



USAID
OD AMERIČKOG NARODA



YUCOM
Komitet pravnika
za ljudska prava



**CENTAR ZA
EVROPSKE
POLITIKE**



VODIČ ZA ZAŠTITU PRAVA POTROŠAČA



**OTVORENA
VRATA
PRAVOSUĐA**



Izdavač

Komitet pravnik za ljudska prava – YUCOM

Kneza Miloša 4, 11103 Beograd

www.yucom.org.rs

Za izdavača

Katarina Golubović

Suizdavač

Centar za evropske politike

Priredio

Dušan Protić,

Centar za evropske politike



USAID
OD AMERIČKOG NARODA

„Vodič za zaštitu prava potrošača“ nastao je kao realizacija aktivnosti Centra za evropsku politiku u okviru projekta „Otvorena vrata pravosuđa“ koji realizuje Komitet pravnik za ljudska prava – YUCOM uz podršku Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID). Stavovi izneti u ovoj publikaciji ne odražavaju nužno stavove Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID) ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

VODIČ

ZA ZAŠTITU PRAVA POTROŠAČA

Beograd • 2019

SADRŽAJ

SADRŽAJ	4
UVOD	7
Ko ima svojstvo potrošača?	8
Koji zakon propisuje prava potrošača?	8
Koja prava imam kao potrošač?	9
Šta je garancija?	10
Koji su zabranjeni oblici trgovačke prakse?	11
Šta su usluge od opšteg ekonomskog interesa?	15
Šta je reklamacija?	17
Koje su obaveze trgovca u vezi s reklamacijom?	18
Postupanje po reklamaciji	20
PRIMER REKLAMACIJE NA USLUGE OD OPŠTEG EKONOMSKOG INTERESA	21

Koja je uloga tržišne inspekcije?	22
Šta je potrošački prigovor i kako se podnosi?	23
Šta je zaštita kolektivnog interesa potrošača?	24
Kako se ostvaruje sudska zaštita prava potrošača?	25
PRIMER TUŽBE	27
Koji su oblici pravne pomoći na raspolaganju potrošačima?	29
Kontakti potrošačkih savetovališta	30

UVOD

Vodič za zaštitu prava potrošača pripremio je Centar za evropske politike i namenio ga je svim građanima i građankama kako bi se upoznali sa svojim pravima i obavezama prilikom kupovine robe ili zaključivanja ugovora o pružanju usluga.

Publikacija je napravljena tako da na što jednostavniji i praktičan način predstavi građanima i građankama kojim su zakonom zaštićeni kao potrošači, koja su njihova prava, šta je reklamacija, koja je uloga tržišne inspekcije, šta podrazumeva sudska zaštita, koja je uloga potrošačkih organizacija, uključujući i kontakte potrošačkih savetovališta.





Ko ima svojstvo potrošača?

Potrošač je fizičko lice koje na tržištu pribavlja robu ili usluge u svrhe koje nisu namenjene njegovoj poslovnoj ili drugoj komercijalnoj delatnosti. Prema tome, svojstvo potrošača ima svako fizičko lice koje kupuje robu ili zaključuje ugovor o pružanju usluga s trgovcem – pravnim ili fizičkim licem koje prodaje tu robu ili pruža uslugu u okviru svoje poslovne delatnosti ili s drugom komercijalnom svrhom.

Koji zakon propisuje prava potrošača?

Prava i obaveze kupca i prodavca iz ugovora o kupoprodaji jesu, u osnovi, predmet obligacionog prava (Zakon o obligacionim odnosima), ali se, pored tih opštih pravila, u situacijama u kojima kupac ima svojstvo potrošača, prvenstveno primenjuju pravila Zakona o zaštiti potrošača (ZZP). Osnovna svrha potrošačkog prava jeste da pruži potrošaču donekle pravno povlašćen položaj, kako bi se time izjednačila stvarna neravnopravnost stranaka u ovom odnosu, gde je trgovac ekonomski snažniji, stručniji i raspolaže s više informacija.

Zakon o zaštiti potrošača se primenjuje na odnose potrošača i trgovaca, osim ako su drugim zakonom propisana pravila koja obezbeđuju viši nivo zaštite potrošača. Potrošač ne može da se odrekne prava utvrđenih ovim zakonom (čl. 3 i 4 ZZP).

Na pitanja zaštite korisnika finansijskih usluga, uključujući bankarske usluge, primenjuju se odredbe posebnog zakona (Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga).

Koja prava imam kao potrošač?

Osnovno potrošačko pravo je **pravo na saobraznost robe ili usluge** – roba mora da bude saobrazna ugovoru, odnosno da u svemu odgovara njenom prethodnom opisu, da ima svojstva izloženog modela ili uzorka, a naročito svojstva potrebna za redovnu upotrebu te vrste robe, kao i da po kvalitetu i funkcionisanju odgovara onome što je uobičajeno kod robe iste vrste, a što potrošač može osnovano da očekuje (čl. 50 do 53 ZZP). Ako potrošač smatra da roba ne ispunjava ove uslove, ima pravo da zahteva od prodavca da bez naknade otkloni nesaobraznost, prvenstveno opravkom ili zamenom robe. Ako nesaobraznost ne može da se otkloni, potrošač ima pravo da zahteva odgovarajuće umanjenje cene ili raskid ugovora i povraćaj novca. Opšti zakonski rok za zahtev za otklanjanje nesaobraznosti je dve godine. Ako se nesaobraznost pojavi u prvih šest meseci, potrošač može da bira bilo koji od ovih oblika zahteva.

