

Др Владимир Серјевић, редовни професор  
Правни факултет, Универзитет у Нишу  
Вања Серјевић, судијски помоћник Трговинског суда у Нишу

УДК: 366.5(497.11:4-67)

## ЗАШТИТА ЕКОНОМСКИХ ИНТЕРЕСА ПОТРОШАЧА - ХАРМОНИЗАЦИЈА ПРОПИСА СА ПРАВОМ ЕУ

### Апстракт

Заштита економских интереса потрошача јесте важан сегмент заштите људских права уопште. С друге стране, она се одражава на ефикасност деловања тржишта, као и на ефикасност привређивања. Делује у правцу развоја лојалне конкуренције између учесника на тржишту и повећања конкурентске способности привреде. Све то омогућава земљи интеграцију и укључивање у међународне економске и политичке токове.

У раду се разматра само један сегмент заштите потрошача – заштита њихових економских интереса. А у вези с тим, нарочито права односно обавезе које, по мишљењу аутора, заслужују посебну пажњу.

У првом делу рада говори се о нашим прописима. Приказ има претензију да пружи увид о следећем. Прво, о економским интересима потрошача и о утврђеним правима и обавезама које изражавају те интересе. Друго, о систему и ефикасности остваривања тих права. И треће, о недостацима важећих прописа.

У другом делу указује се на области даљег развоја и изградње прописа о заштити економских интереса потрошача. Посебно, о хармонизацији са правом Европске уније. Односно, у вези с тим, о оним областима које имају најшири значај.

**Кључне речи:** потрошачи, економски интереси потрошача, заштита потрошача, хармонизација са правом ЕУ.

### I

(1) Економски интерес потрошача огледа се, најкраће, у обезбеђивању (на тржишту) производа и услуга са којима ће на бази расположивог дохотка максимирати своју корисност у потрошњи. Према

томе, заштита тог интереса усмерена је у два основна правца. Прво, у правцу заштите у вези са производом који се купује ради потрошње. И друго, у правцу заштите у вези са дохотком који се троши приликом куповине.

Сама заштита заснива се на утврђеним правима потрошача, односно обавезама продавца. У Закону о заштити потрошача <sup>1</sup> (у даљем тексту ЗЗП) ова права и обавезе изложена су у тринаест делова или група: 1) основни облици заштите; 2) цена производа и услуга; 3) материјал за паковање; 4) издавање рачуна; 5) гарантни лист; 6) испорука производа; 7) технички производи; 8) куповина на даљину; 9) потрошачки кредит; 10) куповина на рате; 11) распродаја производа; 12) продаја производа са недостатком; као и 13) приговор (рекламација). Међутим, налазе се и изван наведених делова.

Она се експлицитно не деле у правцу производа и у правцу дохотка потрошача. Али, ми их овде укратко приказујемо тако систематизоване. Наводимо оне који, по нашем мишљењу, имају највећи значај.

(2) Када је реч о производу, у ЗЗП-у су утврђена следећа најважнија права потрошача, односно обавезе продавца.

Прво, право на информисаност на разумљив начин (чл. 3, 13, 15, 23, 32, 33, 46, 55. и 56). Оно се наводи у оквиру основних одредби ЗЗП-а, као једно од основних права потрошача. Овде, као и у делу где се говори о заштити економских интереса потрошача, није јасно одређено. Међутим, одређује се касније, у члановима 46, 55. и 56. Може се рећи да има више елементарних делова, па чини њихов скуп.

Најпре, потрошач мора бити информисан о идентитету производа. То јест, мора бити упознат, нарочито: са његовим називом и шифром; са употребним својствима, начином и роком употребе; са саставом; као и са пореклом, произвођачем или увозни-ком и продавцем. Ове информације садржане су у декларацији производа. А код техничких производа, још и у техничком упутству и упутству за употребу.

У члану 32. наводи се посебно право на информисаност потрошача о датуму истека рока употребе производа, када се врши његова распродаја пред истеком тог рока. А у члану 33, посебно право на информисаност о недостацима производа, када се он продаје као такав.

---

<sup>1</sup> „Сл. Гласник РС“, бр. 79/2005.

## ИЗГРАДЊА ПРАВНОГ СИСТЕМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Комплементарно са правом на информисаност јесте право доступности производа. У члану 13. утврђено је да производи који се нуде потрошачу морају бити изложени, доступни и мерљиви. Другим речима, морају бити стављени на увид потрошачу.

Друго, право на слободан избор (чл. 3, 12, 14, 15. и 16). Истакнуто је као једно од основних права потрошача. Није дозвољена тзв. „везана“ продаја. Такође, ни условљавање или ограничавање продаје у погледу количине (и по другим основима). Потрошач има право на количину производа коју тражи, када је та количина на располагању односно у понуди.

