

# Strategija razvoja Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača u BiH

---

(2013.-2017.)

## Sadržaj

1. POJAM I ULOGA INSTITUCIJE OMBUDSMANA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA .....	3
1.1. Osnovne aktivnosti Institucije ombudsmana .....	4
2. POSTOJEĆE STANJE U PODRUČJU ZAŠTITE POTROŠAČA U BiH .....	8
2.1. Zakonodavni okvir u BiH .....	8
2.2. Institucionalni okvir u BiH.....	9
3. ZAKONODAVNI OKVIR EU I ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA GLEDE ZAHTJEVA EU U OBLASTI ZAŠTITE POTROŠAČA.....	10
3.1. Zakonodavni okvir EU u oblasti zaštite potrošača.....	10
3.2. Usklađenost oblasti zaštite potrošača sa aquis-om .....	12
3.2.1.1. Deklariranje proizvoda .....	14
3.2.1.2. Garancija za proizvod ili uslugu .....	15
3.2.1.3. Oglašavanje proizvoda i usluga .....	15
3.2.1.4. Ugovori zaključeni van poslovnih prostorija trgovca .....	16
3.2.1.5. Prodaja na temelju ugovora na daljinu .....	17
3.2.1.6. Elektronička trgovina.....	18
3.2.1.7. Potrošački kredit.....	18
3.2.1.8. Turistički paket aranžmani i <i>time-share</i> .....	19
3.2.1.9. Nepravedne odredbe u potrošačkim ugovorima .....	20
4. POSTOJEĆE STANJE U OBLASTI ZAŠTITE POTROŠAČA SEKTORSKI PRIKAZANO .....	26
4.1. Bankarski sektor .....	26
4.2. Sektor ekonomskih usluga od općeg interesa.....	28
4.2.1.1. Sektor telekomunikacijskih usluga .....	28
4.2.1.2. Sektor ostalih ekonomskih usluga od općeg interesa (usluga isporuke vode i toplotne energije) .....	31
5. STRATEŠKI CILJEVI .....	35
5.1. Izrada Pravilnika o unutrašnjoj organizaciji poslova Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača u Bosni i Hercegovini .....	35
5.2. Program obuka .....	39
5.3. Izrada internet platforme i arhiva za žalbe.....	39
5.4. Daljnje informatičko umrežavanje zaposlenika.....	39
6. ZAKLJUČCI I ZAVRŠNE PREPORUKE .....	40

## 1. POJAM I ULOGA INSTITUCIJE OMBUDSMANA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA

Institucija ombudsmana za zaštitu potrošača u BiH (dalje u tekstu *Institucija ombudsmana*) je neovisna institucija uspostavljena s ciljem promidžbe dobrog i efikasnog provođenja politike zaštite potrošača u BiH. *Zakon o zaštiti potrošača u BiH*<sup>1</sup>, kao temeljni zakon Institucije ombudsmana, propisuje obveze i ovlaštenja Ombudsmana i istovremeno uređuje odnose između potrošača, proizvođača i trgovaca na teritoriji Bosne i Hercegovine. Zakon o zaštiti potrošača u BiH je u trenutku donošenja bio usklađen s pravnom stečevinom EU-a.

Kako je Institucija ombudsmana u Bosni i Hercegovini institucija *sui generis* prilikom vršenja naših zakonom propisanih ovlaštenja i dužnosti često smo suočeni s potrebom definiranja našeg pojma, značaja i uloge.

Ombudsman za potrošače zastupnik je kolektivnih potrošačkih interesa koje kako u pojedinačnim predmetima tako i u općem medijskom prostoru predstavlja i brani. On je posebno neovisno tijelo koje ima ovlast provoditi istražne radnje, javno kritizirati, educirati i osnaživati slabiju stranu u potrošačkom odnosu (potrošača), preporučivati, objavljujivati izvješća, instrukcije i naredbe, a sve to u svrhu zagovaranja i branjenja kolektivnih interesa potrošača.<sup>2</sup> Sintaksa „za zaštitu potrošača“ često dovodi u zabludu nedovoljno informirane sudionike ovih odnosa. Naime, Ombudsman općenito nema ovlaštenja kojima može mijenjati, ukidati, donositi određene odluke ili restituirati nastale štete. Dakle, mehanizam zaštite potrošača se očituje u nadzoru onih koji imaju ta ovlaštenja, te koji su u sustavu prepoznati kao regulatori i kontrolori. Ombudsman sa njima (agencijama, ministarstvima, inspekcijama...) samo dijeli nadzorni karakter; on je više institucionalni „zvizdač“ koji posebno ranjive i neravnopravne sudionike društvenih odnosa (u ovom slučaju potrošače) predstavlja, njihovim ugroženim pravima i legitimnim interesima daje institucionalni oblik i time im jamči i olakšava ostvarenje i buduću zaštitu. Ombudsman nije nadležan za provođenje zakona (za što je nadležna izvršna vlast koja u tom smislu donosi provedbene akte), već za nadziranje provođenja zakona. U cilju bolje primjene pravnih propisa, a na temelju saznanja utvrđenih nadzorom, praksom i analizom predmetne oblasti, Ombudsman izdaje preporuke, mišljenja, instrukcije itd. koje bi trebale poboljšati primjenu odnosnih propisa tj. otkloniti postojeće nepravilnosti i smetnje.

