, ovdje se smatra kako je riječ o proizvodima koji su sniženi nakon što je došlo do protoka sezone.

To bi značilo kako Ministar koji je zadužen za područje zaštite potrošača putem pravilnika propisuje konkretan način provođenja sezonskog sniženja.⁶¹ Roba s greškom je roba koju trgovac mora na jasan, vidljiv i čitljiv način označiti, odnosno označiti istu na robu ili na prodajnom mjestu te upoznati potrošača u čemu se sastoji greška na robu.⁶² Napoljetku, roba kojoj ističe rok upotrebe, kao što i sama riječ govori, je roba koja se prodaje po nižoj cijeni od one koja je u redovitoj prodaji s obzirom da joj istječe rok upotrebe. Ista stoga mora imati na vrlo jasan, vidljiv i čitljiv način istaknut zapravo krajnji rok upotrebe.⁶³

Tijekom trajanja navedenog, posebnog oblika prodaje robe, svaki trgovac mora istaknuti cijenu koja se primjenjuje za ovo vrijeme i isto tako i najnižu cijenu koju je isti primjenjivao za istu

⁵⁸ Ibidem

⁵⁹ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 10

⁶⁰ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 19

⁶¹ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 22

⁶² Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 23

⁶³ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 24

robu tijekom razdoblja od 30 dana prije nego li je došlo do provođenja ovog posebnog oblika prodaje.

4.3. Nepoštena poslovna praksa

Na temelju odredbi Zakona o zaštiti potrošača ističe se i nepoštena poslovna praksa. Naime, odredbe zakona primjenjuju se na navedenu i to u odnosu prema potrošaču, a koju sam trgovac koristi prije, za vrijeme ili pak nakon što je došlo do sklapanja pravnog posla u vezi s nekim određenim proizvodom.

Naglašava se kako odredbe navedenog Zakona imaju izniman utjecaj u segmentu primjenjivanja pravila koja se odnose na ugovoreno pravo, tj. pravila koja se odnose na sklapanje, na valjanost i isto tako na pravne učinke ugovora. Nadalje, odredba se odnosi na primjenjivanje svih propisa putem kojih dolazi do utvrđivanja zdravstvene ispravnosti i ukupne sigurnosti samih proizvoda. Zakon se primjenjuje i u okviru propisa kojima dolazi do određivanja nadležnosti pojedinih sudova, ali isto tako i za primjenjivanje propisa kojima dolazi do određivanja konkretnih uvjeta koji se odnose na samo zasnivanje, ili pak s druge strane na sustave odobravanja za uređene profesije, odnosno za primjenjivanje predviđenih deontoloških pravila i ostalo.

Naglašava se kako je nepoštena poslovna praksa izričito zabranjena. Prema Zakonu o zaštiti potrošača pojam nepoštene poslovne prakse pojam je kojim se označava poslovna praksa koja je suprotna zahtjevima profesionalne pažnje, odnosno u smislu određenog proizvoda ista bitno utječe ili je pak vjerojatno kako će utjecati na ekonomsko ponašanje prosječnog potrošača kojemu je u konačnici navedena praksa i namijenjena, odnosno do kojeg navedena dopire.

Nepoštena poslovna praksa je ona praksa koja vrlo vjerojatno utječe na ekonomsko ponašanje jasno odredive skupine potrošača koji su zbog svojih tjelesnih ili pak duševnih mana, dobi ili primjerice lakomislenosti, na poseban način osjetljivi na određenu poslovnu praksu ili pak na određeni proizvod i to na način da trgovac je bio u mogućnosti da na razuman način predvidi, procijeni navedeno.

Naglašava se isto tako da nepoštenom poslovnom praksom se posebno smatraju dvije vrste prakse, a to je:⁶⁴

- zavaravajuća poslovna praksa i
- agresivna poslovna praksa.

4.3.1. Zavaravajuća poslovna praksa

U nastavku se usmjerava na navedene. Najprije je riječ o zavaravajućoj poslovnoj praksi. Naime, ukoliko je riječ o zavaravajućoj poslovnoj praksi, govori se zapravo o onoj poslovnoj praksi koja sadržava informacije koje su netočne, tj. određene neistine, lažno predstavljanje pa čak i ukoliko je informacija činjenično točna može dovesti do zavaravanja ili je vrlo vjerojatno kako će zavarati prosječnog potrošača u vezi s nekom od okolnosti.

Ovdje se okolnosti odnose na slijedeće stavke:

- Postojanje ili pak priroda samog proizvoda,

⁶⁴ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 34

- Temeljna obilježja proizvoda,
- Opseg opsega trgovca,
- Cijena proizvoda ili pak način na koji je ista izračunata,
- Potreba servisiranja, rezervnih dijelova, zamjene ili popravaka,
- Priroda, obilježja i prava trgovaca ili njegovih zastupnika kao što su primjerice identitet, imovina, kvalifikacije, status i odobrenja,
- Prava potrošača uključujući i ona prava koja navedeni ima na temelju pravila o odgovornosti za materijalne nedostatke i
- Rizici kojima potrošač može biti izložen.

Isto tako naglašava se kako se poslovna praksa smatra zavaravajućom ukoliko se uzmu u obzir sva navedena obilježja i okolnosti gdje će prosječni potrošač biti naveden da donese odluku o kupovni koju zapravo ne bi donio.