Слободан избор потрошача подразумева и понуду производа под једнаким условима. Дискриминација потрошача се чланом 16. забрањује. Ако су прописани посебни услови за поједине категорије потрошача, то мора бити назначено. Затим, резервисани производи морају бити посебно обележени и издвојени, а рок резервације не може бити дужи од осам дана. Исто важи и за плаћене а неиспоручене производе.

Треће, право на испоруку производа у купљеној мери и количини, као и на проверу те мере и количине (чл. 15). Утврђивање овог права у члану 15. у функцији је заштите потрошача од закидања на мери и количини. Односно, у функцији је његове заштите од умањења корисности коју, према властитом очекивању, треба да му пружи тражена количина производа.

Четврто, право на паковање производа (чл. 19). Продавац је дужан да, у складу са врстом и својствима производа, изврши његово паковање. При томе, ако је јединица мере тежински изражена, материјал за паковање не може значајно да утиче на нето масу производа. Материјал за паковање је урачунат у цену. Потрошач може тражити посебно паковање производа, при чему такво паковање плаћа издвојено, највише до износа продајне цене материјала употребљеног за паковање.

Пето, право на испоруку у одређеном року и на одређену адресу (чл. 15. и 22). Испорука у одређеном року јесте испорука у уговореном року или, ако рок није уговорен, у року до осам дана. Код малопродаје, за производе веће тежине и већег обима ЗЗП утврђује испоруку купљеног производа на адресу потрошача, ако се место отпреме и место пријема налазе на подручју исте општине или истог града.

Потрошач може да одбије испоруку која није извршена у одређеном року и да затражи повраћај плаћеног новчаног износа.

Шесто, право на одређени квалитет производа (чл. 15). Реч је овде о уговореном или прописаном квалитету. А ако квалитет није уговорен или прописан, онда мора бити уобичајени за дату врсту производа.

И седмо, право на документацију уз купљени производ (чл. 13, 15, 20, 21. и 23). Најпре, оно обухвата право на издавање рачуна. Затим, обухвата право на техничко упутство и упутство за употребу, гарантни лист, списак сервиса и слично (за техничке производе). Право на издавање рачуна у функцији је пре свега идентификације продавца и остваривања права на рекламацију и надокнаду штете (као и неких других, већ поменутих права). А право на осталу документацију (код техничких производа), има функцију обезбеђења квалитета потрошње односно употребне вредности производа у процесу и времену потрошње.

(3) Заштиту дохотка потрошача у ЗЗП-у обезбеђују пре свега следећа права.

Прво, право на одговарајућу цену производа (чл. 15, 17. и 18). Она мора бити правилно обрачуната, а утврђена путем уговора или у складу са посебним прописима о ценама. Правилно обрачуната цена значи, најпре, да је формирана од елемената чији износи су познати или се могу утврдити на тржишту.

Цена мора бити позната и видљива. То јест, истакнута – поред производа и у ценовнику, као и у понуди за закључивање уговора о продаји. Такође, исказана не само за упаковану количину, него и за јединицу мере производа.

Друго, право на исказивање продајне вредности (чл. 17). Поред исказане цене по јединици мере, мора бити исказана и продајна вредност укупне (продате) количине.

Треће, право на недовођење у заблуду потрошача у вези цене (чл. 18). Обавештењем о цени не може да се ствара утисак – да је она нижа него што јесте, да су у цену укључене посебне додајне услуге, као и да предстоји повећање цене или да је она снижена.

Четврто, право на познавање осталих финансијских услова продаје – поред цене (чл. 29. и 30). ЗЗП утврђује експлицитно само права у вези продаје на потрошачки кредит. Реч је овде углавном о каматној стопи и трошковима кредита у вези закључивања уговора о потрошачком кредиту, отплате кредита и раскида уговора.

Потрошачу мора бити јасно колико га укупно кошта куповина на потрошачки кредит, да би правилно извршио избор куповине на бази очекиваног износа дохотка у време отплате кредита.

Закон експлицитно не предвиђа попуст за куповину у већој количини, те за авансно плаћање и испоруку са почеком које стабилизује производњу. Међутим, могућност остваривања попушта је дата – путем утврђивања уговорене цене.

И пето, право на информисање потрошача које ће штитити њихов доходак (чл. 3, 46, 47. и 51). Не могу се потстицати потрошачи да купују производе на бази неадекватних информација (нетачних, неистинитих, двосмислених, нејасних, неблаговремених и слично) и тиме умањују свој доходак и корисност. Реч гаранција, гарантовано и слични изрази могу се наводити само када је гаранција за дати производ утврђена законом или другим прописом. Затим, не могу се потстицати путем оглашавања да купују производе који стварају зависност (алкохолна пића, цигарете и друге). Односно да повећањем њихове конзумације, поред угрожавања здравља, нерационално троше и свој доходак.

