

Status potrošača i pravna zaštita njihovih prava i interesa u Bosni i Hercegovini i RS

Milica Bukva

diplomirani pravnik, Pravni fakultet, Univerzitet u Banjoj Luci, stručni saradnik za pravne poslove, Centar za vještačenje i procjenjivanje „Zenit“ d.o.o. Banja Luka, milicabukva1995@gmail.com

Zvezdana Popović

master ekonomije, Univerzitet za poslovne studije Banja Luka, Ovlašteni interni revizor, popovic.zvezdana@yahoo.com

Sažetak: U ovom radu autori su analizirali i opisali status potrošača, stepen njihove pravne zaštite, tj. obim ostvarivanja prava i obaveza potrošača na nivou BiH i njenih entiteta. Takođe posebna pažnja se posvećuje stepenu informisanja potrošača o njihovim potrošačkim pravima i načinu realizacije i zaštite navedenih prava, kao i spremnosti reklamiranja kupljenih proizvoda ili pruženih usluga. Pravo zaštite potrošača predstavlja noviju pravnu oblast, čiji je osnovni cilj zaštita ekonomski slabije strane u ugovornim odnosima prilikom kupoprodaje. Na našem prostoru, zaštita potrošača dugo vremena nije bila regulisana jedinstvenim zakonom, već su se rješenja o tom pitanju nalazila u različitim propisima, a najviše u Zakonu o obligacionim odnosima. Takvo stanje trajalo je sve do donošenja posebnih zakona kojima je ova oblast regulisana u BiH, odnosno entitetima. Savremeno tržište, pored toga što nudi široku ponudu proizvoda i usluga, podrazumijeva i visok nivo zaštite potrošača, odnosno stvaranje institucionalne strukture koja predstavlja osnov za provođenje efikasne politike zaštite potrošača. Edukacija i informisanje potrošača nije neophodno samo radi zaštite njihovih prava, već i da bi saznali i uredno izvršavali svoje obaveze, jer je nepoznavanje prava i obaveza jedne ili druge strane često uzrok uskraćenja njihovih prava.

Ključne riječi: potrošač, nepošteno poslovanje, potrošački spor, potrošačka prava, ponuda, potražnja, reklamiranje proizvoda.

Primljen / Received: 17. jun 2020. / June 17, 2020

Prihvaćen / Accepted: 19. jun 2020. / June 19, 2020

POTROŠAČ I OSNOVNA PRAVA POTROŠAČA

Potrošač je fizičko koje kupuje, poručuje, stiče ili koristi proizvode ili usluge za svoje potrebe i potrebe svog domaćinstva ili kome je upućena ponuda za robu ili uslugu. Može se zaključiti da u ulozu potrošača može biti samo fizičko, a ne i pravno lice. Osnovna prava potrošača su:

1. pravo na zadovoljenje osnovnih potreba - ono podrazumijeva dostupnost najnužnijih proizvoda i usluga, kao što su hrana, odjeća, obuća, stambeni prostor, voda, električna energija, zdravstvena zaštita, obrazovanje i higijena,
2. pravo na bezbjednost - zaštitu od robe i usluga koje su opasne po život, zdravlje, imovinu ili životnu sredinu, tj. čije je posjedovanje ili upotreba zabranjena,
3. pravo na informisanje - predstavlja pravo na raspolaganje tačnim podacima neophodnim za razuman izbor među ponuđenom robom i uslugama,
4. pravo na izbor - mogućnost izbora između više roba i usluga, po prihvatljivim cijenama i uz garanciju kvaliteta,

5. pravo na pravnu zaštitu - pravo potrošača da zahtijeva zaštitu u zakonom predviđenom postupku u slučaju povrede prava i pravo na naknadu materijalne i nematerijalne štete koju mu pričinio trgovac,
6. pravo da se čuje glas potrošača - pravo učešća u radu nadležnih organa posredstvom udruženja, u stvarima koje se tiču interesa potrošača,
7. pravo na obrazovanje i pravo na sticanje osnovnih znanja i vještina neophodnih za pravilan i pouzdan izbor robe i usluga,
8. pravo na zdravu životnu sredinu - pravo na život i rad u okruženju koje nije rizično po zdravlje potrošača.

Da bi potrošači ostvarili svoja prava neophodno je da svi u lancu pružanja ovih usluga iskreno i odgovorno učestvuju u izgradnji kompletnog i samoodrživog sistema zaštite potrošača. Potrošač se ne može odreći svojih prava, niti može biti uskraćen za prava koja mu pripadaju po Zakonu o zaštiti potrošača. Međutim, usljed nepoštenog poslovanja, ova prava često bivaju narušena, pa je stoga

potrebno posvetiti više pažnje pojmu nepoštenog poslovanja.

Nepošteno poslovanje

Nepoštena praksa poslovanja podrazumijeva da se trgovac ponašao suprotno profesionalnoj etici i odredbama Zakona o zaštiti potrošača, i svojim ponašanjem mogao ugroziti ekonomsko poslovanje prosječnog potrošača. Nepoštena poslovna praksa je zakonom zabranjena, a manifestuje se u sledećim oblicima ponašanja trgovaca:

- obmanjivanjem o porijeklu proizvoda, roku u kojem se proizvod može nabaviti, o broju zaliha određenog proizvoda i drugim netačnim informacijama kako bi stvorio pogrešnu sliku kod potrošača o dostupnosti i porijeklu proizvoda i na taj način uticao da lice doneše odluku o poslu, koju inače ne bi donio. Zloupotreba pojmovna „garancija“, „gratis“, „promocija“ i sl.
- Agresivno ili tkv. nasrtljivo poslovanje i nuđenje robe potrošaču dolaskom na njegovu adresu bez njegovog odobrenja, zloupotrebom moći i položaja na tržištu, ukazivanjem na mogućnost gubitka zaposlenja ukoliko se određeni proizvod ne kupi i sl.