Na primer, ako se raspadne šav na obući nakon nekoliko meseci korišćenja, to je slučaj nesaobraznosti, jer potrošač kod kupovine može osnovano da očekuje da će redovnom upotrebom cipela ili patika, a s obzirom na njihov kvalitet i funkcionalnost, obuća zadržati svoju strukturu i upotrebnu vrednost u periodu dužem od nekoliko meseci. Suprotno, ako je reč o nekom potrošnom proizvodu, npr. plastične čaše ili čačkalice, ili proizvodu čiji je rok upotrebe ograničen, kao kad je reč o prehrambenim proizvodima, prigovori na saobraznost su neosnovani nakon redovne upotrebe kojom se iscrpljuje svrha tog proizvoda ili nakon isteka roka trajanja. Upotreba robe koja nije redovna, koja je neuobičajena ili suprotna njenoj nameni i svojstvima, ili je nepravilna (npr. u odnosu na uputstvo o upotrebi ili uobičajeni način upotrebe), a usled koje nastane njena manjkavost, takođe ne potpada pod saobraznost. Prema tome, ključni elementi saobraznosti su redovna upotreba, uobičajena svojstva te vrste robe i osnovana očekivanja potrošača s obzirom na njen kvalitet i funkciju.

Pored toga, Zakon propisuje širok set posebnih prava potrošača i obaveza trgovca za posebne situacije, vrste robe ili usluge, ili posebna svojstva aktera: kod ugovora na daljinu, kao što je kupovina preko interneta, kod usluga od opšteg ekonomskog interesa, među kojima su i komunalne usluge, električna energija i telekomunikacione usluge, određenih turističkih ugovora i dr.

Predviđena su i pravila u vezi s isticanjem cene robe i usluge, obaveze izdavanja računa, obaveštenja koja trgovac mora da pruži potrošaču pre zaključenja ugovora, kao i odgovornost za proizvode s nedostatkom.

Šta je garancija?

Pored prava da zahteva saobraznost robe ili usluge, potrošač može da zahteva i sve što je predmet garancije. **Garancija** je svaka izjava kojom njen davalac daje obećanje u vezi s robom i pravno je obavezujuća pod uslovima datim u izjavi, kao i oglašavanju u vezi s tom robom (čl. 54 ZZZP). Garancija ne može da isključi niti da utiče na prava potrošača u vezi sa saobraznošću robe ugovoru, već predstavlja sva posebna i dodatna obećanja u vezi s konkretnom robom. Garancija obavezuje trgovca bez obzira na njenu formu, odnosno na to da li je data u pisanom obliku ili usmenim putem, putem reklame ili na bilo koji drugi način.

Na primer, garancija je ako prodavac tokom prodaje usmeno ističe neka posebna svojstva robe, koja nisu već sadržana u njenoj deklaraciji (npr. „garantujem da je obuća nepromoćiva“). Isto se odnosi na dodatne rokove, duže od dve godine, na robu ili njena pojedina svojstva ili sastavne delove (npr. pet godina na karoseriju ili tri godine na elektroniku vozila).

Garantni list je isprava u pisanom ili elektronskom obliku, koja sadrži uslove garancije i postupak ostvarivanja prava iz garancije, trajanje garantnog roka i njegovo prostorno važenje. Garantni list je isprava kojom

se dokazuje data garancija, ali se ne isključuju i drugi oblici dokazivanja (npr. izjave o konkretnoj robi s internet stranice trgovca ili date putem oglašavanja, kao što je letak, bilbord, plakat, televizijski spot i dr.). Nepostojanje ili gubitak garantnog lista ne isključuje obaveze trgovca po osnovu garancije, ako je data za konkretan proizvod.

Koji su zabranjeni oblici trgovačke prakse?

Pored prava potrošača, Zakon propisuje i određene zabrane u odnosu na trgovce. Pre svega, reč je o zabrani nepoštene poslovne prakse. Nepoštena poslovna praksa je postupanje trgovca protivno zahtevima profesionalne pažnje, kojim se bitno narušava ili preti da se bitno naruši ekonomsko ponašanje prosečnog potrošača u vezi s proizvodom (čl. 18 ZZP). Trgovac bitno narušava ekonomsko ponašanje potrošača ako svojom poslovnom praksom bitno umanjuje mogućnost potrošača da ostvari potreban nivo obaveštenosti za odlučivanje, usled čega potrošač donosi ekonomsku odluku koju inače ne bi doneo. Upravo su navođenje potrošača na „pogrešnu“ ekonomsku odluku, u pogledu izbora proizvoda, cene, načina plaćanja ili nekorišćenja nekog prava koje mu pripada, putem povrede standarda profesionalne pažnje i grubim uticajem na ekonomsko ponašanje jednog prosečnog potrošača, kriterijumi na osnovu kojih se utvrđuje nepoštena poslovna praksa.

Tipični oblici nepoštene poslovne prakse su obmanjujuća i nasrtljiva poslovna praksa. Trgovac obmanjujućom praksom navodi potrošača da donese ekonomsku odluku koju inače ne bi doneo, tako što mu daje netačna obaveštenja, stvaranjem opšteg utiska ili na drugi način, čak i kada su obaveštenja koja daje tačna, dovodi ili preti da dovede prosečnog potrošača u zabludu u pogledu bitnih svojstava proizvoda, potrebe

za njegovim servisiranjem i održavanjem, obima i sadržine svojih obaveza prema potrošaču, cene ili načina plaćanja, ili prava potrošača u vezi s tim proizvodom. Zakon sadrži tzv. crnu listu oblika obmanjujuće prakse, koja sadrži karakteristične primere, kao što su:

- neovlašćeno isticanje oznake kvaliteta, znaka od poverenja ili sličnog znaka od strane trgovca;
- neistinita tvrdnja trgovca da određeni državni organ ili određena organizacija odobrava, podržava ili pomaže njegovu poslovnu praksu ili prodaju proizvoda;
- neistinita tvrdnja trgovca da će proizvod biti raspoloživ u kratkom roku ili da će biti raspoloživ u kratkom roku pod određenim uslovima;
- neistinita tvrdnja trgovca ili stvaranje pogrešnog utiska da je određeni proizvod u prometu u skladu s pozitivnim propisima;
- predstavljanje prava koja su potrošaču garantovana zakonom kao posebne prednosti koju trgovac nudi potrošaču;
- oglašavanje proizvoda koji podražava proizvod drugog trgovca i kojim se potrošač namerno navodi na pogrešan zaključak da proizvode proizvodi isti trgovac;
- neistinita tvrdnja trgovca da određeni proizvod leči određenu bolest, poremećaj funkcije ili malformaciju;
- pružanje netačnih informacija o uslovima na tržištu ili mogućnosti kupovine određenog proizvoda na tržištu;
- opisivanje proizvoda rečima „gratis“, „besplatno“, „bez naknade“ ili drugim rečima sličnog značenja, ako je potrošač dužan da snosi bilo kakav trošak osim neizbežnog troška u vezi s preuzimanjem, odnosno isporukom proizvoda;

- stavljanje računa ili sličnog dokumenta kojim se zahteva plaćanje u oglasni materijal, čime se kod potrošača stvara pogrešan utisak da je već naručio oglašavani proizvod; i drugi oblici propisani zakonom.

Nasrtljiva poslovna praksa postoji ako, uzimajući u obzir sve okolnosti konkretnog slučaja, trgovac uznemiravanjem, prinudom, uključujući fizičku prinudu, ili nedozvoljenim uticajem, narušava ili pretili da naruši slobodu izbora ili ponašanje prosečnog potrošača u vezi s određenim proizvodom i na taj način navodi ili pretili da navede potrošača da donese ekonomsku odluku koju inače ne bi doneo. Karakteristični oblici nasrtljive prakse koje Zakon navodi, pored ostalog, su:

- stvaranje utiska kod potrošača da ne može da napusti prostorije dok ne zaključi ugovor;
- poseta potrošaču, u njegovom stambenom prostoru, bez njegove prethodne saglasnosti, ili suprotno zahtevu da ga napusti ili da se ne vrati;
- višestruko obraćanje potrošaču, protivno njegovoj volji, telefonom, faksom, elektronskom poštom ili drugim sredstvom elektronske komunikacije;
- direktno podsticanje dece putem oglasa da kupe ili utiču na roditelje ili druga odrasla lica da za njih kupe proizvod koji je predmet oglašavanja;
- zahtev potrošaču da plati, vrati ili čuva proizvod čiju isporuku nije tražio;
- izričito obaveštavanje potrošača da su posao ili egzistencija trgovca ugroženi ako potrošač ne kupi određeni proizvod i dr.

Druga grupa bitnih zabrana odnosi se na **nepravične ugovorne odredbe**. Nepravilna ugovorna odredba je svaka odredba koja, protivno na-

čelu savesnosti i poštenja, ima za posledicu značajnu nesrazmeru u pravima i obavezama ugovornih strana na štetu potrošača (čl. 43 ZZP). I ovde Zakon propisuje crnu listu odredbi za koje se pretpostavlja da su nepravične ako se ne dokaže drugačije, a čiji je predmet ili posledica, pored ostalog:

- ograničenje ili isključenje nekog prava potrošača prema trgovcu ili trećoj strani u slučaju potpunog ili delimičnog neispunjenja bilo koje ugovorne obaveze trgovca;
- davanje ovlašćenja trgovcu da zadrži sve što je primio od potrošača u slučaju da potrošač povredi ugovornu obavezu ili odbije da zaključi ugovor, ako isto pravo nije garantovano potrošaču;
- obavezivanje potrošača koji je povredio ugovornu obavezu da plati trgovcu naknadu u iznosu koji značajno premašuje iznos pretrpljene štete;
- pravo trgovca da jednostrano raskine ugovor u bilo kom trenutku, ako isto pravo nije garantovano potrošaču;
- prećutno produženje ugovora zaključenog na određeno vreme, ako je potrebno da potrošač izjavi da ne pristaje na produženje ugovora na rok koji je neprimereno dugačak u odnosu na rok na koji je ugovor prvobitno zaključen;
- pravo trgovca da na bilo koji način poveća ugovorenu cenu, ako nije ugovoreno pravo potrošača da u tom slučaju raskine ugovor;
- obavezivanje potrošača da izvrši sve svoje ugovorne obaveze u slučaju da trgovac ne izvrši svoje ugovorne obaveze u celosti;

- davanje ovlašćenja trgovcu da prenese svoje ugovorne obaveze na treće lice bez saglasnosti potrošača;
- davanje ovlašćenja trgovcu da jednostrano menja sadržinu ugovornih odredaba, uključujući obeležja robe ili usluga i dr.

Svi oblici nepoštene poslovne prakse i nepravičnih ugovornih odredbi potpadaju pod nadzor tržišne inspekcije i prekršajno su sankcionisani. Ako se potrošač suoči s nekom od ovih situacija, ima mogućnost da podnese prijavu nadležnoj tržišnoj inspekciji. U tim slučajevima se može zahtevati i tzv. zaštita kolektivnog interesa potrošača (vidi u nastavku).

Potrošač, pored zahteva za otklanjanje nepravilnosti putem reklamacije (vidi u nastavku), ima pravo da zahteva naknadu štete koja je nastala ovakvim postupanjem trgovca, ili da pred sudom pokrene postupak za poništaj ili utvrđivanje ništavosti ugovora, odnosno da pokrene bilo koji drugi postupak i da zahteva ostvarenje svojih prava.