(4) Заштита економских интереса потрошача заснива се, даље, на праву рекламације и праву надокнаде штете (чл. 22, 34, 35. и 58).

За производе за које се не издаје гаранција потрошач има право приговора због недостатка производа, у року од шест месеца од дана куповине. Продавац је дужан да приговор размотри за осам дана од подношења. Ако је приговор основан, потрошач има право на – отклањање недостатка, замену производа или повраћај плаћеног новчаног износа у висини малопродајне цене на дан враћања. Могућ је и споразум о смањењу цене сразмерно недостатку.

У члану 58. утврђено је право потрошача на – испоруку новог производа или повраћај новца у висини малопродајне цене производа – када је производ у гарантном року приликом поправке уништен, изгубљен или оштећен. Такође, и право повраћаја стварне вредности производа на дан његове предаје на поправку – када се ради о поправци по истеку гарантног рока.

Право на накнаду штете независно од цене и вредности производа потенцира заштиту економских интереса потрошача. У члану 22. утврђено је право надокнаде штете настале услед непоштовања рока испоруке производа. А у члану 35, право надокнаде штете због недостатка производа који није настао кривицом потрошача. Чланом 59. ближе се

одређује недостатак производа. Он се јавља – када производ не одговара својој намени и не може се употребити на уобичајени начин, када је потрошач доведен у заблуду у погледу датума производње и рока употребе, и када употреба производа проузрокује штету потрошачу.

(5) Заштита права потрошача – у смислу начина – има више облика који у ЗЗП-у нису систематизовани. Можемо их поделити у две основне групе. Прву, коју чине облици превентивне заштите. И другу, коју чине облици заштите у случају стварне повреде права конкретног потрошача.

Превентивна заштита права потрошача остварује се: путем образовања потрошача, формирањем и активирањем њихових организација, њиховим укључивањем у креирање националне политике и стратегије заштите у овој области, путем контроле продаваца на тржишту, као и утврђивањем низа ефикасних казnenих одредби.

Право на образовање утврђује се у члану 3. и 57. Тежиште образовања су права потрошача (и обавезе продавца), као и начин њиховог остваривања у случају повреде. Процес образовања остварује се: у образовним установама и удружењима потрошача; путем курсева, семинара, и саветовања; као и путем средстава јавног информисања.

Организације потрошача доприносе заштити њихових права на више начина. Они се наводе у члану 68. Овде истичемо следеће: контролу и анализу употребних својстава и квалитета производа; информисање потрошача о томе; подношење пријава и тужби због повреда права потрошача; као и пружање помоћи потрошачима у процесу у коме траже и остварују заштиту својих права.

У члану 3. ЗЗП-а утврђује се право заступљености интереса потрошача у процесу доношења и спровођења политике заштите потрошача, као једно од њихових основних права. Министарство надлежно за послове трговине, које доноси годишње програме заштите потрошача и предлаже Закон и Национални програм заштите потрошача, дужно је да контактира и сарађује са удружењима потрошача (чл. 64). У Министарству се образује и Савет заштите потрошача, као саветодавно тело (чл. 65). Затим, у локалној самоуправи образују се арбитражна тела за решавање спорова између потрошача и продаваца (чл. 66). Чланови у њима могу бити и представници потрошача.

Превентивна заштита потрошача врши се и путем инспекцијског надзора. Пре свега, тржишни инспектори министарства надлежног за трговину (али и инспектори министарстава других надлежности), као и

## ИЗГРАДЊА ПРАВНОГ СИСТЕМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

комунални инспектори, проверавају да ли продавци остварују своје обавезе из ЗЗП-а. Ако утврде недостатке, доносе најпре решење којим се налаже отклањање тих недостатака у одређеном року. За непоступање продавца по наведеном решењу, инспектор доноси ново решење којим врши забрану продаје.

Најзад, у функцији превентивне заштите потрошача јесу и бројне казнене одредбе. Повреде многих права потрошача наводе се у ЗЗП-у као привредни преступи и прекршаји. Запрећене новчане казне у не малим износима у значајној мери утичу на поштовање одредби Закона.

Заштита интереса конкретног потрошача у случају када су му повређена права из ЗЗП-а остварује се, најчешће, у међусобном контакту са продавцем. Његова права су заштићена ако продавац поступи по Закону у вези његовог основаног приговора, односно у вези његовог основаног захтева за надокнаду штете.

Затим, може се остваривати у вансудском поступку уз посредовање тела за решавање спорова потрошача у оквиру локалне самоуправе.