Ovdje je uključen isto tako bilo kakav oblik stavljanja proizvoda na samo tržište gdje je uključeno i usporedbu oglašavanje s obzirom da navedena stavka dovodi zapravo do poistovjećivanja navedenog proizvoda s nekim drugim proizvodom, s nekim drugim žigom, s nekim drugim zaštićenim imenom ili pak nekim drugim znakom za raspoznavanje konkurenta na samome tržištu.

Isto tako ovdje je uključeno nepoštivanje obveza od strane trgovaca koje kao takve proizlaze iz samog poštapanja trgovca koja ga obvezuju. Ovdje je pretpostavka da navedene obveze zapravo ne predstavljaju tek namjeru, nego zapravo čvrstu obvezu koju je moguće provjeriti i to uz postavljenu pretpostavku kako je trgovac u okviru svoje poslovne prakse naznačio da je vezan navedenim pravilima postupanjima.

U zavaravajuću poslovnu praksu uključeno je i svako stavljanje robe na tržište Republike Hrvatske i to uz tvrdnju da je ista identična robi koja je stavljena na tržište u drugim državama članicama iako navedena roba na značajan način razlikuje prema svome sastavu i prema svojim obilježjima, osim ukoliko navedene stavke nisu opravdane legitimnim i objektivnim kriterijima.⁶⁵

Što se tiče zavaravajućih propuštanja, poslovna praksa koja se smatra zavaravajućom, u obzir mora uzeti sva temeljna obilježja i ujedno sve okolnosti svakog slučaja. Isto tako u obzir se moraju uzeti i sva ograničenja koja se odnose na konkretna sredstva za komunikaciju. Zavaravajuća propuštanja vrlo često ne sadržavaju važne obavijesti koje su zapravo potrebne kako bi omogućile prosječnom potrošaču da isti donese određenu odluku o kupovini koja je utemeljena na potpunoj obavijesti i samim time ga navodi da donese odluku o kupovini kakvu primjerice ne bi donio.

Ovdje se zavaravajućim propuštanjem smatra zapravo ukoliko trgovac skriva određene obavijesti ili pak s druge strane ukoliko su one obavijesti koje su pružene zapravo poprilično nejasne, nerazumljive, dvosmislene kao i nepravodobne. Isto tako zavaravajućim propuštanjem se smatra ukoliko trgovac ne navedene svoju poslovnu svrhu poslovne prakse, a ista nije niti razvidna iz samog konteksta. Upravo navedena praksa može prosječnog potrošača zapravo

⁶⁵ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 35

navesti ili vrlo vjerojatno navesti da donese odluku o kupovini koju navedeni inače ne bi donosio.⁶⁶

Zavaravajućim propuštanjem se smatra isto tako onda kada trgovac prilikom prenošenja poslovne prakse koristi neko konkretno sredstvo komunikacije koje je zapravo ograničeno putem vremena ili pak prostora, odnosno prilikom ocjene je li neka određena, a vrlo bitna obavijest izostavljena.

Ukoliko se radi o slučaju poziva na kupovinu, a ukoliko se navedeno nije uvidjelo iz konteksta, tada se bitnim informacijama smatraju slijedeće stavke:⁶⁷

- Osnovna obilježja proizvoda i to u mjeri koja se smatra prikladnom proizvodu i konkretnom komunikacijskom sredstvu koje se koristi,
- Sjedištu i identitetu samog trgovca,
- Maloprodajnoj cijeni pojedinog proizvoda,
- Uvjetima plaćanja, dostave i drugim elementima ispunjenja ugovora ukoliko navedeni elementi odstupaju od samog zahtjeva za profesionalnu pažnju,
- Postojanja prava na raskid ili otkaz ugovora,
- Tome da treća strana koja nudi proizvode putem internetskog tržišta trgovca ili nije trgovac, na temelju izjave navedene osobe pružatelju internetskog tržišta.

Isto tako vrlo bitnim informacijama se smatraju slijedeće:⁶⁸

- Sve informacije koje na temelju Zakona o zaštiti potrošača i ostalih propisa koji su usklađeni s pravilima Europske unije, sam trgovac je dužan pružiti svome potrošaču pri bilo kojoj vrsti poslovne komunikacije,
- Opće informacije koje se odnose na najvažnije parametre putem kojih se određuje samo rangiranje proizvoda koji su prikazani potrošaču kao rezultat upita u obliku primjerice ključne riječi, određenog izraza ili nekog drugog unosa,
- Informacije o činjenici je li trgovac osigurava da objavljene recenzije potječu od onih potrošača koji su proizvod uistinu i koristili, tj. kupili.

U nastavku će se istaknuti pojedini postupci koji zapravo predstavljaju zavaravajuću poslovnu praksu. Zavaravajućom poslovnom praksom se smatra svaka tvrdnja trgovca da je isti potpisnik za određeno pravilo postupanja trgovaca iako navedena stavka nije uopće slučaj. Isto tako zavaravajućom poslovnom praksom se smatra isticanje žigova, određenih znakova kvalitete ili pak nekih drugih sličnih znakova i to bez ikakvog potrebnog odobrenja. Zavaravajućom poslovnom praksom ističe se i svaka pojedina tvrdnja da je pojedina pravila postupanja trgovaca koja taj trgovac primjenjuje odobrilo ovlašteno tijelo iako se to uistinu nije niti dogodilo.