Šta su usluge od opšteg ekonomskog interesa?

Zakon predviđa određena posebna prava potrošača u oblasti usluga od opšteg ekonomskog interesa. To su usluge čiji kvalitet, uslove pružanja i/ili cenu uređuje ili kontroliše državni organ ili drugi imaoci javnog ovlašćenja, naročito zbog velike vrednosti početnih ulaganja, ograničenosti resursa neophodnih za njeno pružanje, održivog razvoja, društvene solidarnosti i potrebe za ujednačenim regionalnim razvojem, a u cilju zadovoljenja opšteg društvenog interesa. Tipični primeri ovih usluga su telekomunikacione usluge, snabdevanje električnom energijom, gasom, toplotnom energijom, vodosnabdevanje, kanalizacija, prevoz putnika u javnom prevozu, poštanske usluge, i druge komunalne usluge.



Pored opštih prava potrošača, Zakon predviđa i posebna prava potrošača koji su korisnici usluga od opšteg ekonomskog interesa, kao što su pravo na uredno i neprekidno snabdevanje uslugom odgovarajućeg kvaliteta po pravičnoj ceni, davanje unapred svih informacija o uslovima korišćenja usluga, javna objava tih uslova, zabrana diskriminacije potrošača, obračun primenom cena utvrđenih posebnim propisima, pružanje usluge na propisanom nivou kvaliteta. Dodatne obaveze predviđaju obaveštavanje 30 dana pre početka primene nove tarife za uslugu, kao i u istom roku obaveštavanje o izmeni metodologije formiranja cena i opštih uslova ugovora. Naročit značaj ima poseban raskidni uslov, koji je propisan za ove ugovore u slučaju da potrošač nije saglasan s promenom cene ili izmenom opštih uslova ugovora, kao i u pogledu kvaliteta pruženih usluga.

Prema tome, posebna prava u oblasti usluga od opšteg ekonomskog interesa javljaju se kod telekomunikacionih usluga, kada je korisnik fizičko lice, kao i kod snabdevanja električnom energijom i komunalnih usluga, u kategoriji „domaćinstvo“ ili „stanovništvo“.



Šta je reklamacija?

Prvi korak zaštite prava potrošača je **reklamacija**. To je zahtev koji potrošač neposredno upućuje trgovcu radi otklanjanja nesaobraznosti robe ili usluge, radi ostvarivanja prava iz garancije, zbog pogrešno obračunate cene ili radi otklanjanja drugih nedostataka za koje je odgovoran trgovac.

Potrošač može da izjavi reklamaciju usmenim putem na prodajnom mestu ili na drugom mestu koje je određeno za prijem reklamacija, kao i telefonom, pisanim putem, elektronskim putem, odnosno na trajnom nosaču zapisa (čl. 57 ZZP).

Sadržina reklamacije treba da obuhvati, pored podataka o potrošaču – podnosiocu reklamacije, podatke o konkretnoj robi ili usluzi, narativni opis kvara, nedostatka ili manjkavosti, kao i opredeljeni zahtev potrošača za otklanjanje nedostatka (opravka, zamena, umanjeње cene ili povraćaj novca). Nije propisana posebna forma reklamacije, niti je propisan njen obrazac, ali je potrebno da bude izjavljena u skladu s obaveštenjem trgovca o mestu i načinu prijema reklamacija. U suprotnom, trgovac može da tvrdi da nije primio reklamaciju, u slučaju spora.

Prilikom reklamacije se dostavlja ili stavlja na uvid račun o kupovini te robe, ali može i drugi dokaz o kupovini i/ili plaćanju robe. Trgovac ne može da uslovljava prijem reklamacije dostavljanjem isključivo računa, već se kupovina može dokazivati bilo kojim drugim sredstvom koje sadrži podatke o robi ili usluzi, prodavcu i plaćenom iznosu (npr. slip kreditne kartice, izvod iz banke o plaćanjima s tekućeg računa, bilo koji dokument koji je izdao trgovac, a koji je pratio izdavanje robe, kao što je npr. garantni list). Pored toga, nemogućnost potrošača da dostavi prodavcu originalnu ambalažu robe ne može biti uslov za rešavanje reklamacije niti razlog za odbijanje zahteva za otklanjanje nesaobraznosti.



Potrošač može da izjavi reklamaciju u momentu nastupanja ili uočavanja manjkavosti koja je predmet reklamacije, bilo kada tokom trajanja propisanog roka za saobraznost robe (opšti rok od dve godine), ili u garantnom roku, ako je data garancija prilikom kupovine.

Ista pravila i uslovi se odnose na reklamaciju u slučaju povrede prava iz ugovora o pružanju usluga. U praksi, to se najčešće odnosi na usluge od opšteg ekonomskog interesa (telekomunikacione usluge, električna energija, komunalne usluge), s tim što su pružaoci ovih usluga dužni da obezbede postojanje i nesmetano funkcionisanje besplatnih telefonskih linija (kol centar) radi omogućavanja potrošačima da lako kontaktiraju s trgovcem u vezi s pitanjima i problemima priključivanja na distributivnu mrežu, kao i u vezi s kvalitetom i korišćenjem usluga od opšteg ekonomskog interesa.

Koje su obaveze trgovca u vezi s reklamacijom?