Potrošački spor

Spor koji nastane po osnovu ugovornog odnosa prodavca i potrošača predstavlja potrošački spor. Potrošački spor se može riješiti sudskim i vansudskim putem. Prilikom rješavanja spora vansudskim putem, kao jedno od osnovnih načela javlja se ravnopravnost stranaka u sporu. Međutim, činjenica je da se veća pažnja posvećuje zaštiti prava potrošača kao ekonomski slabije strane i obavezama prodavaca, a manji dio odredaba se odnosi na prava prodavaca.

Prema zakonskim odredbama, subjekti odgovorni za zaštitu prava potrošača u Republici Srpskoj su:

Vlada Republike Srpske, Ministarstvo trgovine i turizma, kao i drugi republički organi uprave u okviru svoje nadležnosti utvrđene zakonom, agencije, fondovi i regulatorna tijela u okviru svoje nadležnosti, organi jedinica lokalne samouprave, Privredna komora RS i Znanstveno - preduzetnička komora Republike Srpske, udruženja za zaštitu potrošača, obrazovne institucije i mediji, Republička uprava za inspeksijske poslove RS i drugi nadležni inspeksijski organi, i na kraju ombudsman.

Danas u RS egzistira i brani interese potrošača oko deset udruženja kojima se potrošači mogu obratiti zahtjevom za pružanje pravne pomoći i zaštite.

VANSUDSKA I SUDSKA ZAŠTITA

Vansudska zaštita – koraci u rješavanju potrošačkih sporova

Pismeni prigovor potrošača upućen trgovcu

Proizvodi namijenjeni potrošačima moraju biti sigurni po život i zdravlje potrošača i životnu sredinu. Trgovac je

obavezan da prodaje proizvod, odnosno pruža uslugu potrošaču na način koji nije u suprotnosti sa profesionalnom pažnjom i dobrim poslovnim običajima. Potrošač zaštitu svoga prava prvenstveno može i treba da traži kod trgovca kod koga je nastala povreda jednog od njegovih prava. U skladu sa navedenim, trgovac je dužan da vodi posebnu Knjigu reklamacija. U slučaju nedostatka na proizvodu ili usluzi, pogrešno zaračunate cijene ili drugih nedostataka, potrošač ima pravo da podnese reklamaciju u pisanom obliku. Ukoliko je nedostatak vidljiv, na pisanu reklamaciju trgovac je dužan da odgovori u roku od 8 dana od dana njenog prijema.

Kako bi se otklonili uočeni nedostaci, trgovac je, na zahtjev i po izboru potrošača dužan:

1. **ukloniti nedostatak na proizvodu o svom trošku;**
2. **zamijeniti proizvod s nedostatkom drugim istovjetnim novim ispravnim proizvodom;**
3. **vratiti plaćeni iznos i nadoknaditi stvarne razumne troškove vraćanja proizvoda sa nedostatkom ili**
4. **sniziti cijenu proizvoda.**

Za proizvod koji ima nedostatke koji su vidljivi, potrošač zahtjev dostavlja trgovcu u pisanoj formi u roku od 8 dana od dana preuzimanja proizvoda ili od dana obavljene usluge. Ukoliko se nedostatak otkrije naknadno, zahtjev se podnosi u roku od 60 dana od dana kada je skriveni nedostatak otkriven, a najkasnije u roku od dvije godine od dana preuzimanja proizvoda. Potrošač je uz naprijed navedeni zahtjev dužan da dostavi i kopiju računa, kako bi mogao potkrijepiti svoje navode o učinjenoj povredi, tj. nedostatku.

Rješavanje sporova putem udruženja za zaštitu potrošača

Udruženja potrošača treba da imaju najznačajniju ulogu u zaštiti potrošača. Potrošač da bi ostvario svoje pravo može koristiti pored sudske zaštite i druge mehanizme zaštite svojih prava, te se obratiti nekom od udruženja potrošača koji djeluju na teritoriji Republike Srpske. Udruženja za zaštitu potrošača su udruženja koja se osnivaju u skladu sa zakonom kojim se uređuje osnivanje i pravni položaj udruženja, a čija oblast djelovanja je ostvarivanje ciljeva i zaštite prava potrošača. Udruženja za zaštitu potrošača moraju djelovati nezavisno od trgovaca i ne smiju sticati finansijska sredstva od trgovaca. Udruženja potrošača predstavljaju veoma bitan subjekt u sistemu zaštite potrošača jer imaju ulogu posrednika između trgovaca, potrošača i nadležnih organa, kojima je zakonom propisana obaveza zaštite pojedinih i zajedničkih interesa potrošača. U Republici Srpskoj djeluju sljedeća udruženja za zaštitu potrošača i to¹:

1. Udruženje građana "Pokret potrošača Republike Srpske", Banja Luka,
2. Udruženje potrošača "Reakcija", Banja Luka
3. Udruženje građana "Oaza", Trebinje,
4. Udruženje potrošača "Zvono", Bijeljina,

¹ Preuzeto sa sajta Vlade Republike Srpske

5. Udruženje građana "ToPeeR", Doboj,
6. Udruženje građana "Don", Prijedor,
7. Udruženje građana "Ženski interaktivni ruralni centar - ŽIR", Istočno Sarajevo
8. Udruženje građana "Centar za afirmaciju mladih", Šekovići

Proces informisanja građana o pravima koja su im garantovana Zakonom o zaštiti prava RS jedan je od osnovnih zadataka udruženja za zaštitu potrošača. Pored toga, ova udruženja su dužna da na zahtjev nezadovoljnog potrošača pokrenu proceduru koja je potrebna kako bi se nastalo nezadovoljstvo otklonilo.