Zavaravajućom poslovnom praksom se isto tako smatra tvrdnja trgovca kako njegovu djelatnost, poslovnu praksu ili pak njegov proizvod je dobilo ili je preporučilo određeno ovlašteno ili pak privatno tijelo iako uistinu navedeno nije slučaj. Isto tako zavaravajućom poslovnom praksom se smatra pozivanje na kupovinu proizvoda prema određenoj cijeni i to

⁶⁶ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 35

⁶⁷ Ibidem

⁶⁸ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 36

bez isticanja činjenice da trgovac ima opravdane razloge vjerovati kako zapravo neće niti biti u mogućnosti da ponudi isporuku navedenog ili pak sličnog proizvoda prema navedenoj cijeni, u određeno vrijeme i u određenoj količini.

Samo pozivanje na kupovinu određenog proizvoda prema određenoj cijeni, a potom ujedno i odbijanje da se potrošaču pokaže oglašeni proizvod ili pak ukoliko se odbije prihvaćanje narudžbe potrošača, dostave unutar razumnog roka, smatra se zavaravajućom poslovnom praksom. Ujedno se zavaravajućom poslovnom praksom smatra i lažna tvrdnja kako je proizvod dostupan isključivo u ograničenom razdoblju ili pak samo pod posebnim uvjetima unutar ograničenog razdoblja, a sve s konačnim ciljem da se potrošača navede da isti donese odmah odluku o kupovini čime dolazi do uskraćivanja mogućnosti i ukupnog vremena koje je potrebno za donošenje odluke koja je utemeljena na saznanju o svim okolnostima.

Zavaravajućom poslovnom praksom se ujedno smatra i obvezivanje potrošaču za pružanje postprodajnih usluga koje su iskomunicirane prije odluke o kupovini. Isto tako zavaravajućom poslovnom praksom se smatra i predstavljanje potrošaču prava koja mu zapravo i po zakonu inače pripadaju kao neke posebnosti ponude samog trgovca.⁶⁹

4.3.2. *Agresivna poslovna praksa*

Što se tiče agresivne poslovne prakse, navedenom se smatra ona poslovna praksa koja se koristi uznemiravanjem, prisilom, uključujući naravno i fizičku silu, odnosno prijetnju ili nedopušten utjecaj čime se u vrlo bitnoj mjeri umanjuje ili je pak vjerojatno kako će doći do smanjenja slobode izbora i postupanja za prosječnog potrošača i to u vezi s proizvodom. Upravo na taj način ga navode ili će pak potrošač vrlo vjerojatno biti naveden da donese odluku o kupovini koji inače navedeni ne bi donio.⁷⁰

Prilikom donošenja konkretne odluke je li u navedenoj poslovnoj praksi korišteno bilo kakvo uznemiravanje, čime se svakako uključuje aspekt sile ili pak prijetnje, odnosno nedopuštenog utjecaja, vrlo je bitno voditi evidenciju o vremenu, mjestu ili pak prirodi poslovne prakse. Isto tako iznimno je bitno voditi i računa o ustrajnosti koju je sam trgovac prilikom navedenog iskazao. Isto tako potrebno je voditi računa je li se konkretno trgovac koristio bilo kakvim prijetećim ili pak uvredljivim ponašanjem.

Proučava se isto tako je li trgovac pri svome postupanju iskorištavao bilo kakve nesretne, odnosno neke druge okolnosti unutar kojih se potrošač kao takav nalazio, a koje su sukladno tome bile vrlo velikog značenja, tj. smanjile su sposobnost potrošača da isti na razuman način rasuđuje, dok je trgovac bio svjestan kako naveden okolnosti mogu bitno utjecati na samu odluku potrošača u odnosu na proizvod. Vodi se računa i o bilo kakvim prijetnjama koje su korištene u poduzimanju radnji koje se prema zakonu ne smiju poduzeti.⁷¹

Ukoliko se radi o agresivnoj poslovnoj praksi ovdje se primjerice mogu uključiti postupci unutar kojih se stvara dojam da sam potrošač zapravo nije u mogućnosti da napusti poslovni prostor sve dok ne dođe do sklapanja ugovora. Isto tako agresivnom poslovnom praksom se smatra bilo kakvo posjećivanje potrošača u njegovu domu čime se ignorira zahtjev potrošača

⁶⁹ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 36

⁷⁰ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 38

⁷¹ Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 39

da se njegov dom napusti kao i da ga se više ne posjećuje. Ovdje je uključeno isto tako ustrajan i neželjeno komuniciranje s potrošačem putem primjerice telefona, putem telefaksa ili pak elektroničke pošte. Unutar agresivnog oblika ponašanja uključeno je i bilo kakvo traženje potrošača koji postavlja odštetni zahtjev na temelju police osiguranja, da isti dostavi dokumente koji kao takvi zapravo niti nisu relevantni za ocjenu opravdanosti zahtjeva. Ovdje je ujedno uključeno i bilo kakvo oglašavanje koje se djecu navodi da ista kupe oglašeni proizvod.⁷²

⁷² Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe, čl. 40

5. NOVOSTI ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA IZ 2022. GODINE

Unutar ovog poglavlja prikazat će se novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine. Naime, u skladnosti s Nacionalnim programom zaštite potrošača namijenim za godinu 2021. do 2024. godinu, odnosno programom kojim su zadani ciljevi koji su usmjereni prema daljnjem razvoju hrvatskog zakonodavstvenog okvira, došlo je do implementacije pravnih propisa Europske unije. Sukladno tome Hrvatski je sabor konkretno 28. siječnja godine 2022. izglasao novi Zakon o zaštiti potrošača.⁷³