Најзад, утврђена је и могућност судске заштите. Потрошач може поднети тужбени захтев за надокнаду штете и надлежном суду. Овај захтев може поднети и организација за заштиту потрошача.

(6) Заштита потрошача намеће се као врло важан сегмент правног уређења државе. Јер, само ако грађани као потрошачи имају одговарајући ниво правне сигурности, моћи ће да доносе рационалне одлуке и у свим осталим областима друштвеног и привредног живота. Без утврђивања и заштите права потрошача нема тржишне конкуренције. То јест, нема уређеног тржишта које се јавља као претпоставка инвестиционе активности домаћих и страних лица-улагача. И, даље, нема јачања конкурентне способности произвођача на домаћем и страном тржишту. Када је посебно реч о јачању конкурентне способности произвођача на страном тржишту – неопходна је и хармонизација прописа.

Имајући у виду значај заштите потрошача, посебно у вези са придруживањем ЕУ, у Србији се приступило утврђивању Националног програма заштите потрошача за период 2007. до 2012. године,<sup>2</sup> као и годишњих програма заштите потрошача. Национални програм у функцији

---

<sup>2</sup> Види, „Сл. Гласник РС“, бр. 11/2007.

је развоја и унапређења заштите потрошача, јер се у свету њихова права непрестано и интензивно развијају.<sup>3</sup>

## II

Законом о заштити потрошача успостављен је само оквирни правни систем заштите који се мора дограђивати. Када је реч о хармонизацији са прописима ЕУ, неопходно је његово унапређење како у делу којим су дефинисани основни принципи система заштите потрошача, тако и у посебном делу заштите економских интереса потрошача.

Најпре, указујемо на пропуст законодавца у дефинисању појма потрошача. Према одредби чл. 2(а) Директиве о непоштеној трговачкој пракси<sup>4</sup>, потрошач је искључиво физичко лице које набавља производе за своје потребе. Дефиницијом појма потрошача није, дакле, обухваћено правно лице и предузетник који купује производе, односно користи услуге за своје потребе, насупрот одредби чл. 2. ст. 2. Закона о заштити потрошача (ЗЗП).

У погледу основних права потрошача и инструмената њихове заштите, истичемо следећа запажања. Право на задовољавање основних потреба, односно доступност најнужнијих производа (чл. 3. тач. 1. ЗЗП), као и право на избор (тачка 4) деклараторног је карактера. Оно се не може заштитити путем инструмената заштите колективних нити индивидуалних интереса потрошача.<sup>5</sup> То право је, додуше, конкретизовано забраном

---

3 Заштита потрошача интензивира се и добија на значају крајем 20. века. Генерална скупштина Уједињених нација је Резолуцијом број 39/248 из 1985. године донела смернице о заштити потрошача. Пре тога, почетком седамдесетих година, донети су прописи о заштити потрошача у САД и ЕЕЗ (Закон о заштити потрошача, 1972. године; односно, Европска повеља о обавештавању и заштити потрошача, 1973. године). На самиту ЕУ – САД у Вашингтону, покренут је крајем априла 2007. године процес заједничког јачања конкурентске способности на светском тржишту – пре свега, путем хармонизације прописа и стандарда у области економије.

4 Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Direct. 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the Europ. Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the Europ. Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive'), OJ L 149, 11.6.2005.

5 Право на доступност производа и услуга је више објект заштите у поступку санкционисања повреде конкуренције шпекулативним радњама, на начин и под условима предвиђеним у Закону о трговини (чл. 25). Право надзора над применом одредаба тог закона, као и Закона о заштити потрошача и допунских прописа (нпр. Закон о оглашавању) у надлежности је Министарства за трговину и туризам, преко инспекцијских служби (и, у



## ИЗГРАДЊА ПРАВНОГ СИСТЕМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

предвиђеном у одредби чл. 16. тач. 1. ЗЗП: „Забрањено је одбијање да се потрошачу прода производ који је изложен или на други начин припремљен за продају или одбијање пружања услуге која се може обавити, уколико то није у супротности са другим прописом и општеприхваћеним пословним обичајима.“ Поступање продавца противно наведеној забрани представља прекршај (чл. 78. ст. 1. тач. 7. ЗЗП). Може се рећи да је даља конкретизација права на доступност и права на избор производа остварена осталим забранама из чл. 16. Закона: забрана условљавања продаје 'везивањем' производа, као и забрана дискриминације потрошача. Условљавање продаје јесте привредни преступ (чл. 77. ст. 1. тач. 8. ЗЗП), док дискриминација потрошача, пропустом законодавца, није кажњива.