„Najčešći način pružanja pomoći potrošačima je davanje savjeta kako da prevaziđu problem sa kojim su se suočili, bilo na njihov telefonski upit ili u neposrednom kontaktu u našoj kancelariji. O tome se vodi evidencija i ista se periodično prosljeđuje Ministarstvu trgovine i turizma. U nekim slučajevima, za koje ocijenimo da je potrebno, kontaktiramo trgovca, odnosno davaoca usluge. Pomoć potrošačima pružamo i davanjem naših stavova preko sredstava javnog informisanja, kao i podjelom raznih brošura koje tretiraju ovu oblast“.²

Kroz udruženja za zaštitu prava potrošača, RS obezbjeđuje i besplatnu pravnu pomoć na koju ima pravo svaki građanin.

Iako proces informisanja građana o pravima i mogućnostima koje su im pružene putem udruženja za zaštitu potrošača traje godinama, potrošači i dalje nisu u dovoljnoj mjeri upućeni u rad ovih organizacija, pa rješavanju problema nastalih prilikom kupovine ili korišćenja usluge uglavnom rješavaju sami.

Uloga Ministarstava i republičkih organa uprave u rješavanju potrošačkih sporova

Ministarstvo trgovine i turizma Republike Srpske nadležno je ministarstvo za oblast zaštite potrošača. Ministarstvo je nadležno da predlaže Vladi Program za zaštitu potrošača koji se donosi na period od dvije godine, brine se o realizaciji Programa, proučava i daje prijedloge koji se odnose na politiku zaštite potrošača, saraduje sa udruženjima za zaštitu potrošača i prati njihov rad, vodi evidenciju udruženja i saveza za zaštitu potrošača u Republici Srpskoj, prati stanje u oblasti zaštite potrošača i u okviru svoje nadležnosti predlaže nadležnim organima izmjene propisa u vezi sa zaštitom potrošača, te kordiniše i saraduje sa nadležnim organima na nivou Bosne i Hercegovine. Provođenjem projekata iz oblasti informisanja i edukacije potrošača kao i sufinansiranjem materijalnih i režijskih troškova za rad udruženja, Ministarstvo trgovine i turizma ima za cilj da se u Republici Srpskoj ojača rad udruženja. Jačanje administrativne zaštite potrošača kroz unapređenje saradnje sa ostalim nosiocima zaštite potrošača, ogleda se u uspostavljenju praksi Ministarstva da saraduje sa svim institucijama odnosno subjektima odgovornim za zaštitu po-

trošača. U cilju unapređenja ove oblasti osnovan je Odsjek za zaštitu potrošača kao organizaciona jedinica unutar sektora trgovine u Ministarstvu trgovine i turizma čiji je prevashodni cilj zaštita prava i potreba potrošača u Republici Srpskoj. Republička uprava za inspeksijske poslove vrši poslove inspeksijskog nadzora i druge povezane stručne poslove, pa tako i u oblasti zaštite potrošača obavlja takve poslove. Inspeksijski nadzor koji se odnosi na zaštitu potrošača vrše i inspektori u jedinicama lokalne samouprave. Da bi potrošač uopšte mogao da se obrati inspeksijskom organu, neophodno je da se prethodno obratio trgovcu kod koga je nastala povreda, odnosno uočen nedostatak, a po kom zahtjevu trgovac nije postupio. Rok za obraćanje inspeksijskom organu iznosi 90 dana od dana saznanja za učinjenu povredu ili ugrožavanje prava, najkasnije u roku od 6 mjeseci od dana učinjene povrede. Inspeksijski i drugi nadležni organi dužni su da razmotre zahtjev za zaštitu potrošača, te da potrošača pismeno obavijeste o preduzetim radnjama u roku od 15 dana od dana prijema zahtjeva. Na državnom nivou, odlukom Savjeta ministara BiH, formirano je Vijeće za zaštitu potrošača Bosne i Hercegovine, koga čine članovi iz vladinog i nevladinog sektora, odnosno predstavnici državnih institucija, entitetskih tijela, kao i predstavnici udruženja potrošača, što mu daje veći stepen samostalnosti i objektivnosti u svome djelovanju. Činjenica kako je veoma mali broj potrošača u dovoljnoj mjeri informisan o svojim zakonskim pravima, a slična ocjena vrijedi i za značajan dio trgovaca, davaoce usluga i proizvođača, razlog je čestog kršenja osnovnih prava potrošača i zakona kojima se u BiH uređuje područje zaštite potrošača.