Ovdje je naglasak na Direktivu (EU) 2019/2161. Naime, uz deklarirani cilj postizanja visoke razine zaštite potrošača, odnosno boljeg funkcioniranja unutarnjeg tržišta i ujedno stvaranja veće dodatne vrijednosti unutar gospodarstva, kao i više razine pravne sigurnosti, Republika Hrvatska je u skladnosti sa svojim obvezama izvršila korak donošenja novog Zakona o zaštiti potrošača. Temeljni cilj zbog kojeg je navedeni zakon donesen zapravo bio je preuzimanje Direktive (EU) 2019/2161 Europskog parlamenta te Vijeća od 27. studenog 2018.⁷⁴

Radi se zapravo o izmjeni četiri postojeće potrošačke direktive. Stavke koje su ovdje uključene su isticanje cijene na potrošačkim proizvodima, nepoštena poslovna praksa, zaštita potrošača od nepoštenih uvjeta u ugovorima i područje jačanja prava potrošača u Europskoj uniji.⁷⁵

U odnosu na Zakon koji je vrijedio od 2014. godine, a o pisanom prigovoru, dolazi do omogućavanja podnošenja pisanog prigovora i to osobno unutar poslovnih prostorija trgovca, putem pošte i putem e-maila. Isto tako dolazi do propisivanja prava trgovca da isti omogući potrošaču podnošenje pisanog prigovora i putem drugih sredstava mrežne komunikacije, no uz obvezu da navedena sredstva komunikacije mogu omogućiti pohranjivanje vremena i pohranjivanje sadržaja same komunikacije. S obzirom da navedena sredstva komunikacije zapravo zahtijevaju tehničke preduvjete, jasno je kako primjena navedenih sredstava se ne može smatrati obveznom za trgovce, nego dodatnom mogućnosti. Isto tako putem novog zakona trgovac je obavezan da odgovori na podneseni prigovor i to u periodu od 15 dana od dana kada je prigovor zaprimljen čime se jasno izjašnjava prihvaća li se osnovanost prigovora potrošača.⁷⁶

Od ostalih izmjena ističe se izmjena posebnih oblika prodaje čime su uređeni posebni oblici prodaje po znatno nižim cijenama nego u redovitoj prodaji. Dodane su odgovarajuće odredbe kojima trgovac tijekom trajanja nekog od posebnih oblika prodaje je dužan istaknuti sniženju cijenu koju primjenjuje za vrijeme trajanja posebnog oblika prodaje, no isto tako i s druge strane on je dužan istaknuti i najniži cijenu koju je taj isti trgovac zapravo primjenjivao za taj isti

⁷³ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

⁷⁴ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

⁷⁵ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

⁷⁶ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

proizvod u vremenskom periodu od 30 dana prije nego je došlo do provođenja ovog posebnog oblika prodaje.⁷⁷

Izmjene su uočene i u pogledu javne usluge koja se pruža potrošačima. Naime, došlo je do dopunjavanja taksativnog popisa javnih usluga i to uslugom parkiranja na uređenim javnim površinama i u javnim garažama. Naime, potreba za regulacijom ove usluge se javila zbog različitih i brojnih sporova na navedenu tematiku, a sve s temeljnom svrhom koja se odnosi na povećanje djelotvornosti sustava za rješavanje potrošačkih sporova. Velika većina prigovora koji su se navodili za uslugu parkiranja se do tada rješavala isključiv u okviru upravnog postupka. S obzirom da je samo vođenje navedenih postupaka, a svakako upravnog spora, otežano za same potrošače, navedenom izmjenom došlo je zapravo do pojednostavljivanja sustava za rješavanje pritužbi.⁷⁸

Do promjene je došlo i u okviru nepoštene poslovne prakse čime je uređena nepoštena poslovna praksa trgovca u odnosu na samog potrošača. Tako se zabranjuje stavljanje robe na tržište Republike Hrvatske uz tvrdnju da je ista identična robi na drugim tržištima drugih država članica iako se navedena razlikuje primjerice prema svom sastavu ili prema svojim obilježjima. Isto tako usklađivanje s odredbama nove Direktive je dovelo do nadopunjavanja zavaravajućih propuštanja, tj. nedostatkom obavijesti. Vrlo bitnim smatra se ujedno i propuštanje općih informacija koje se odnose na najvažnije parametre kojima dolazi do određivanja rangiranja samih proizvoda koji su prikazani potrošaču, a koji su rezultat zapravo upita u obliku ključne riječi ili izraza. Isto tako onda kada je trgovac na izravan način ili neizravan platio pružatelju usluge internetskog pretraživanja viši rang pojedinog proizvoda tada bi trebao obavijestiti i potrošače o navedenoj činjenici i to u vrlo sažetom i lako razumljivom obliku.

Nadalje, u postupcima koji kao takvi predstavljaju zavaravajuću poslovnu praksu su dodatni postupci navođenja kako su recenzije proizvoda dali potrošači koji su zaista koristili ili su pak kupili proizvod bez poduzimanja nekih razumnih ili pak proporcionalnih koraka i to kako bi došlo do provjeravanja navedene recenzije zaista potječu od potrošača, odnosno da nije riječ o lažnim potrošačkim recenzijama.⁷⁹

Izmjene su donesene u pogledu potrošačkih ugovornih odnosa. Naime, navedenim je došlo do uređivanja područja primjene ugovornih potrošačkih odnosa čime se uključuju javne usluge čime dolazi do omogućavanja predmetnih pravila obuhvata svih ugovora.