Trgovac je dužan da na jasan i razumljiv način obavesti potrošača o načinu izjavljivanja reklamacije, a naročito o mestu prijema i načinu postupanja trgovca po reklamaciji, kao i o uslovima koji se odnose na ostvarivanje prava potrošača po osnovu saobraznosti. Prvenstveno podrazumeva obavezu da se na samom prodajnom mestu vidno istakne obaveštenje o načinu i mestu prijema reklamacija, kao i da se obezbedi prisustvo lica ovlašćenog za prijem reklamacija u toku radnog vremena.

Trgovac je dužan da vodi evidenciju primljenih reklamacija (Knjiga reklamacija) i da je čuva najmanje dve godine od dana podnošenja reklamacija potrošača.

Trgovac je dužan da izda potrošaču pisanu potvrdu o prijemu reklamacije ili da elektronskim putem potvrdi prijem reklamacije ako je podneta na taj način, ili da saopšti broj pod kojim je reklamacija zavedena u evidenciju primljenih reklamacija (u Knjizi reklamacija).

Rok za rešavanje reklamacije je najduže **osam dana od njenog prijema**.

Konačno, trgovac je lice od kojeg je kupljena roba ili nabavljena usluga, odnosno po pravilu to je prodavac, i uvek snosi odgovornost za sve oblike povrede prava potrošača, osim ako je za pojedine oblike eksplicitno propisano da odgovornost snosi proizvođač (npr. odgovornost za stvari s nedostatkom) ili neko drugo lice (posrednik, organizator i dr.). Konkretno, to znači da se trgovac ne može osloboditi odgovornosti po osnovu saobraznosti ili drugih zahteva potrošača prevaljivanjem odgovornosti na uvoznika ili proizvođača. Trgovac može da zahteva od proizvođača naknadu štete ili troškova koji nastanu kao posledica postupanja po zahtevima potrošača koji nastanu usled nesaobraznosti robe, ali je taj odnos izvan sfere interesa potrošača.

Sve ove obaveze trgovca jesu predmet nadzora tržišne inspekcije, te, u slučaju njihove povrede, trgovac podleže prekršajnim sankcijama.

Postupanje po reklamaciji

Odgovor trgovca na reklamaciju može biti pozitivan ili negativan. U prvom slučaju, trgovac se izjašnjava da prihvata zahtev potrošača, u celini ili delimično, daje konkretan predlog za rešavanje povrede prava, odnosno otklanjanje manjkavosti, kao i rok za ispunjavanje datog predloga. Predlog podrazumeva konkretnu radnju koju je potrebno preduzeti: opravka robe, njena zamena, umanjeње plaćenog iznosa ili povraćaj novca. Ako se potrošač saglasi s datim predlogom za rešavanje problema, trgovac je vezan tom odlukom i rokom za postupanje po njoj. Rok za otklanjanje nepravilnosti ne može da bude duži od 15 dana od dana podnošenja reklamacije, odnosno 30 dana za tehničku robu i nameštaj. Taj rok se može produžiti ako trgovac iz objektivnih razloga nije u mogućnosti da udovolji zahtevu potrošača u prvobitno dogovorenom roku, s tim da je dužan da obavesti potrošača o produžavanju roka i da navede novi rok u kome će rešiti reklamaciju, kao i da dobije njegovu saglasnost za to produženje. Produžavanje roka za postupanje po reklamaciji moguće je samo jednom.

Druga mogućnost je negativan odgovor, kojim trgovac odbija tvrdnju potrošača o povredi prava ili nedostatku, te kojim se u celini odbija zahtev potrošača. Trgovac nije dužan da pruži obrazloženje za svoje negativno izjašnjenje. Treba imati u vidu da je davanjem odgovora na reklamaciju, bilo koje sadržine, odnosno pozitivnog ili negativnog odgovora, trgovac ispunio svoju obavezu u svetlu reklamacije.

PRIMER REKLAMACIJE NA USLUGE OD OPŠTEG EKONOMSKOG INTERESA

(JAVNO KOMUNALNO PREDUZEĆE)

REKLAMACIJA

Na osnovu računa br. ___ od dana _____, dužan sam da platim ukupan iznos od _____ dinara, na ime objedinjene naplate komunalnih usluga, i to na ime građevinskog zemljišta, odnošenja smeća, vode, kanalizacije, grejanja, naknade za zaštitu voda, zajedničke električne energije u zgradi u ul. _____, ekološke zaštite, čišćenja i održavanja liftova, za mesec jul 2019. godine.

Kako je zgrada u ulici _____, u periodu od 26. 6. do 15. 7. 2019. godine, bila bez vode zbog kvara na mreži, ovim putem zahtevam da se iznos naknade za vodu iz ovog računa u visini od _____ dinara, umanjí za period u kojem je uskraćeno snabdevanje vodom.

Dana

Potrošač

Koja je uloga tržišne inspekcije?

Uloga tržišne inspekcije je da ispita da li trgovac poštuje zakonom propisane obaveze, te, u suprotnom, da odredi mere za otklanjanje utvrđene povrede i da podnese odgovarajuću prekršajnu prijavu (čl. 156 do 159 ZZP). Pored ostalog, to obuhvata da li trgovac:

- pravilno ističe cene i oglašava prodajnu cenu;
- izdaje račun za prodatu robu ili uslugu;
- poštuje propisane obaveze obaveštavanja potrošača;
- obavlja nepoštenu poslovnu praksu;
- poštuje pravila o izlaganju robe, tačnom merenju i isticanju prodajnih podsticaja;
- predaje potrošaču obrazac za odustanak od ugovora na daljinu i ugovora koji se zaključuju izvan poslovnih prostorija;
- pravilno isporučuje robu kod ugovora na daljinu;
- vrši neposredno oglašavanje;
- šalje pošiljke koje potrošač nije naručio;
- u slučaju raskida ugovora o prodaji, vraća potrošaču sav plaćeni iznos najkasnije u roku od tri dana od dana raskida ugovora;
- prima, evidentira, odgovara na reklamaciju;
- vrši specifikaciju računa kod usluga od opšteg ekonomskog interesa;

- uspostavlja kontakt liniju u vezi s priključenjem na distributivnu mrežu, kvalitetom i korišćenjem usluga od opšteg ekonomskog interesa;
- sprovodi meru zaštite kolektivnog interesa potrošača koja je određena rešenjem ministra i dr.