У вези са заштитом права потрошача, треба указати на специфичност система заштите економских интереса потрошача. Предмет заштите тих интереса је знатно шири од оног који се непосредно инкриминише законом. Он излази из оквира основних људских права, гарантованих Уставом, и законом предвиђених забрана и ограничења. Наиме, економски интереси потрошача могу бити нарушени и у случају поступања трговца противно добрим пословним обичајима које примењује већина припадника односног сектора трговине (*professional dilligence*), као и у случају повреде професионалних (етичких) кодекса пословања (*codes of conduct*). Те институте, међутим, наш Закон о заштити потрошача уопште не дефинише, иако су они уграђени у појмовну дефиницију непоштене трговачке праксе (*unfair business-to-consumer practices*) одредбом чл. 5 Директиве. То је у вези са битном тачком мимоилажења предмета Директиве и домаћег закона. Наиме, основни предмет заштите економских интереса потрошача у праву ЕУ јесте заштита колективних интереса. Законом о заштити потрошача, с друге стране, акценат заштите је на индивидуалним интересима, чија се заштита остварује преко основног права потрошача на обештећење. Остваривање тог права регулисано је одредбама главе VII „Накнада штете“ (чл. 58-62. ЗЗП). Ова глава Закона је сувишна, јер накнада штете подлеже општим правилима из

---

зависности од врсте интереса који се штите, инспекцијских служби других министарстава). Пријаву за привредни преступ, односно, прекршајну пријаву може поднети надлежна инспекција, као и организација потрошача (чл. 68. тач. 6. ЗЗП). Уз пријаву је потребно доставити одговарајуће доказе. Предмет заштите у тим поступцима може бити само колективни интерес потрошача, као групе. Благовремене пријаве повреде основних права организацији потрошача, те уредно вођење записника са изјавама потрошача о месту, датуму и начину повреде тих права, једини је начин санкционисања лоше пословне праксе трговца у домену основних права потрошача.

Закон о облигационим односима (ЗОО). Штавише, њене одредбе су одраз недовољно аналитичког приступа систему заштите потрошача у Европској Унији. На пример, став 1. члана 59. ЗЗП у духу је одредбе ЗОО о терету доказивања штете (на ономе ко се на њу позива). Међутим, у другим одредбама ЗЗП, у којима се помиње колективни интерес потрошача (нпр. код права на информисаност), нема речи о терету доказивања штете настале услед повреде добре пословне праксе. Оно што је битно у систему заштите колективних интереса потрошача јесте то да и није потребно доказати постојање штете, као ни намере или непажње трговца – довољно је само доказати повреду добре пословне праксе (*unfair business-to-consumer practice*) којом се угрожава економски интерес потрошача.<sup>6</sup> Та повреда се огледа у радњи или пропуштању од стране трговца, укључујући оглашавање и било који други вид промоције и маркетинга производа (робе/услуге), предузете у циљу продаје крајњем потрошачу, којима се просечни потрошач (*an average consumer*) доводи или може довести у заблуду о битним елементима понуде производа. На тај начин умањује се могућност потрошача, који је добро информисан, брижљив и обазрив (*well-informed, observant and circumspect*), да донесе правилан и економичан избор (*efficient choice*) у вези са куповином. Директивом ЕУ уведен је још један вид заштите колективних интереса потрошача, предвиђањем санкција за тзв. агресивну пословну праксу (*aggressive commercial practices*). Реч је о принуди (*coercion*), укључујући и физичку силу (*physical force*), узнемиравању (*harassment*) и прекомерном утицају на вољу потрошача (*undue influence*). Наш закон, с друге стране, не предвиђа такав вид заштите, осим у делу општих одредби Закона о облигационим односима.

На основу реченог, може се закључити да у нашем праву није обезбеђена адекватна заштита потрошача, у складу са одредбама чл. 11. и 12. Директиве. Требало је, наиме, предвидети могућност да организације потрошача, у оквиру овлашћења из чл. 68. тач. 8. Закона, подносе надлежном (трговинском) суду тужбу са захтевом за доношење одлуке којом се трговац, група трговаца или носилац професионалног кодекса

---

<sup>6</sup> Колективни економски интереси потрошача штите се забраном непоштене пословне праксе којом се износе нетачне информације о битним елементима понуде производа на продају; износе тачне информације које, имајући у виду целокупну презентацију производа, доводе или могу довести у заблуду потрошаче о истима; прикривају или непотпуно, нејасно или двосмислено износе информације о битним елементима понуде, чиме се просечни потрошач доводи или може довести у заблуду при доношењу одлуке о предузимању фактичких и правних радњи у вези са куповином производа, коју иначе не би донео/предузео (*transactional decision that he would not have taken otherwise*).