Naime, što se tiče snošenja troškova, a koji se odnose na vještačenje, oni se provode kako bi došlo do utvrđivanja postoji li kakav materijalni nedostatak na robu, ukoliko nalaz vještačenja

⁷⁷ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

⁷⁸ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

⁷⁹ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

ne ukazuje na postojanje materijalnog nedostatka, dolazi do produljenje roka tijekom kojeg trgovac predujmljuje troškove vještačenja.⁸⁰

Vidljivo je kako je upravo Republika Hrvatska ovim novim Zakonom o zaštiti potrošača preuzela zapravo europsku pravnu stečevinu i na taj način pružila vrlo sveobuhvatan pravni okvir na navedenom području.

⁸⁰ Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)

6. ZAŠTITA POTROŠAČA U PROCESU UVOĐENJA EURA

Jasno je kako se sam proces zaštite potrošača nastavio i nakon uvođenja eura. Ovo razdoblje bilo je poprilično zanimljivo i neizvjesno s obzirom da uslijed konverzacije postojala je opasnost od nezakonitosti u pogledu porasta cijena. Naglašava se stoga kako je u svim aktivnostima koje su povezane s uvođenjem eura jedno od temeljnih načela upravo zaštita potrošača. Temeljni mehanizam zaštite potrošača u procesu uvođenja eura bio je usmjeren na slijedeće stavke:⁸¹

- Dvojno iskazivanja cijena,
- Primjenjivanje fiksnog tečaja konverzije prilikom preračunavanja,
- Nadziranje nad trgovcima i nad pružateljima usluga i
- Praćenje kretanja cijena najčešće korištenih proizvoda.

Što se tiče nadzornih tijela koja su propisana na temelju Zakona o uvođenju eura kao službene valute u Republici Hrvatskoj provodit će se primjena Zakona kao i propisivati različite prekršajne odredbe za bilo kakve nepravilnosti i bilo kakve nezakonitosti koje se kao takve utvrde prilikom obavljanja navedenog nadzora.

Kada se radi o zaštiti potrošača u procesu uvođenja eura svakako je nužno istaknuti i poseban projekt. Riječ je o projektu kojeg je Hrvatska udruga za zaštitu potrošača odlučila provesti u sklopu projekta Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja, a pod nazivom „Tajni kupac u zaštiti prava potrošača u procesu uvođenja eura u Republici Hrvatskoj“: naime, riječ je o tajnim kupcima na području tri grada, a to su Zagreb, Sisak i Pula. Navedeni tajni kupci bili su zaduženi za popisivanje cijena čak 60 proizvoda i ukupno 36 usluga. Naglašava se kako je prvi popis bio obavljen u kunama za mjesec kolovoz godine 2022., a potom je došlo do praćenja dvojnih cijena što će se i dalje pratiti sve do kraja 2023. godine.⁸²

Ističe se kako je temeljni cilj provedbe navedenog projekta zapravo usmjerenost prema ograničavanju bilo kakvih negativnih učinaka procesa uvođenja eura na samo kretanje potrošačkih cijena. Što se tiče drugog cilja projekta, on je svakako usmjeren prema zaštiti potrošača što bi u konačnici značilo kako sam potrošač nikako ne smije biti u financijski nepovoljnijem položaju nego li je isti bio prije nego što je došlo do uvođenja eura.⁸³

Vidljivo je da se ovim projektom nastoji na sukcesivan način kroz ukupno 17 mjeseci pratiti kretanje cijena roba, odnosno usluga, dvojno iskazivanje cijena, praćenje ispravnog preračunavanja kao i zaokruživanje cijena roba i usluga. Isto tako putem ovog projekta nastojat će se pratiti i pridržavanje Etičkog kodeksa poslovnih subjekata.⁸⁴

Cilj provođenja ovog projekta jednako tako je usmjeren prema pružanju potrebnih informacija građanima, tj. potrošačima, o procesu uvođenja eura, tj. o zamjeni gotovog novca sa i bez naknada, kao i drugim vrlo bitnim pitanjima za potrošače prilikom uvođenja eura i to kako bi svaki pojedini potrošač u konačnici imao priliku da dobije sve potrebne informacije i kako bi

⁸¹ Kako će se zaštititi potrošači u procesu uvođenja eura, online, dostupno na: <https://euro.hr/faq/kako-ce-se-zastititi-potrosaci-u-procesu-uvodenja-eura/> (Datum preuzimanja: 17.04.2023.)

⁸² Projekt tajni kupac, online, dostupno na: <https://huzp.hr/tajni-kupac-za-zastitu-potrosaca-u-procesu-uvodenja-eura-u-republici-hrvatskoj/> (Datum preuzimanja: 17.04.2023.)

⁸³ Ibidem

⁸⁴ Ibidem

isti s povjerenjem mogao postupati u skladnosti s tim informacijama. Što se tiče drugih iskustava zemalja koje su prije Republike Hrvatske uvele euro, navedene su zapravo pokazale efikasne načine za sprječavanje rasta potrošačkih cijena uslijed konverzije valuta što se nastojalo spriječiti mjerom obveznog iskazivanja cijena kako na prodajnim mjestima tako i na svim onim mjestima na kojima se pružaju usluge. Ova stavka građanima je uvelike olakšala sam proces preračunavanja cijena, no isto tako i omogućila je da građani prepoznaju neosnovan porast cijena.⁸⁵

⁸⁵ Ibidem

7. RJEŠAVANJE POTROŠAČKIH SPOROVA

U nastavku ovog rada usmjerava se prema rješavanju potrošačkih sporova, tj. konkretno se usmjerava prema:

- Alternativnom rješavanju potrošačkih sporova,
- Internetskom rješavanju potrošačkih sporova i
- Rješavanju sporova sudskim putem.