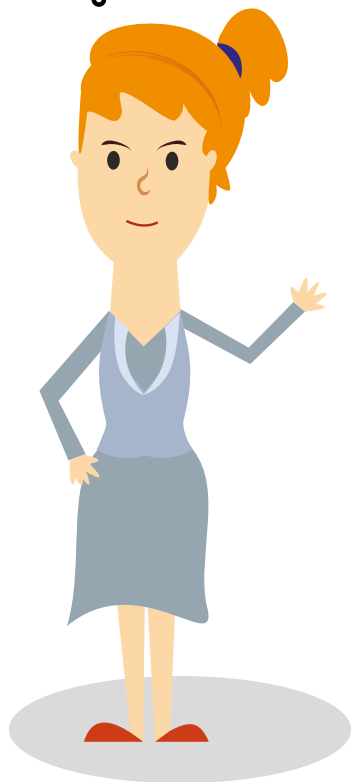
Ako utvrdi neku od navedenih povreda, tržišna inspekcija, pored prekršajne prijave, ima ovlašćenje da donese rešenje kojim nalaže trgovcu otklanjanje te povrede, njene posledice ili prestanak takvog ponašanja za ubuduće.

Međutim, tržišna inspekcija nema ovlašćenje da arbitrira u pojedinačnim situacijama u pogledu zahteva iz reklamacije, odnosno da ispituje da li je zahtev opravdan ili ne, niti da daje trgovcu naloge u tom smislu. Prema tome, tržišna inspekcija nije nadležna za odlučivanje po reklamaciji potrošača, niti za ispitivanje opravdanosti odluke koju je trgovac doneo na osnovu reklamacije.

Šta je potrošački prigovor i kako se podnosi?

Potrošački prigovor je svaka predstavka ili pritužba kojom se prijavljuje povreda prava potrošača iz ovog i drugih zakona (čl. 139 ZZP). Potrošač koji je nezadovoljan odgovorom trgovca na reklamaciju ili koji ima drugi zahtev usmeren prema trgovcu, može da uputi potrošački prigovor nekoj od registrovanih potrošačkih organizacija (čl. 130 i 131 ZZP), neposredno ili elektronskim putem preko portala Ministarstva:

<https://zastitapotrosaca.gov.rs/ПОЧЕТНА/pismo/latinica>



Po potrošačkom prigovoru postupa potrošačka organizacija kojoj je prigovor podnet ili raspoređen, daje povratnu informaciju potrošaču u pogledu ocene osnovanosti njegovog zahteva i pravni savet o uslovima i načinu ostvarivanja prava, a po mogućstvu se obraća trgovcu radi ispunjavanja zahteva potrošača.

Potrošački prigovor, međutim, nije formalno pravno sredstvo, ne inicira postupak, već je predstavka koja sadrži određeni zahtev za otklanjanje povrede prava potrošača. Trgovac nema obavezu za postupanje u vezi s prigovorom.

S druge strane, na osnovu potrošačkog prigovora, postoji mogućnost postupanja tržišne inspekcije, ako iz sadržine prigovora proizilazi da je reč o mogućoj povredi koja je predmet njihovog nadzora. Osim toga, na osnovu više istovetnih prigovora, potrošačka organizacija može da pokrene postupak zaštite kolektivnog interesa potrošača, ako su ispunjeni zakonski uslovi za to.

Šta je zaštita kolektivnog interesa potrošača?

Zakon propisuje poseban upravni postupak zaštite kolektivnog interesa potrošača kod povrede prava najmanje deset potrošača istovetnom radnjom ili na istovetan način, od strane istog trgovca, kao i u slučajevima nepoštene poslovne prakse i nepravičnih odredbi u potrošačkim ugovorima (čl. 145 do 153 ZZP). Za odlučivanje po zahtevu za zaštitu kolektivnog interesa nadležno je Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija (Ministarstvo), a ovlašćenje za podnošenje zahteva imaju registrovane potrošačke organizacije. Svoјstvo

stranke u postupku imaju trgovac, odnosno lice protiv kojeg je pokrenut postupak, i potrošačka organizacija, podnosilac zahteva, pa je potrebno uputiti pojedinačne prijave potrošačkoj organizaciji radi mogućeg pokretanja postupka.

Ako se u sprovedenom postupku utvrdi postojanje povrede kolektivnog interesa, određuje se mera zaštite kolektivnog interesa potrošača, kojom se može naložiti trgovcu da preduzme određeno ponašanje ili da mu se zabrani određeno ponašanje, a naročito da prekine ubuduće da vrši utvrđenu povredu, da otkloni utvrđenu nepravilnost, da mu se zabrani nepoštena poslovna praksa i bez odlaganja obustavi ugovaranje nepravičnih ugovornih odredaba.

Kako se ostvaruje sudska zaštita prava potrošača?

Ako trgovac ne prihvati zahtev iz reklamacije potrošača, ako protekne rok za davanje odgovora na reklamaciju, kao i u drugim slučajevima povrede potrošačkog prava, potrošač može da podnese tužbu radi zaštite prava potrošača (čl. 143 ZZZP). Potrošački spor je svaki spor koji proizilazi iz ugovornog odnosa potrošača i trgovca, na koji se primenjuju posebna pravila parničnog postupka (glava XXXV Zakona o parničnom postupku; ZPP).