## ИЗГРАДЊА ПРАВНОГ СИСТЕМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

етике обавезује да престане са применом непоштене пословне праксе. Предмет захтева би могао бити и налог суда да се туженик обавезе на уздржавање од примене праксе којом се угрожавају економски интереси потрошача, уколико је примена те праксе извесна у будућности. С тим у вези, требало је прописати листу понашања<sup>7</sup> која се, без обзира на околности, увек имају сматрати обликом непоштене пословне праксе. У свим осталим случајевима, суд би имао дужност да на основу конкретних околности случаја, процени да ли је одређено понашање непоштено, тј. да ли се њиме врши повреда дужности доброг привредника (у смислу стандарда који важе у односном сектору трговине), те да ли је повреда утицала или је могла утицати да потрошач донесе одлуку коју под уобичајеним условима не би донео. Такође, требало је предвидети посебне процесне одредбе за ову врсту поступка по убрзаној процедури (accelerated procedure).

У вези са посебним елементима понуде на продају и врстама производа, истичемо неке важније пропусте у процесу хармонизације са прописима ЕУ. Најпре, код обавештења о цени производа, Закон о заштити потрошача, једнако као и Закон о оглашавању, не декларише непоштеном праксу нуђења производа на начин који има за циљ да „намами“ купца (bait advertising; bait and switch).<sup>8</sup> Осим тога, када је у питању оглашавање о цени, Анекс II уз Директиву упућује на посебну Директиву 98/6/ЕС о заштити потрошача у погледу означавања цене производа.<sup>9</sup> У том смислу указујемо на потребу имплементације одредбе чл. 4. и 5. ове Директиве у Закону о оглашавању.

7 Таква листа понашања предвиђена је Анексом I уз Директиву о непоштеној трговачкој пракси. Анекс II уз Директиву садржи листу посебних прописа ЕУ, којима је, између осталог, регулисан и начин оглашавања производа у специфичним секторима трговине (нпр. електронска трговина, куповина на даљину, рекламирање цене, маркетинг финансијских услуга и друго). С тим у вези, ова листа допуњује одредбе чл. 7. ст. 4. Директиве о битним информацијама (material information), које је продавац дужан дати у понуди производа на продају на јасан, разумљив, недвосмислен и правремен начин (in a clear, intelligible, unambiguous and timely manner).

8 Реч је о позиву на куповину производа по одређеној цени (at specified price) уз прикривање реалне могућности неиспуњења свих поруџбина због ограничене количине робе, односно, о позиву на куповину производа по одређеној цени уз одбијање продавца да такав производ учини доступним купцу са намером да му прода неки други производ (тачка 5. и 6. Анекса I уз Директиву).

9 Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers, OJ L 18/03/1998, p. 27-31.

Затим, у делу одредаба ЗЗП о куповини на даљину (чл. 24-28) требало је дефинисати основне појмове те куповине, као што су: куповина (уговор) на даљину (distance contract) и средства даљинске комуникације (means of distance communication), као што је то учињено у Директиви 97/7/ЕЦ о заштити потрошача код уговора на даљину.<sup>10</sup> Уз предвиђање изузетака од примене одредаба о куповини на даљину код одређених врста уговора (промет финансијских услуга, непокретности и права на непокретности, аукцијска продаја и др), требало је таксативно набројати минимум информација које је понудилац производа на даљину (supplier) дужан дати у понуди (Article 4 – Prior information). Осим тога, ЗЗП је пропустио да регулише право на опозив поруџбине (right of withdrawal). Одредбом чл. 6. Директиве предвиђено је да потрошач може опозвати поруџбину, чак и онда када производ задовољава критеријуме саобразности опису датом у понуди. Он то може учинити без навођења разлога за опозив и без обавезе на накнаду било каквих трошкова и компензације, изузев трошкова повраћаја робе.<sup>11</sup> Одредбе ЗЗП о понуди производа и услуга коришћењем електронских средстава (чл. 27) представљају конкретизацију чл. 3. тач. 3. ЗЗП (информисаност потрошача) и тач. 6. истог члана (обештећење). Изостале су битне одредбе о информацијама које је провајдер услуге чувања и обраде података у информатичком систему (information society services provider) дужан да обезбеди примаоцу информације (receiver) о техничком поступку прихвата понуде, начину измене података који се односе на прихват понуде, времену закључења уговора електронским путем, заштити приватности примаоца, доступности општих услова понуђача, професионалног кодекса, начину решавања спорова итд. У том смислу, требало би усвојити посебан Закон о електронској трговини, који би преузео решења из Директиве 2000/31/ЕЦ о електронској трговини.<sup>12</sup>

Такође, требало је прописати посебну заштиту потрошача у случају закључења уговора о финансијским услугама на даљину. Значај

10 Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts, OJ L 144, 4.6.1997, p. 19.