O svakom od navedenih načina rješavanja potrošačkih sporova u nastavku radi objašnjavaju se detalji.

7.1. Rješavanje sporova sudskim putem

Ističe se kako sam potrošač uvijek zapravo može pokušati riješiti spor s trgovcem na sporazuman način putem podnošenja pisanog prigovora. Naime, na ovaj prigovor je trgovac zapravo dužan da odgovori u periodu od 15 dana od dana kada je zaprimljen prigovor. Sam postupak za ostvarenje potrošačkih prava je na sljedeći način. trgovac je taj koji zapravo pruža javnu uslugu i stoga je isti dužan zapravo omogućiti potrošaču pisanje pisanog prigovora i bez bilo kakvog odgađanja odgovoriti u periodu od 15 dana. Nakon što je došlo do primitka prigovora tada potrošač podnosi reklamaciju povjerenstvu za reklamacije javnih usluga koje je osnovano pri trgovcima koji su zaduženi za pružanje za javne usluge. Ukoliko se spor ne može riješiti pisanim putem, odnosno prigovor tada se podnosi prijava tržišnoj inspekciji Državnog inspektora ili se pokreće izvansudski ili sudski postupak vezan za daljnje ostvarenje potrošačkih prava.⁸⁶

7.2. Alternativno rješavanje potrošačkih sporova

Što se tiče alternativnog rješavanja potrošačkih sporova – ARPS, navedeni predstavlja jedna od izvan sudskih načina za rješavanje sporova koji se vode između krajnjeg potrošača i trgovca, a koji kao takvi omogućuju zapravo potrošaču da isti svoju pritužbu koja se odnosi na potrošačke ugovore s određenim trgovcem koji ima sjedište u Republici Hrvatskoj, odnosno nekoj drugoj zemlji koja je članica Europske unije pa čak i Norveške, Islanda ili pak Lihtenštajna, riješi uz pomoć jednog od tijela koje je nadležno za alternativno rješenje potrošačkih sporova. Naime, putem tijela za alternativno rješavanje potrošačkih sporova u potrošač je u mogućnosti da riješi potrošački spor i to neovisno je li se radi o kupovini robe unutar poslovnog prostora ili pak putem interneta.

Alternativno rješavanje potrošačkih sporova za razliku od sudskog postupka koji je vrlo dugotrajan i formalan, predstavlja daleko jednostavniji, brži, ali isto tako i cjenovno prihvatljiviji način za rješavanje sporova za same trgovce. Ujedno je povjerljivost navedenog postupka pred određenim tijelima za alternativno rješavanje potrošačkih sporova ono što predstavlja posebnu dodatnu prednost.⁸⁷

⁸⁶ Rješavanje sporova, online, dostupno na: <https://gov.hr/hr/rjesavanje-sporova/556> (Datum pristupanja: 20.04.2023.)

⁸⁷ Središnji por za potrošače, Alternativno rješavanje potrošačkih sporova, online, dostupno na: <https://www.szp.hr/sve-potrosacke-teme-na-jednom-mjestu/alternativno-rjesavanje-potrosackih-sporova-arps/37> (datum pristupanja: 18.04.2023.)

Ističe se kako svaka pojedina država Europske unije pa samim time i Republika Hrvatska, ima nostrificirana tijela za alternativno rješavanje potrošačkih sporova, a koja kao takva udovoljavaju određenim kriterijima koja navedena ih čine prikladnima za rješavanje navedenih. Kao neki od navedenih su transparentnost, velika brzina postupanja, cjenovna pristupačnosti i ostalo. Što se tiče Republike Hrvatske, ovdje su nostrificirana tijela za alternativno rješavanje sporova centri za mirenje i sudovi časti.⁸⁸

Ukoliko se radi o centrima za mirenje, na navedenim se postupak zapravo provodi na dobrovoljnoj osnovi i to na način da se uz pomoć neovisnog stručnjaka, odnosno medijatora putem nagodbe nastoji postići sporazumno rješenje između trgovca i potrošača.

Sudovi koji su nadležni za rješavanje navedenih sporova koji se odnose između potrošača i trgovca, a koji nastaju iz povrede trgovačkih i poslovnih običaja u pogledu obavljanja djelatnosti. Naime, za razliku od postupaka pred centrima za mirenje, postupak pred sudovima časti obvezuje zapravo trgovce da ukoliko dođe do utvrđivanja povrede dobrih poslovnih običaja mogu im se izreći osnovne sankcije.⁸⁹

7.3. Internetsko rješavanje potrošačkih sporova

Kada je riječ o internetskom rješavanju potrošačkih sporova naglašava se važnost Europske platforme za internetsko rješavanje sporova. Naime, navedenu platformu pruža Europska komisija i to kako bi se omogućio pristup što kvalitetnijem rješavanju sporova i na taj način osigurala daleko sigurnija i ujedno pravednija kupovina na internetu. Potrošač stoga može odlučiti želi li pojedinosti koje se nalaze u nacrtu samog obrazaca za pritužbu zapravo podijeliti i prije nego li istu službeno podnese i to kako bi utvrdio postoji li mogućnost izravnog rješavanja problema. Isto tako omogućeno je i izravno razmjenjivanje poruka putem upravljačke ploče i slanje privitaka kao što su primjerice fotografije proizvoda.⁹⁰