Ombudsman za zaštitu potrošača u Bosni i Hercegovini

Institucija ombudsmana za zaštitu potrošača u Bosni i Hercegovini osnovana je Zakonom o zaštiti potrošača Bosne i Hercegovine iz 2006. godine. Institucija ombudsmana ima status pravnog lica i djeluje kao samostalno i nezavisno tijelo s ciljem promocije dobrog i efikasnog provođenja politike zaštite potrošača u Bosni i Hercegovini. Zakon o zaštiti potrošača u BiH, kao temeljni zakon Institucije ombudsmana propisuje obaveze i ovlaštenja ombudsmana i istovremeno uređuje odnose između potrošača, proizvođača i trgovaca na teritoriju Bosne i Hercegovine. Institucija je opredijeljena za efikasno provođenje zaštite prava potrošača koja im pripadaju na osnovu važećeg propisa, te stvaranju društva po mjeri potrošača. Kao glavni način prikupljanja saznanja o kršenju prava potrošača koriste se žalbe potrošača. Sama žalba podnosi se u pisanom obliku, međutim, ombudsman će prihvatiti pismeni podnesak kao žalbu koja nije podnesena na propisanom obrascu ili ne sadrži sve elemente potrebne za žalbu, ako se može ocijeniti na što se žalba odnosi. Najviše žalbi odnosi se na sektor ekonomskih usluga od opšteg interesa (isporuka energije, vode, telekomunikacije, poštanske usluge i javni transport), zatim finansijski sektor i komercijalni sektor.

² Preuzeto sa portala <https://www.banjaluka.com/>

Pored postupanja po pojedinačnim žalbama, ombudsman je ovlašćen da štiti kolektivni interes potrošača i u tom smislu može donositi instrukcije i pokretati sudske sporove.³

Rješavanje prigovora putem suda

Ukoliko je potrošač iscrpio sva pravna sredstva, a nije zadovoljan ostaje mu mogućnost tužbe stvarno i mjesno nadležnom sudu.

Angažovanje vještaka

Građani BiH koji nisu zadovoljni kupljenim proizvodom ili pruženim uslugama imaju mogućnost da angažuju stručnjake - vještake iz raznih oblasti kako bi dokazali da ih je trgovac oštetio ili obmanuo.

Centar za vještačenje i procjenjivanje "Zenit" d.o.o. iz Banja Luke okuplja veliki broj stručnjaka, oko 350 certifikovanih vještaka iz raznih oblasti i struka, a direktor ovog pravnog lica ističe kako je najtraženija zaštita potrošača prilikom kupovine odjeće, obuće, kućnih aparata, troškova telefona i sms poruka sa nepravilnim obračunima, nepravilan obračun utroška električne energije, vode i sl.

U skladu sa odredbama Zakona o zaštiti potrošača u RS, FBiH i BiH, građani imaju velike mogućnosti da zaštite svoja prava, a što mnogi od građana ne znaju.

Ako kupljeni proizvod nakon određenog vremena pokazuje da ima manjkavost, odnosno neispravnost u roku dok traje garancija, kupac se prvo obraća prodavcu sa reklamacijom, koji treba da riješi problem i otkloni nedostatke sa proizvoda. Ukoliko se ne pronađe rješenje, a što je veoma čest slučaj u praksi, trgovci odbijaju da zamijene neispravan proizvod ili da vrate primljeni novac, kupac - potrošač se obraća nadležnoj tržišnoj inspekciji. Ukoliko tržišna inspekcija tokom kontrole ne dokaže da je kupac oštećen, predlaže provođenje postupka vještačenja. U tom slučaju, potrošači se obraćaju našim vještacima, tj. ekspertnim timovima vještaka koji utvrđuju činjenično stanje uz primjenu pravila struke, standarda vještačenja i propisanih procedura, sastavljaju NALAZ i stručno mišljenje, zavisno o kojoj oblasti vještačenja se radi.

Sa dobijenim stručnim nalazom i mišljenjem, potrošač može zatražiti naknadu štete, zamjenu proizvoda za novi ispravan proizvod ili povraćaj uplaćenog novca sa naknadom za troškove vještačenja.

Ako ni u tom slučaju potrošač ne ostvari svoja prava, može podnijeti tužbu kod nadležnog suda ili čak prijaviti poslodavca nadležnom tužilaštvu, ukoliko postoji osnovana sumnja za prevaru.

PRAVNI I INSTITUCIONALNI OKVIR ZAŠTITE

Zbog složenosti društveno-ekonomskog uređenja, zaštita potrošača u Bosni i Hercegovini uređena je entitetskim i državnim zakonom.

Na nivou BiH, odnosi između prodavca, proizvođača i

potrošača po prvi put su regulisani Zakonom o zaštiti potrošača iz 2002 godine, a novi zakon koji je i danas na snazi donesen je 2006. godine.

Na nivou entiteta, u RS prvi zakon o zaštiti potrošača donesen je 2012. godine („Službeni glasnik RS“ broj: 6/12), koji je izmijenjen i dopunjen 2014. godine („Službeni glasnik RS“ broj: 63/14), dok u FBiH ne postoji Zakon koji reguliše ovu materiju, pa se shodno tome primjenjuje Zakon o zaštiti potrošača BiH.

U slučaju da neko pitanje iz ove oblasti nije regulisano Zakonom o zaštiti potrošača, kao *lex generalis* primjenjivaće se Zakon o obligacionim odnosima.