Za suđenje u sporovima za zaštitu prava potrošača, pored suda opšte mesne nadležnosti, nadležan je i sud na čijem području potrošač ima prebivalište, odnosno boravište (čl. 45 ZPP). U potrošačkom sporu se ne plaća sudska taksa za tužbu ako vrednost predmeta spora ne prelazi iznos od 500.000,00 dinara (čl. 140, st. 2 ZZZP).

Posebna pravila postupka predviđaju i da se u potrošačkom sporu tužba ne dostavlja na odgovor, već se tuženom dostavlja uz poziv za glavnu raspravu, koja se zakazuje i održava najkasnije u roku od 30 dana od dana prijema tužbe u sud (čl. 489 ZPP).

Ako je nesaobraznost nastala u prvih šest meseci, pretpostavlja se da je postojala u trenutku kupovine, osim ako je to u suprotnosti s prirodom robe i prirodom konkretne nesaobraznosti (čl. 53 ZPP). Prema tome, u tom slučaju je teret dokazivanja na trgovcu, odnosno tuženom u sporu. Teret dokazivanja je na trgovcu, da pokaže da je izvršio obaveze prethodnog obaveštavanja (čl. 13 ZPP), kao i da nije obavljao nepoštenu poslovnu praksu (čl. 17 ZPP).

Presuda u potrošačkim sporovima objavljuje se odmah po zaključenju glavne rasprave. Prilikom objavljivanja presude, sud će ukratko da je obrazloži i pouči stranku o uslovima pod kojima može da izjavi žalbu (čl. 493 ZPP). Presuda u potrošačkom sporu može da se pobija zbog bitne povrede postupka i pogrešne primene materijalnog prava, ali ne i zbog pogrešno ili nepotpuno utvrđenog činjeničnog stanja. Rok za podnošenje žalbe protiv presude je osam dana od dana objavljivanja presude, odnosno od dostave ako je presuda dostavljena stranci.

PRIMER TUŽBE

OSNOVNI SUD U (MESTO)

TUŽILAC: (potrošač)

TUŽENI: (trgovac)

TUŽBA

radi raskida kupoprodajnog ugovora i povraćaja plaćenog iznosa

Vrednost spora: 15.000,00 dinara

Tužilac je dana _____ godine kupio naočare u prodavnici tuženog, u Beogradu, Ul. (adresa), i to marke XX, ser. br. XX, po kupovnoj ceni u iznosu od 15.000,00 dinara.

DOKAZ: fiskalni račun

Prilikom izbora okvira za naočare u prodavnici, tužiocu su predložena naročita svojstva izdržljivosti i elastičnosti konkretne marke i modela okvira, koja, pored ostalog, uključuju povećanu otpornost od loma prilikom pada ili drugih oblika fizičkog udarca, i tom prilikom je predat i informativni letak o karakteristikama i ovim posebnim svojstvima tog modela naočara, čime je ostvaren presudan uticaj na tužioca o izboru konkretnog modela.

DOKAZ: letak

Nepuna dva meseca nakon kupovine, prilikom redovne upotrebe naočara od strane tužioca, nastupio je prelom okvira. Dana _____, tužilac je doneo predmetne naočare u istu prodavnicu tuženog, i tom prilikom mu je odmah predloženo da te naočare nije moguće popraviti zbog vrste materijala od kojih su proizvedene. Tada je tužilac podneo reklamaciju sa zahtevom da se zamene naočare drugim istovetnim ili da se raskine ugovor i povрати novac, s naočarima u prilogu. Dana _____, tužilac je dobio odgovor tuženog kojim se odbija reklamacija.

DOKAZ: kopija reklamacije/potvrda o prijemu reklamacije od dana _____,
odgovor tužioca na reklamaciju od dana _____

S obzirom na napred navedene karakteristike proizvoda, odnosno na kvalitet i funkcionisanje koje odgovara onome što je uobičajeno kod robe iste vrste, i što je tužilac, kao potrošač, mogao osnovano da očekuje s obzirom na prirodu robe i javna obećanja o njenim posebnim svojstvima data od strane tuženog (naročita otpornost i elastičnost), kao i da je nedostatak na proizvodu (prelom okvira) nastao prilikom njegove redovne upotrebe u skladu s njegovom namenom, smatram da je u konkretnom slučaju nastupila povreda obaveza prodavca po osnovu saobraznosti robe, pa se ističe zahtev za otklanjanje nesaobraznosti u skladu s čl. 50, 51 i 52 Zakona o zaštiti potrošača.

Kako je u konkretnom slučaju nesaobraznost nastala pre proteka roka od šest meseci od dana prelaska rizika na potrošača, pretpostavlja se da je nesaobraznost postojala u trenutku prelaska rizika, u skladu s čl. 53, st. 2 Zakona o zaštiti potrošača.

Zbog svega navedenog, tužilac podnosi ovu tužbu u potrošačkom sporu radi raskida kupoprodajnog ugovora i povraćaja plaćenog iznosa cene, na osnovu čl. 52 i 140 Zakona o zaštiti potrošača, i čl. 488 Zakona o parničnom postupku („Sl. glasnik RS“, br. 72/2011, 49/2013 – odluka US, 74/2013 – odluka US, 55/2014 i 87/2018), i predlaže da sud nakon sprovedenog postupka donese

P R E S U D U

RASKIDA SE ugovor o kupoprodaji naočara, marka XX, ser. br. XX, zaključen dana (datum kupoprodaje), pa se obavezuje tuženi da tužiocu isplati iznos od 15.000,00 dinara, sa zakonskom zateznom kamatom od (datum kupoprodaje) na ime povraćaja kupoprodajne cene, u roku od 15 dana pod pretnjom izvršenja.