Ukoliko se sama obavijest odnosi na pritužbu, obo bi značilo kako sam potrošač želi upitati problem prema ovlaštenom tijelu za rješavanje sporova. Tijela koja su zadužena za rješavanje sporova su tijela koja su navedena na platformi za internetsko rješavanje sporova čime se zadovoljavaju strogi standardi u pogledu kvalitete i u pogledu neovisnosti. Što se tiče tijela za rješavanje sporova, radi se zapravo o nepristranoj trećoj strani koja zapravo potrošačkim i trgovcima pomaže prilikom rješavanja sporova na miran način. ovakvo rješavanje smatra se uobičajeno jeftinijim i daleko bržim od običnog sudskog postupka. Što e tiče konkretnog roka, ovdje se govori o roku od 30 dana za dogovor o tijelu za rješavanje sporova koje bi rješavalo predmet.⁹¹

⁸⁸ Ibidem

⁸⁹ Središnji portal za potrošače, Alternativno rješavanje potrošačkih sporova, online, dostupno na: <https://www.szp.hr/sve-potrosacke-teme-na-jednom-mjestu/alternativno-rjesavanje-potrosackih-sporova-arps/37> (datum pristupanja: 18.04.2023.)

⁹⁰ Europska platforma za rješavanje sporova, online, dostupno na: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.trader.register&lng=HR> (datum pristupanja: 18.04.2023.)

⁹¹ Europska platforma za rješavanje sporova, online, dostupno na: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.trader.register&lng=HR> (datum pristupanja: 18.04.2023.)

8. ZAKLJUČAK

Trgovac koji se na tržištu pojavljuje kao poslovni subjekt i potrošač koji je krajnji korisnik određenog proizvoda ili usluge kojeg trgovac nudi na tržištu sklapaju potrošački ugovor, u kojem nemaju uvijek ravnopravan položaj. Naprotiv, često je upravo potrošač taj kojem je u potrošačkom odnosu potrebna dodatna zaštita, jer se smatra da se nalazi u nepovoljnijem položaju. U posljednjih pedesetak godina uviđa se sve veća potreba za unaprjeđenjem pravnog položaja potrošača na međunarodnom tržištu. Tako se u Europi, pa i Republici Hrvatskoj ovo područje ubrzano razvija te je trenutno u velikom usponu. Republika Hrvatska je pristupanjem Europskoj uniji preuzela obvezu usklađivanja s pravnim aktima Europske unije, stoga u okviru toga mnoge direktive Europske unije vezane za zaštitu potrošača implementira u svoje zakonodavstvo.

Prilikom sklapanja ugovora između trgovca i potrošača treba se poštivati načelo dispozitivnosti i stranačke autonomije. Nerijetko zavaravajuća i agresivna poslovna praksa od strane trgovca dovode do toga da je potrošač doveden u zabludu ili da potrošač zapravo nema dovoljnog znanja o bitnim sastojcima proizvoda, usluga ili o uvjetima kupovine, koji su mu potrebni da bi donio odluku o sklapanju potrošačkog ugovora.

Kada potrošač smatra da je došlo do povrede nekog njegovog prava, može podnijeti prigovor trgovcu, a ukoliko na taj način ne dođe do rješenja, može poduzimati daljnje radnje. Potrošaču na raspolaganju stoje razne udruge za zaštitu potrošača za informiranje o pravima te Tržišna inspekcija kao glavna služba za zaštitu ekonomskih interesa potrošača. Potrošački sporovi mogu se rješavati sudskim putem, alternativnim putem ili internetskim putem.

Službena valuta Republike Hrvatske 1.1.2023. umjesto kune postaje euro, a s time se pojavljuju novi izazovi u zaštiti potrošača. U procesu uvođenja eura potrošač ne smije biti u financijski nepovoljnijem položaju nego što je bio prije uvođenja eura, što se pokušava postići dvojnim iskazivanjem cijena i vršenjem nadzora u trgovinama i uslužnim djelatnostima.

Jačanje pravnog položaja potrošača u Republici Hrvatskoj provodi se Nacionalnim programom zaštite potrošača, no isti nailazi na mnoge izazove i jasna je činjenica da je potrebno još puno raditi na osvještavanju potrošača i trgovaca o koristima međusobne suradnje i razvijanja povjerenja potrošača u tržište. Ukoliko se sagleda pravni aspekt zaštite potrošača na području Republike Hrvatske može se zaključiti kako je on usklađen s europskim propisima, čime dolazi do poboljšavanja položaja potrošača što je i cilj politike zaštite potrošača.

CONCLUSION

A trader who appears on the market as a business entity and a consumer who is the end user of a certain product or service offered by the merchant on the market, conclude a consumer contract in which they do not always have an equal position. However, due to consumer's less favorable position, buyer usually happens to be the one who needs more protection. In the last fifty years, an increasing need for the improvement has been seen regarding the legal position of consumers on the international market. In Europe, as well as in Croatia this area is rapidly developing and is currently on the rise. The moment leaders from the EU and Croatia signed the accession treaty, it became obligatory for the Republic of Croatia to harmonize with the legal acts of the European Union, therefore within this framework many directives of the EU related to consumer protection were implemented in its legislation.