Zakonsko regulisanje zaštite potrošača u RS i BiH predstavlja poseban vid implementacije i harmonizacije domaćih propisa sa propisima EU, a što predstavlja jedan od osnovnih uslova koje BiH mora ispuniti na svom putu ka punopravnom članstvu u EU. Jedan od osnovnih ciljeva i zadataka Evropske unije jesu zaštita zdravlja i sigurnosti potrošača, zaštita njihovih ekonomskih interesa, informisanje, edukacija i efikasno organizovanje potrošača. Pored toga, efikasna zaštita potrošača je neophodna kako bi se osiguralo propisno funkcionisanje tržišne ekonomije. Usklađivanjem standarda zaštite potrošača sa standardima EU, Republika Srpska daje doprinos ispunjavanju obaveza koje je BiH preuzela potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju.

Pojam i zakonitosti ponude

Ponuda proizvoda je količina proizvoda koju proizvođač planira prodati u određenom vremenskom periodu. Količina ponude određenog proizvoda zavisi od brojnih činilaca, od kojih su najznačajniji cijena proizvoda, cijene drugih proizvoda, troškovi proizvodnje kao i organizacija tržišta.

Prema zakonu ponude, pri višoj cijeni proizvoda količina ponude je viša, uz pretpostavku da ostali činioci koji imaju uticaj na ponudu ostanu nepromijenjeni. Ako se troškovi proizvodnje ne mijenjaju, veća cijena proizvoda vodi većem dobitku za proizvođača, pa je prema tome i poticaj za povećanje obima proizvodnje.

Krivulja ponude pokazuje količinu ponude uz različite cijene proizvoda kada su konstantni ostali činioci koji imaju uticaj na ponudu. Da bi se konstruisala križaljka ponude, treba ispitati kako se mijenja količina ponude u uslovima promjene cijene proizvoda, uz konstantne cijene drugih proizvoda, troškove proizvodnje i ostale činioce koji imaju uticaj na ponudu.

Želja prodavaca je da svaku robu (proizvod ili uslugu) prodaju na tržištu po što višoj ceni. U takvom ekonomskom ponašanju prodavaca izražava se zakon ponude. Funkcionalna veza ponude i tržišne cijene upućuje nas na značaj tržišne cijene za odluke proizvođača o veličini, vrsti i uslovima proizvodnje koju će ponuditi tržištu na realizaciju. To znači da tržište u vidu povratne sprege, preko sistema cijena, vrši prilagođavanje obima i strukture proizvodnja i

³ Preuzeto sa sajta, Bosna i Hercegovina, Institucija Ombudsmana za zaštitu potrošača u BiH

uslova pod kojim njena ponuda može biti prihvaćena i realizovana od strane tražnje.⁴

Tabela 1. Raspored ponude proizvoda

	Cijena (KM po kg)	Količina potražnje (kg/god)
	P	Q
A	5	16
B	4	14
C	3	10
D	2	5
E	1	0

Iz priloženog, uz cijenu od 1KM/kg proizvod se neće proizvoditi. Kako cijena proizvoda raste, proizvodit će se sve više proizvod. Krivulja ponude grafički pokazuje vezu između količine ponude i cijene proizvoda, uz nepromijenjene ostale činioce.

Pojam i zakonitosti potražnje

Količina potražnje proizvoda ili usluga je iznos koji potrošači planiraju potrošiti u određenom vremenskom periodu. Potražnja za nekim proizvodom ili uslugom zavisi o mnogo činilaca, od kojih su najvažniji cijena proizvoda, cijene drugih proizvoda, dohodak, populacija i ukusi potrošača.

Prema zakonu potražnje, što je cijena proizvoda viša, manja je količina potražnje za promatranim proizvodom, uz pretpostavku da se ostali parametri ne mijenjaju. Viša cijena smanjuje količinu potražnje jer se svaki proizvod može zamijeniti nekim drugim proizvodom koji ima manju cijenu, a jednake je kvalitete, što znači da porast cijene određenog proizvoda utiče na pad kupovine istog. Ako se cijena nekog dobra smanjuje, njegova količina se povećava, ali i obrnuto, uz nepromijenjene ostale parametre. Zakon potražnje vrijedi za individualnu i tržišnu potražnju.

Želja kupaca (potrošača) je da svaku robu (dobro ili uslugu) ponuđenu tržištu kupe po što nižoj ceni. U takvom ekonomskom ponašanju kupaca (potrošača) izražava se zakon tražnje.⁵

Elastičnost ponude

Elastičnost ponude je odnos postotnih promjena ponuđenih količina koja je rezultat promjene cijene u iznosu od 1%. Ako nakon povećanja cijene od 1% proizvođači povećaju ponudu za 5 %, elastičnost ponude iznosi 5. Kako se u vrlo kratkom roku može prodati samo ona količina koja je

već ranije proizvedena, zaključuje se da je funkcija ponude u vrlo kratkom roku potpuno neelastična, odnosno koliko god se povećala cijena, proizvođači ne mogu povećati ponudu. Uvođenjem dodatnog rada u kratkom roku, s ciljem povećanja proizvodnje, elastičnost je veća nego u vrlo kratkom roku, no još je uvijek manja od elastičnosti u dugom roku kad proizvođači mogu investiranjem povećati fiksni kapital i time ostvarivu razinu proizvodnje.⁶

Elastičnosti potražnje

Na potražnju osim cijene proizvoda utiče više činilaca, od kojih su najvažniji cijene drugih proizvoda, kupovna moć potrošača, populacija, te ukusi. Porast dohotka pomiče budžetski pravac udesno, povećavajući potrošnju uzduž krivulje odnosa dohotka i potrošnje. Promjene tih činilaca mogu imati dvije posljedice, a to su promjena količine potražnje i promjena potražnje. Ako se cijena proizvoda mijenja, a sve ostalo ostane isto, mijenja se količina potražnje za proizvodom. Taj se slučaj ilustrira kretanjem po krivulji potražnje proizvoda.⁷

Analiza ponude i potražnje

Analiza ponude i potražnje pokazuje na koji način tržišni mehanizam rješava ekonomske probleme: šta, kako i za koga. Pokazuje kako novčani glasovi određuju cijene i količine različitih dobara i usluga.