11 Услед пропуштања законодавца да регулише ово веома важно питање, остаје само могућност коришћења права на опозив у складу са општим условима предвиђеним у Закону о облигационим односима. Имајући, међутим, у виду да те одредбе (чл. 37. ст. 4, чл. 39. ст. 3. и чл. 40. ст. 2. ЗОО) не пружају минимални ниво заштите потрошача код куповине на даљину (у складу са начелом минималних права – minimal clause из чл. 14. Директиве), јасно је да је пропуст законодавца велики.

12 Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce).

## **ИЗГРАДЊА ПРАВНОГ СИСТЕМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ**

тих услуга и потпуне и правилне информисаности потрошача о условима уговора указује на потребу преузимања решења из Директиве 2002/65/ЕЦ о маркетингу потрошачких финансијских услуга на даљину.<sup>13</sup>

У вези са потрошачким кредитом, који је у ЗЗП регулисан одредбама чл. 29-30, истичемо следеће пропусте. Требало је дефинисати потрошачки кредит у складу са одредбама чл. 1(2-ц) и чл. 2. Директиве о потрошачком кредиту.<sup>14</sup> У том смислу, потрошачки кредит јесте кредитни споразум којим давалац кредита даје или се обавезује дати потрошачу кредит у форми одложеног плаћања, зајма или другог сличног финансијског аранжмана, уз предвиђене изузетке од примене (према намени кредита, доњој и горњој граници износа кредита, времену и броју рата отплате и слично).<sup>15</sup> Тако дефинисан појам потрошачког кредита односи се, пре свега, на кредит ради набавке робе или услуге, али и на аванс и дозвољени минус на текућем рачуну кредитне картице (*credit granted for the aquisition of goods; advance on a current credit card account; tacitly accepted overdrafts*). Даље, закон је пропустио да пропише следећи обавезни елемент оглашавања услуге кредитирања (укључујући и јасно истакнуте понуде у пословном простору понуђача) – обавештење о годишњој стопи коштања кредита, и то по принципу репрезентативног примера, у одсуству другог погодног начина презентације. Ова стопа (*annual percentage rate of charge*) обрачунава се према утврђеној методологији у односу на укупну цену коштања кредита (*total cost of the credit to consumer*), која представља збир свих трошкова кредита укључујући камату (која се обавезно и посебно исказује) и остале трошкове који су директно везани за кредит, а утврђени су посебним националним прописима и преовлађујућом пословном праксом у датом сектору финансијских услуга. У случају отплате кредита (чл. 30. ст. 1. тач. 4. ЗЗП) пре уговореног рока, требало је (у складу са чл. 8. Директиве) прописати право потрошача на сразмерно смањење укупне цене коштања кредита. Остали инструменти заштите потрошача код ове врсте уговора,

---

13 Directive 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council of 23 September 2002 concerning the distance marketing of consumer financial services and amending Council Directive 90/619/EEC and Directive 97/7/EC and 98/27/EC.

14 Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit, OJ L 42, 12.02.1987, p. 48-53.

15 Правила Директиве о потрошачком кредиту не примењују се на кредит чији износ прелази 20.000 екија, нити се примењују на кредите за куповину или реновирање стана или стицање стварних права на непокретности. Предмет Директиве нису ни потрошачки уговори код којих је уговорен рок отплате краћи од три месеца, или 12 месеци код уговора са максималним бројем отплата четири.

које би требало предвидети у закону, тичу се: повраћаја државине робе (repossession of goods), средстава плаћања и обезбеђења плаћања кредита, те правних средстава заштите.

Индивидуални интереси потрошача су у праву ЕУ, пре свега, регулисани Директивом 1999/44/ЕЦ о одређеним аспектима продаје потрошачке робе и пратећим гаранцијама.<sup>16</sup> Директивом није предвиђен рок у коме се недостатак мора појавити да би потрошач имао права по основу несаобразности робе према продавцу или произвођачу, као што је то учињено одредбом чл. 34. ст. 1. ЗЗП. На сличан начин формулисан је у одредби чл. 5(3) Директиве рок од шест месеци од дана испоруке у коме (за случај да се у том року покаже недостатак) важи претпоставка да је недостатак постојао у тренутку испоруке, осим ако се тој претпоставци противи природа робе или природа недостатка. Права потрошача по основу несаобразности робе (non-conformity with the contract) – право на поправку, замену, снижење цене и раскид уговора – могу се остваривати у року од две године од дана испоруке робе и то је рок застарелости наведених права потрошача. Услов њиховог коришћења у означеном року је да је потрошач благовремено обавестио продавца о недостатку, тј. у року од два месеца од дана када је уочио недостатак. ЗЗП не садржи одредбе о роковима коришћења права потрошача. Ту би се, с тога, имале применити опште одредбе ЗОО,<sup>17</sup> које су неповољније од одредаба Директиве.<sup>18</sup> У погледу права потрошача и услова њиховог коришћења, истичемо потребу усаглашавања чл. 35. ЗЗП са одредбама чл. 3. Директиве.