When concluding a contract between a trader and a consumer, two principles should be respected - dispositive and party autonomy principle. When a trader engages in deceptive or aggressive business practices, it frequently results in the consumer being misled or lacking the knowledge necessary to decide whether to enter into a consumer contract regarding the key components of goods, services, or purchase conditions.

When a customer feels that some of his rights have been violated, he has two options: he can complain to the retailer, and if it doesn't result in a resolution, he can pursue other options. Consumers can join a variety of associations to seek protection, learn about their rights, and protect their financial interests, with Market Inspection serving as the primary service. Customer disputes may be settled in court, outside of court, or online.

On January 1, 2023, the kuna was replaced by the euro as the official currency of the Republic of Croatia, creating new issues for consumer protection. The dual pricing display and oversight in stores and services are intended to prevent the consumer from being in a worse financial situation than they were before the introduction of the euro.

The National Consumer Protection Program works to strengthen consumers' legal rights in the Republic of Croatia, but it faces numerous obstacles and it is obvious that much more needs to be done to educate consumers and retailers about the advantages of mutually beneficial cooperation and the growth of consumer trust in the market. When we examine the legislative aspects of consumer protection on the territory of the Republic of Croatia, we can say that it complies with European legislation, which strengthens the position of consumers, achieving the objective of consumer protection policy.

POPIS TABLICA:

1. Grafikon 1., *Broj riješenih predstavlki potrošača u odnosu na zaprimljene predstavlke u 2022.*
2. Grafikon 2., *Broj utvrđenih povreda propisa od ukupno provedenih inspekcijskih nadzora*

LITERATURA

1. Babić, M.: Zaštita prava potrošača i izvori trgovačkog prava, Poslovna izvrsnost, vol. 9, No. 1, 2015.
2. Baretić, M.: Zaštita potrošača. Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo Gospodarstva, Republika Hrvatska, 2017.
3. Bilić, A.: Trgovac, poduzetnik i trgovački ugovori, Zbornik PFZ, Vol. 1-2
4. Budnitz, M. E.: The Development of Consumer Protection Law, The Institutionalization of Consumerism, and Future Prospects and Perils, 26 Ga. St. U. L. Rev., 2012.,
<https://readingroom.law.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2418&context=gsulr>, pristup: 21.4.2023.
5. Državni inspektorat, online, dostupno na: <https://dirh.gov.hr/o-drzavnom-inspektoratu-9/ustrojstvo-77/6-sektor-za-nadzor-trgovine-usluga-i-zastite-potrosaca/1-sluzba-zastite-ekonomskih-interesa-potrosaca/168> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)
6. Europska platforma za rješavanje sporova, online, dostupno na: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.trader.register&lng=HR> (datum pristupanja: 18.04.2023.)
7. Grbac, B., Lončarić, D.: Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje, Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta
8. Kako će se zaštititi potrošači u procesu uvođenja eura, online, dostupno na: <https://euro.hr/faq/kako-ce-se-zastititi-potrosaci-u-procesu-uvodenja-eura/> (Datum preuzimanja: 13.04.2023.)
9. Novosti predviđene novim Zakonom o zaštiti potrošača iz 2022. godine, online, dostupno na: <https://informativator.hr/vijesti/novosti-predvidene-novim-zakonom-o-zastiti-potrosaca-iz-2022> (Datum pristupanja: 18.04.2023.)
10. Projekt tajni kupac, online, dostupno na: <https://huzp.hr/tajni-kupac-za-zastitu-potrosaca-u-procesu-uvodenja-eura-u-republici-hrvatskoj/> (Datum preuzimanja: 17.04.2023.)
11. Rješavanje sporova, online, dostupno na: <https://gov.hr/hr/rjesavanje-sporova/556> (Datum pristupanja: 20.04.2023.)
12. Salač J., Uzelac J.: Zaštita potrošača u Republici Hrvatskoj u kontekstu harmonizacije s pravnom stečevinom Europske unije, izvorni znanstveni rad, 2014.
13. Središnji portal za potrošače, Alternativno rješavanje potrošačkih sporova, online, dostupno na: <https://www.szp.hr/sve-potrosacke-teme-na-jednom-mjestu/alternativno-rjesavanje-potrosackih-sporova-arp/37> (datum pristupanja: 18.04.2023.)
14. Stipić M., Inspekcijski nadzor – doseg najavljenih izmjena, stručni rad

15. Šabić, A.: Medijacija u potrošačkim sporovima: zaštita potrošača u postupku medijacije ili zaštita potrošača od medijacije? Godišnjak Pravnog fakulteta u Sarajevu, 2012.
16. Ugovor o funkcioniranju Europske unije, 2016.
17. Zakon o hrani, NN 18/23, 2023.
18. Zakon o nedopuštenom oglašavanju, NN 43/09
19. Zakon o općoj sigurnosti proizvoda, NN 30/09, 139/10, 14/14, 32/19
20. Zakon o potrošačkom kreditiranju, NN 75/09, 112/12, 143/13, 147/13, 09/15, 78/15, 102/15, 52/16, 128/22
21. Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i osjenjivanju sukladnosti, NN 126/21
22. Zakon o trgovačkim društvima, NN 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/13, 110/15, 40/19, 34/22, 114/22, 18/23
23. Zakon o trgovini, NN 87/08, 96/08, 116/08, 76/09, 114/11, 68/13, 30/14, 32/19, 98/19, 32/20, 33/23
24. Zakon o zaštiti potrošača, Dio drugi poslovanja trgovca s potrošačima, Glava I. opće odredbe