Faktički, možda ono čime je sam institut Ombudsmana najviše zadužio populaciju kojoj je namijenjen (djeca, potrošači, građani općenito) jest davanje jednog ljudskog lica državi, tj. državnim institucijama. On je dakako i dodatni demokratski instrument korekcije zatajenja pravnog (pravosudnog) sustava. Međutim, subjektivni aspekt uloge Ombudsmana, prema kojoj on stoji na strani pojedinca, ugroženog individualca i laika, koji najčešće samo intuitivno osjeća da su mu prava prekršena te da je doživio nepravdu, jest neprocjenjiva. U takvoj situaciji, u naročito teškim životnim situacijama zaista je bitno da postoji institucija koja daje konkretnu (u smislu podupiranja zahtjeva, davanja preporuke ili mišljenja) i

---

<sup>1</sup> Sl. gl. BiH 25/06.

<sup>2</sup> Ombudsman je najkraće rečeno, zagovaratelj (eng. - *to advocate*, tj. advokat) nećijih prava.

moralnu podršku ugroženim pojedincima i skupinama građana. Kada se tome pridoda edukativno-preventivni karakter djelovanja Ombudsmana, ovaj institut se zaista pokazuje kao jedan zaokružen i smislen alat modernog društva.

Kao još jedna specifičnost ovog instituta javlja se uloga i djelovanje same oštećene strane-potrošača. Naime, zaštita potrošača u sebi obuhvaća i neophodan element samozaštite. To znači da se proces zaštite potrošača ne može uspješno odvijati bez aktivnog sudjelovanja samih potrošača. Jedan od najvažnijih segmenata zaštite potrošača jest dobro informiran, educiran, osviješten i proaktivan potrošač. Današnji potrošač treba sebe prepoznati kao aktivnog sudionika na tržištu ekonomskih roba i usluga, treba znati koja su njegova prava, ali i obveze i treba reagirati svaki put kada mu se čini da se krše njegova potrošačka prava. U nekim slučajevima reakcija potrošača prema pružatelju robe ili usluge će biti dovoljna da se otkloni određena nepravilnost koja dovodi do kršenja prava potrošača. I to je najbolji način da se pružatelji roba i usluga (proizvođači i trgovci) upoznaju s potrošačkim pravima i da u konkretnoj situaciji uvide da postoje aktivni nositelji tih prava koji su spremni reagirati svaki put kada smatraju da su njihova prava povrijeđena. Međutim, u ovoj fazi potrošači najčešće i odustaju, što zbog manjka vremena i sredstava, što zbog očekivanja da im netko drugi umjesto njih osigura njihova prava, stoga se naša uloga kao edukatora i prosvjetitelja pokazuje neprocjenjivom.

Zakon o zaštiti potrošača kao jednog od subjekata za provođenje politike zaštite potrošača navodi i medije. Institucija ombudsmana aktivno surađuje s medijima i kroz taj angažman informira javnost o problematici zaštite potrošača, odnosno, o pravima i obvezama koje potrošači imaju. U tom smislu svakodnevno dobivamo upite od raznih tiskanih i internet medija, te radijskih i televizijskih kuća o određenim pitanjima i problemima zaštite potrošača, odnosno slučajevima možebitnog kršenja prava potrošača. Na sve te upite Institucija ombudsmana odgovara u pisanom ili nekom drugom obliku primjerenom dotičnom mediju i daje stručna mišljenja ili komentare na određena pitanja koja se tiču problematike zaštite potrošača. Pored toga, Institucija ombudsmana objavljuje različite publikacije koje se tiču pojedinih oblasti zaštite potrošača i surađuje s raznim obrazovnim institucijama.

## **1.1. Osnovne aktivnosti Institucije ombudsmana**

U sustavu zaštite prava potrošača u BiH, Institucija ombudsmana za zaštitu potrošača djeluje kao nezavisna institucija, čiji je osnovni cilj provođenje učinkovite politike zaštite potrošača.