Analiza ponude

Analiza ponude daje odgovor na pitanje kako se mijenja ponuda nekog dobra (kako se ponašaju ponuđači) kad na ponudu djeluje cijena, odnosno kada na ponudu djeluju necjenovni činitelji. Zapravo, ponuđači određuju koliko će proizvoditi/prodavati prema odnosu cijene i troškova u proizvodnji.

Analiza potražnje

Analiza potražnje daje odgovor na pitanje kako se mijenja potražnja nekog dobra (kako se ponašaju kupci) kad se mijenja cijena dobra ili kako se mijenja kad na nju utječu necjenovni činitelji.⁸

Zadovoljstvo potrošača

Potrošač odlučuje da li je zadovoljan ili nije zadovoljan kupljenim proizvodom ili pruženom uslugom. Potrošači su različiti, marketing preduzeća mora ulagati velike napore da bi mogao segmentovati potrošače i zadovoljiti njihove potrebe, te čak nadmašiti njihove očekivane želje i potrebe u svrhu zadovoljstva. Da bi preduzeće moglo zadovoljiti potrošače mora poznavati njihove potrebe, želje, te pro-

⁴ Preuzeto iz Uvoda u ekonomiju, David Đ. Dašić i Ilija J. Džombić, Banja Luka 2009. godina.

⁵ Preuzeto iz Uvoda u ekonomiju, David Đ. Dašić i Ilija J. Džombić, Banja Luka 2009. godina.

⁶ Preuzeto iz Ekonomske analize i ocjena zakonitosti ponude i potražnje, N. Lipovec, Goran Kozina, Varaždin 2012. godina.

⁷ Preuzeto iz Ekonomske analize i ocjena zakonitosti ponude i potražnje, N. Lipovec, Goran Kozina, Varaždin 2012. godina.

⁸ Preuzeto iz Uvoda u mikroekonomiju, (skripta), Vjekoslav Par, Zagreb 2016. godina.

tjeve za kupovinu određenog proizvoda. Prema svojim motivima kupovine, željama, navikama, kupovnoj moći, i itd potrošači se razlikuju. Sve više je i bitna zaštita potrošača da bi se oni osjećali sigurno i zadovoljno.

Zadovoljstvo potrošača se može pratiti na skali od potpunog nezadovoljstva do zadovoljstva, ushićenja. Potrošači će imati iskustva sa određenim nivoom zadovoljstva za dati skup okolnosti. Uticaj imaju tri grupe faktora: oni koji izazivaju nezadovoljstvo, oni koji izazivaju zadovoljstvo ili ushićenje. Zadovoljstvo kod potrošača ne može biti precizno predviđeno, ali se može pratiti i analizirati da bi se otkrile mogućnosti za unapređenje. U toku planiranja kvaliteta, organizacija treba da razmotri ove faktore. Sve dok je zadovoljstvo potrošača na željenom nivou, odlučujući faktor u ekonomiji kvaliteta je lojalnost kupca. Izlazna ekonomska korist se ostvaruje kroz zadovoljstvo potrošača, koje se ogleda preko njegove lojalnosti.

Mjerenje zadovoljstva potrošača

Da bi se organizacija orijentisala prema potrošačima, mora da ima podatke o njihovima potrebama. Kako se potrebe potrošača i organizacije stalno menjaju, organizacija mora stalno da prati zadovoljstvo potrošača da bi ostvarila analizu trendova. Ocjena zadovoljstva potrošača može se dati uz korišćenje različitih pristupa i modela. Organizacije mogu identifikovati zadovoljstvo potrošača preko kvantitativnih i kvalitativnih pregleda. U kvantitativnim pregledima, podaci se mogu prikupiti pomoću intervjua, upitnika koji popunjavaju potrošači ili pomoću posmatranja ponašanja potrošača. U kvalitativnim pregledima, organizacija može ući u detaljna razmatranja na osnovu potpunog upitnika. U skladu sa prirodom istraživanja, rokovima i raspoloživim fondovima organizacija treba da definiše najbolji metod za prikupljanje podataka.

Garancija proizvoda

Proizvođač je odgovoran za štetu uzrokovanu greškom u njegovom proizvodu u skladu sa odredbama zakona kojim se uređuju obligacioni odnosi u Republici. Trgovac je odgovoran za nedostatke na robu koji postoje u trenutku prenosa rizika na potrošača, bez obzira da li je potrošač svjestan nedostataka u skladu sa odredbama zakona kojim se uređuju obligacioni odnosi u Republici.