Институционални инструменти заштите индивидуалних права потрошача адекватни су прописаним принципима заштите у ЕУ.<sup>19</sup> Тако је, поред судске (чл. 60. ЗЗП) обезбеђена и вансудска заштита: „За повреде права потрошача, односно проузроковану штету мале вредности, могу се образовати арбитражна тела за решавање спорова потрошача у оквиру локалне самоуправе или коморе за решавање спорова потрошача, у складу

16 Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees, OJ L 171, 7.7.1999, p. 12.

17 Чланови 481, 482, 500. Закона о облигационим односима.

18 Дужи рокови предвиђени Директивом услов правилног функционисања система заштите индивидуалних права потрошача у оквирима прекограничног промета робе и услуга на јединственом тржишту ЕУ.

19 Commission Recommendation of 30 March 1998 on the principles applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes (OJ L 115, 17.4.1998, p. 31.

## ИЗГРАДЊА ПРАВНОГ СИСТЕМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

са законом.“ (чл. 61. ЗЗП). Одредбом чл. 6. ст. 2. Закона о арбитражи<sup>20</sup> предвиђено је да сталне арбитражне институције могу да оснују привредне коморе, професионална и струковна удружења, удружења грађана у складу са њиховим оснивачким актом и овим законом, ако је то у сагласности са њиховом делатношћу. Одлука арбитраже је обавезујућа. Иако могућност споразумног решавања спора (consensual resolution) не произилази из одредаба ЗЗП, оно је доступно под условима и на начин предвиђен Законом о медијацији.<sup>21</sup> То је у складу са препорукама Комисије о принципима вансудских тела која учествују у споразумном решавању потрошачких спорова.<sup>22</sup>

С друге стране, дефицит у регулисању система заштите колективних економских интереса потрошача, на који смо указали у претходном делу рада, треба надоместити увођењем инструмената заштите предвиђених Директивом 98/27/ЕЦ о мерама заштите интереса потрошача.<sup>23</sup> Активну страначку легитимацију за покретање одговарајућих поступака пред судским и/или административним (управним) органима, имало би једно или више независних јавних тела (independent public bodies), одговорних за заштиту колективних интереса потрошача, и/или организације потрошача. С тим у вези, требало би прописати следеће инструменте заштите: одлуку о изрицању мере престанка, односно забране повреде (cessation; prohibition of the infringement); одлуку о објављивању изречене мере у средствима јавног информисања (publication of the decision in full or in part) и/или објављивању изјаве о корективним мерама отклањања дуготрајних ефеката повреде (corrective statement with a view to eliminating the continuing effects of the infringement); и, изрицање новчаних казни или судских пенала због непоступања противника у складу са изреченим мерама (an order against the losing defendant for payments into the public purse or to any beneficiary designated in or under national legislation).

20 Закон о арбитражи („Службени гласник РС“ бр. 46/2006).

21 Закон о медијацији („Службени гласник РС“ бр. 18/2005).

22 Commission Recommendation of 4 April 2001 on the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes, OJ L 109, 19.4.2001, p. 56.

23 Directive 98/27/EC of the European Parliament and of the Council of 19 May 1998 on injunctions for the protection of consumers' interests, OJ L 166, 11.6.1998, p. 51.

**Prof. Vladimir Serjević, LL.D**  
**Full Professor, Faculty of Law, University of Niš**  
**Vanja Serjević, LL.B**  
**Judge's Assistant, Trade Court, Niš**

## **THE PROTECTION OF CONSUMERS' ECONOMIC INTERESTS: HARMONIZATION WITH THE EU LAW**

### **Summary**

The protection of consumers' economic interests is an important segment of human rights protection. On the other hand, it is reflected both on the market efficiency and on the economic efficiency. It is aimed at developing loyal competition between the participants on the market and increasing the competitive capacity of economy. It helps the country's integration and association into the international economic and political currents.

In this paper, the authors consider only one segment of consumer protection – the protection of their economic interests, with particular reference to their rights and duties which - in the authors' opinion - deserve special attention.

In the first part of the paper, the authors deal with our legal regulations. The aim of the survey is to offer an insight into the following issues: 1) the consumers' economic interests and the prescribed rights and duties expressing those interests; 2) the system and efficiency of exercising these rights; and 3) the shortcomings of the existing legal regulations.

In the second part of the paper, the authors point to the areas of further development and upgrading of legal regulations pertaining to the protection of consumers' economic interests, particularly regarding the harmonization with the EU regulation in this field and in the respective areas of general importance.

**Key words:** consumers, consumers' economic interests, consumer protection, harmonization with the EU law