Pregled rada i djelatnosti

*Modus operandi* Institucije ombudsmana se može podijeliti na:

1. prikupljanje podataka
2. postupanje temeljem prikupljenih saznanja.

Kao glavni načini prikupljanja saznanja o kršenju prava potrošača koriste se žalbe potrošača te saznanja prikupljena tijekom rada (mediji, analize...). Žalbe potrošači ulažu (najvećim dijelom) osobno ili putem pošte, preko web stranice (odgovarajući padajući izbornik), nadalje primamo ih prosljeđene od strane Udruženja potrošača, ministarstava, agencija i Ombudsmana za zaštitu ljudskih prava. Praksa je pokazala da je najveći broj žalbi upravo iz Mostara gdje smo i smješteni, što govori u prilog činjenici da je naša prisutnost u ovom gradu prepoznata.

Tabelarni prikaz osnovnih aktivnosti:

	<b>Ciljevi</b>	<b>Zadaci</b>	<b>Nositelji</b>	<b>Rokovi</b>	<b>Mjere</b>
1.	Informiranje potrošača i potpora udrugama potrošača	Informiranje putem medija, izdavanje različitih publikacija	Ombudsman, Pomoćnici ombudsmana	Kontinuirano u okviru kapaciteta IOZZPUBiH	Uzajamne posjete, okrugli stolovi, seminari
2.	Praćenje i predlaganje aktivnosti kompanija - potrošač	Provedba potrošačke legislative	Ombudsman, Pomoćnici	Kontinuirano u okviru kapaciteta IOZZPUBiH	Odgovori na upite poslovne zajednice.
3.	Analiza tržišta i po pitanju kršenja potrošačkih prava	Jačanje suradnje sa inspekcijskim tijelima	Ombudsman, Pomoćnici	Kontinuirano u okviru kapaciteta IOZZPUBiH	Preporuke, smjernice u posebnim sektorima.
4.	Prijem i odlučivanje po pojedinačnim pritužbama potrošača	Djelovanje prema poslovnoj zajednici u smislu poštivanja potrošačkih prava.	Ombudsman, Pomoćnici ombudsmana	Kontinuirano	U skladu sa Pravilima rada poduzeti potrebne aktivnosti
5.	Predlaganje rješavanja potrošačkih sporova putem ARS	Iniciranje za donošenje procedura	Ombudsman, Pomoćnici ombudsmana	Kontinuirano	Učešće u radu Radne grupe za zaostale komunalnih predmete
6.	Kontakti sa Ombudsmanima za	Jačanje suradnje sa	Ombudsman,	Kontinuirano u okviru	Uzajamne posjete,

	Ljudska prava o problemima iz usluga od općeg interesa	Ombudsmanima za ljudska prava	Pomoćnici	kapaciteta IOZZPUBiH	zajednički stav o problemima iz javnih usluga
7.	Prijedlozi i inicijative za poboljšanje ZZP i druge potrošačke legislative	Otvoriti raspravu sa udrugama potrošača o predloženim izmjenama zakona.	Ombudsman, Pomoćnici ombudsmana	Kontinuirano u okviru kapaciteta IOZZPUBiH	Šire raspraviti pojedinačne prijedloge i dati zajednički stav
8.	Istraživanje drugih mjera organa vlasti na zaštitu potrošača	Učešće u javnoj raspravi za propise iz potrošačke legislative.	Ombudsman, Pomoćnici ombudsmana	Kontinuirano u okviru kapaciteta IOZZPUBiH	Donošenje podzakonskih akata pružatelja usluga
9.	Edukacije učenika i studenata iz oblasti prava potrošača	Nastavak suradnje sa obrazovnim institucijama	Ombudsman, Pomoćnici	Po potrebi i dogovoru sa obrazovnim institucijama	Promocija politike zaštite potrošača
10.	Izdavanje instrukcija u okviru nadležnosti ombudsmana	Inzistirati na dosljednoj primjeni ZZP BiH	Ombudsmani, Pomoćnici	Po ukazanoj potrebi	Instrukcije za prestanak aktivnosti suprotnih potrošačkoj legislativi
11.	Praćenje realizacije izdanih Instrukcija u sektoru telekomunikacijskih usluga	Insistirati na implementaciji izdanih instrukcija	Ombudsman, Pomoćnici	Kontinuirano	Redovno izvještavanje