Za tehnički složene proizvode proizvođač, odnosno trgovac, dužan je da utvrdi i u tehničkom uputstvu navede rok obezbijeđenog servisiranja i da snabdije tržište rezervnim dijelovima, priborom i drugim proizvodima bez kojih se taj proizvod ne može upotrebljavati prema predviđenoj namjeni (u daljem tekstu: rezervni dijelovi). Rok ne smije biti kraći od tri godine za aparate za domaćinstvo, odnosno pet godina za druge tehnički složene proizvode, ako posebnim propisom nije drugačije određeno. Nakon prestanka proizvodnje proizvoda, proizvođač ili trgovac dužan je da obezbijedi nabavku rezervnih dijelova radi održavanja proizvoda, u roku koji za tehnički

ki složene proizvode ne može biti kraći od deset godina. Ako proizvođač, odnosno trgovac nema sopstveni servis u Republici, dužan je da za tehnički složene proizvode obezbijedi i spisak pravnih i fizičkih lica koja su ovlašćena za servisiranje.

Proizvođač, odnosno trgovac, dužan je da ovlašćene servise i tržište redovno snabdijeva potrebnom vrstom i količinom rezervnih dijelova. Ovlašćen je servis onaj koji ima punovažnu punomoć proizvođača da može servisirati proizvode i ima potpisan ugovor za nabavku rezervnih dijelova.⁹

Reklamiranje proizvoda

Trgovac je obavezan da potrošaču prilikom prodaje proizvoda preda propisane isprave, kao što su: deklaracija, spisak sopstvenih i ovlašćenih servisa, sertifikat, garantni list, uputstvo za sklapanje, uputstvo za upotrebu, upozorenje o mogućoj opasnosti pri upotrebi i druge odgovarajuće podatke kojima se potrošač dodatno upoznaje sa svojstvima proizvoda. Trgovac je obavezan da proizvod prodaje sa originalnim omotom ili ambalažom, a na zahtjev potrošača dužan je da proizvod posebno zamota. Ukoliko na zahtjev potrošača trgovac vrši dodatno pakovanje proizvoda i to korišćenjem posebnog papira za zamotavanje i upotrebom dodatnih ukrasa, cijena papira i dodatnih usluga treba biti jasno i vidljivo istaknuta. Omot (kesice, poseban papir i drugo) koji ima logotip i/ili naziv proizvođača i/ili trgovca smatra se reklamnim sredstvom koje trgovac ne smije posebno zaračunati kupcu. Omot treba biti neškodljiv za zdravlje, prilagođen obliku i masi proizvoda i ne smije stvarati zabunu kod potrošača u pogledu mase i veličine proizvoda. U neto masu robe ne smije se uračunavati težina materijala za pakovanje.

Trgovac je dužan da vodi posebnu Knjigu reklamacija. Potrošač ima pravo da podnese reklamaciju u pisanom obliku, u slučaju nedostatka na proizvodu ili usluzi, pogrešno zaračunate cijene i drugih nedostataka. Trgovac je dužan da na vidnom mjestu u prodajnom objektu drži Knjigu reklamacija. Trgovac je dužan da na reklamaciju potrošača odgovori u roku od osam dana od dana njenog prijema. Trgovac je obavezan da vodi i čuva Knjigu reklamacija, najmanje godinu dana po isteku poslovne godine za koju se vodu Knjiga reklamacije. Ministar trgovine i turizma (u daljem tekstu: ministar) pravilnikom propisuje oblik i sadržaj Knjige reklamacija.

Ako potrošač nakon 30 dana od dana kada je proizvod kupio otkrije skriveni nedostatak na proizvodu, osim vraćenog plaćenog iznosa, potrošaču pripadaju i kamate po stopama poslovne banke trgovca za oročene štedne uloge na tri mjeseca, od dana kupovine do dana isplate.

Ako se proizvod koji je potrošač dao trgovcu radi upućivanja u ovlašćeni servis na popravku, održavanje ili doradu, izgubi ili uništi, trgovac je dužan da potrošaču po njegovom izboru:

⁹ Preuzeto iz Zakona za zaštitu potrošača u Republici Srpskoj

- a. u roku od osam dana od dana podnošenja zahtjeva potrošača isporučiti novi proizvod sa istim svojstvima i za istu namjenu ili
- b. bez odgađanja vratiti iznos u visini maloprodajne cijene novog proizvoda.

Ako trgovac ili ovlašćeni servis ošteti ili pokvari proizvod koji je primio na popravku, održavanje ili doradu, dužan je da o vlastitom trošku popravi oštećenje, odnosno otkloni kvar, odmah po prijemu reklamacije potrošača za izvršenu popravku, održavanje ili doradu, a najkasnije u roku od tri dana od dana prijema reklamacije, ukoliko se na taj način ne smanjuje vrijednost i upotrebljivost proizvoda.¹⁰

ZAKLJUČAK

Najveći problem kod zaštite prava i interesa potrošača je upravo nedovoljna informisanost i nedovoljno poznavanje prava od strane potrošača, što trgovci i druga lica koja nude svoje proizvode i usluge u velikoj mjeri iskorištavaju. Tako dolazimo do situacije koja je zastupljena na tržištu, a u kojoj je nezadovoljstvo potrošača izraženo u velikoj mjeri, te tako ostaju uskraćeni za naplatu štete koja im je pričinjena, usljed nepoštenih poslovnih praksi od strane trgovaca.