OBAVEZUJE SE tuženi da naknadi parnične troškove tužiocu, koliko do kraja budu iznosili, sa zakonskom zateznom kamatom od izvršnosti presude do isplate.

TUŽILAC

Koji su oblici pravne pomoći na raspolaganju potrošačima?

Pristup adekvatnoj pravnoj pomoći predstavlja značajan problem u zaštiti prava potrošača, naročito imajući u vidu da potrošač po pravilu nema ekonomski interes da angažuje advokata u predmetu čija je vrednost relativno mala u odnosu na moguće troškove advokata.

Pre pokretanja potencijalnog potrošačkog spora, potrebno je potražiti odgovarajuću pravnu pomoć, prvenstveno preko potrošačkih organizacija. Registrovane potrošačke organizacije imaju zakonsko ovlašćenje da zastupaju interese potrošača u sudskim i vansudskim postupcima (čl. 135, st. 1, tač. 3 ZZP). Međutim, pravila parničnog postupka predviđaju ograničenje zastupanja preko punomoćnika, uslovljavajući da je punomoćnik advokat, bliski srodnik ili pravnik s pravosudnim ispitom iz sastava opštinske službe pravne pomoći (čl. 85 ZPP).

Potrošačke organizacije su, po pravilu, u mogućnosti da pruže kompetentnu i adekvatnu pravnu pomoć, preko pravnika ili advokata angažovanog u skladu s uslovima programa Regionalnih potrošačkih savetovališta, koji sprovodi i subvencioniše Ministarstvo (vidi u nastavku). To prvenstveno podrazumeva davanje pravnih saveta, pomoć kod sastavljanja pravnih sredstava ili drugih podnesaka, uputstava u pogledu postupanja ili upućivanja na način i mogućnosti rešavanja problema, s tim da kvalitet pravne pomoći zavisi od složenosti slučaja i kapaciteta organizacije.

U slučaju bilo kog oblika potrošačkog problema, kao prvi korak zaštite potrošačkog prava poželjno je u ranoj fazi, po mogućstvu već u vreme podnošenja reklamacije, obratiti se najbližoj potrošačkoj organizaciji za pomoć i savet. Na taj način se može dobiti pouzdana ocena pravnog i činjeničnog stanja u konkretnom slučaju, preciznija informacija u pogledu raspoloživih mogućnosti, kao i asistencija na putu ostvarivanja zaštite prava potrošača.

KONTAKTI POTROŠAČKIH SAVETOVALIŠTA

Regionalna potrošačka savetovališta

Za region Beograda:

Nacionalna organizacija potrošača Srbije

Telefon: 011/404-6300,
011/404-6301 i 011/404-
6302,
E-mail:

pravnitim@nops.org.rs

Adresa: Masarikova br. 5,
Palata Beograđanka, XIV
sprat

Centar potrošača Srbije

Telefon: 011/312-0444 i
011/312-2102,
E-mail:

[savetovaliste.ceps@
gmail.com](mailto:savetovaliste.ceps@gmail.com)

Adresa: Španskih boraca
br. 32a, Novi Beograd

Udruženje Zaštita potrošača

Telefon: 011/241-5485 i
069/241-5485,

E-mail: [prigovori@
zastitapotrosaca.com](mailto:prigovori@zastitapotrosaca.com)

Adresa: Preševska br. 61,
Beograd

Za region Vojvodine:

Udruženje za zaštitu potrošača Vojvodine

Telefon: 021/6313-600,
021/6314-600 i
021/452-077,
E-mail:

info@potrosac.info

Adresa: Ravanička br. 11,
Novi Sad

Udruženje potrošača Kikinde

Telefon: 023/405-000 i
069/533-9510
E-mail:

upok.org@gmail.com

Adresa: Svetosavska 32,
Kikinda

Za region Šumadije i Zapadne Srbije:

Organizacija potrošača Kragujevca

Telefon: 034/20-20-20 i
063/775-00-85,
E-mail: info@opk.rs

Adresa: Kralja
Aleksandra I
Karađorđevića br. 50, TC
Prostor, Kragujevac

Za region Južne i Istočne Srbije:

Centar za zaštitu potrošača i unapređenje kvaliteta života građana FORUM

Telefon: 018/525-040 i
065/8850-101,
E-mail:

[forumsavetovaliste@
mts.rs](mailto:forumsavetovaliste@mts.rs)

Adresa: Cara Dušana br.
54, „Dušanov bazar”,
Kupola – lokal br. 220,
Niš



Lektura i korektura
Teodora Todorić Milićević

Dizajn
Ivana Zoranović

Priprema i štampa
Dosije studio, Beograd

Tiraž
4.250

ISBN 978-86-83209-87-3

CIP – Каталогизacija u publikaciji
Народна библиотека Србије, Београд
366.54(035)(0.034.2)
347.4/.5(035)(0.034.2)

VODIČ za zaštitu prava potrošača [Elektronski izvor] /
[priredio Dušan Protić]. – Beograd : Komitet pravnika za ljudska
prava – YUCOM : Centar za evropske politike, 2019 (Beograd :
Dosije studio). – 1 elektronski optički disk (CD-ROM) ; 12 cm

Sistemski zahtevi: Nisu navedeni. – "...u okviru projekta
'Otvorena vrata pravosuđa...' --> kolofon. –Tiraž 4.250.

ISBN 978-86-83209-87-3 (YUCOM)

a) Заштита потрошача -- Приручници

COBISS.SR-ID 280500492