Autori ovog teksta ukazuju potrošačima na nekoliko osnovnih pravila kako bi zaštitili svoja prava, a to su:

- ✓ Za kupljeni proizvod ili uslugu uvijek tražite račun. Obavezno sačuvajte račun i druge isprave koje vam je trgovac dužan uručiti (garantni list, uputstvo za upotrebu, tehničko uputstvo, potpis servisa ili servisera) zajedno sa prodanim proizvodom ili pruženom uslugom.
- ✓ Prije potpisivanja ugovora ili bilo kojeg drugog akta pažljivo pročitajte sadržaj, a ako nešto ne razumijete tražite dodatna objašnjenja.
- ✓ Prilikom kupovine proizvoda dobro ga pogledajte i isprobajte. Naknadni prigovori moraju biti dostavljeni trgovcu u propisanom roku i u pisanoj formi.
- ✓ Ne kupujte proizvode koji nemaju na sebi deklaraciju.
- ✓ Dajte prednost proizvodu koji svojim kvalitetom, cijenom i bezbjednošću zadovoljava vaše potrebe.

Prilog rada

ANALIZA – UPITNIKA

Tema: Informisanost potrošača u Republici Srpskoj

Upitnik je popunilo 60 ispitanika.

Do 20 godina starosti imaju 16,7% ispitanika, do 30 godina 25% ispitanika, do 50 godina starosti 33,3%, do 60 godina 16,7%, dok do 70 godina starosti ima 8,3% od ukupno ispitanika. Pol ispitanika čine 48,3% muškarci, a 51,7% žene. Posjeduju nivo stručne spreme srednje škole 66,7% ispitanika, više škole 8,3%, a fakultetsku diplomu (Bečelor) 25% ispitanika. 50% ispitanika je odgovorilo da dobavljači, trgovci ili pružaoci usluga imaju kutiju za žalbe, pohvale i sugestije, a 50% da nemaju. Da su informisani dovoljno o svojim potrošačkim pravima 16,7% ispitanika smatra da jesu, a 83,3% da nisu. Sa pojmom zaštita potrošača 66,7% ispitanika je upoznato, dok 33,3% nije. Po mišljenju ispitanika da u Republici Srpskoj postoji informisanost iz oblasti zaštite potrošača 33,3% ispitanika smatra da postoji, a 50% ispitanika da ne, dok 16,7% je odgovorilo djelimično.

LITERATURA

- Alfred Marshall, Načela ekonomije
 David Đ. Dašić i Ilija J. Džombić, Uvod u ekonomiju, 2009
 Goran Popović, Milan Milanović, Osnovi ekonomije za pravnike, Pravni fakultet, Banja Luka, 2010
 Katarina Štavlić, Osnove mikroekonomije
 Lipovec N., Kozina G, Ekonomska analiza i ocjena zakonitosti ponude i potražnje
 Marko Rajčević, Poslovno pravo I, Pravni fakultet, Banja Luka, 2007
 Mate, Ekonomija, Zagreb, 2000
 Mirko Vasiljević, Trgovinsko pravo, Pravni fakultet, Beograd, 2011
 Paul A. Samuelson i William D. Nordhaus, Osnovni elementi ponude i potražnje
 Thomas M. Humphrey, 1992. "Marshallian Cross Diagrams and Their Uses before Alfred Marshall," Economic Review, Mar/Apr, Federal Reserve Bank of Richmond
 Vjekoslav Par, Uvod u mikroekonomiju, Zagreb 2016. godina.
 Zakon o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini ("Službene novine BiH" broj: 25/2006 i88/2015)
 Zakon o zaštiti potrošača u Republici Srpskoj ("Službeni glasnik RS" broj: 6/2012, 63/2014 i 18/2017)

¹⁰ Preuzeto iz Zakona o zaštiti potrošača u Republici Srpskoj

Milica Bukva, Zvezdana Popović:

Status potrošača i pravna zaštita njihovih prava i interesa u Bosni i Hercegovini i RS

Consumers' Status and Legal Protection of Their Rights and Interests in Bosnia and Herzegovina and the Republic of Srpska

Consumers' Status and Legal Protection of Their Rights and Interests in Bosnia and Herzegovina and the Republic of Srpska

Milica Bukva

graduated lawyer, Faculty of Law, University of Banja Luka, employed at Institute for expert investigation and evaluation "Zenit" d.o.o. Banja Luka, milicabukva1995@gmail.com

Zvezdana Popović

master of economics, University of Business Studies Banja Luka, authorised internal auditor, popovic.zvezdana@yahoo.com

Abstract: In this paper the authors analysed and described consumers' status, level of their legal protection, i.e. to which extent rights can be exercised and obligations met at the level of Bosnia and Herzegovina and its entities. In addition to that, special emphasis will be placed on the level to which consumers are informed about their consumer rights and on the method of exercising and protecting the abovementioned rights as well as on preparedness to advertise purchased products or provided services. Consumer protection law represents a new area of law whose primary goal is the protection of economically weaker party in contractual relationships referring to purchase and sale. In our region consumer protection has not been regulated by a single law for a long time, but that issue was resolved by various regulations, mostly the Obligations Act. Such was the practice until individual laws were adopted regulating this area of law in BiH, i.e. its entities. In addition to offering a wide range of products and services, the contemporary market includes high level of consumer protection too, i.e. creation of institutional structure representing foundation for carrying out efficient consumer protection policy. Training and informing consumers are necessary not only for the protection of their rights but also for them to get acquainted with and meet their obligations regularly because ignorance of rights and obligations referring to one party or another is frequently a reason why they are a subject of deprivation of rights.

Key words: consumer, unfair treatment, consumer dispute, consumer rights, supply, demand, product advertising.