12.	Praćenje već pokrenutih sudskih postupaka	Učešće u sudskim postupcima kao aktivno legitimiran subjekt	Ombudsman, Pomoćnici	Kontinuirano	Zastupati kolektivne interese potrošača
13.	Pokretanje novih postupka pred nadležnim sudom	Zaštita kolektivnih interesa potrošača	Ombudsman, Pomoćnici	Po ukazanoj potrebi	Tužbe za naknade štete nanesene kolektivnom interesu potrošača
14.	Inicijativa za usuglašavanje propisa iz javnih i bankarskih usluga sa ZZP BiH	Zaštita kolektivnih interesa potrošača	Ombudsman, Pomoćnici	Kontinuirano	Nadležnim regulatorima
15.	Jačanje suradnje sa potrošačkim udrugama i drugim srodnim udrugama	Pružanje stručne potpore udruženjima u njihovim aktivnostima	Ombudsman Pomoćnici	Kontinuirano	Svi oblici komunikacije i zajedničko ostvarenje projekata

## 2. POSTOJEĆE STANJE U PODRUČJU ZAŠTITE POTROŠAČA U BiH

### 2.1. Zakonodavni okvir u BiH

Donošenjem Zakona o zaštiti potrošača 25. lipnja 2002. godine<sup>3</sup> u pravni sustav uveden je niz novih pravila i instituta. Približavanje procesima europskih integracija zahtijevalo je da se u ovoj materiji učini kvalitativni skok, tj. da se u pravni sustav unesu pravila najznačajnijih smjernica europskog prava iz oblasti zaštite potrošača. Taj prvi zakonski tekst je kako u pravnoj literaturi tako i u praksi doživio brojne kritičke opservacije<sup>4</sup>. Prvenstveno zbog svoje nedorečenosti i nejasnoća bio je vrlo teško primjenjiv u praksi te je stoga relativno brzo uslijedila inicijativa za njegovu izmjenu.

Stoga, 21. veljače 2006. godine Parlamentarna skupština BiH usvaja novi Zakon o zaštiti potrošača u BiH<sup>5</sup> (dalje u tekstu: ZZP) koji je stupio na snagu 12. travnja 2006. godine. Novi ZZP je otklonio neke nedostatke staroga, mada je njegova struktura uglavnom ostala ista. Naime, zakonodavac u uređenju materije zaštite potrošača prenosi, najčešće doslovno, rješenja sadržana u komunitarnim potrošačkim smjernicama.

ZZP je dakle opći propis o zaštiti potrošača koji po materiji koju obuhvaća predstavlja tek dio rješavanja problema zaštite potrošača u svim segmentima njegovog položaja na tržištu. Njegova primjena, odnosno djelotvorno funkcioniranje ovisi o donošenju velikog broja provedenih propisa budući da neka pitanja relevantna za interese potrošača ZZP uopće ne dodiruje. Na odnose i slučajeve iz oblasti zaštite potrošača koji nisu regulirani ZZP-om, primjenjuju se odredbe Zakona o hrani ( „Službeni glasnik BiH“ broj: 50/04), zatim odredbe Zakona o općoj sigurnosti proizvoda ( „Službeni glasnik BiH“ broj: 102/09), kao i odgovarajuće odredbe zakona kojima se uređuju obvezni odnosi u Bosni i Hercegovini. Također, primjena ZZP-a ne smije umanjiti prava koja potrošaču već pripadaju po drugim zakonima i općim propisima o ugovornim odnosima - opća pravila obveznog prava u pravilu i dalje ostaju na raspolaganju potrošaču kao pravno sredstvo obrane njegovih interesa. Isto vrijedi i za propise mnogih posebnih zakona u mjeri u kojoj respektiraju posebne interese ove grupe (npr. posebna pravila u oblasti osiguranja, bankarskih usluga, odvjetničkih usluga, pravila koja uređuju materiju turističkih usluga, čitav niz posebnih propisa o sigurnosti, kvaliteti i zdravstvenim standardima proizvoda i usluga, itd.).

S nomotehničkog aspekta očito je da se zakonodavac odlučio za jedan od mogućih pristupa uređenju pravne zaštite potrošača, tj. za donošenje posebnog zakona koji će na jednom mjestu donijeti (gotovo) sva pravila koja su od značaja za položaj potrošača na tržištu.

ZZP sadrži 131. članak i podijeljen na 21. Glavu.

---

<sup>3</sup> Sl. gl. BiH, 17/2002.

<sup>4</sup> Vidi: *Petrić, 2004.*

<sup>5</sup> Sl. gl. BiH, 25/2006.



## 2.2. Institucionalni okvir u BiH

Prema *Zakonu o zaštiti potrošača* čl. 98., pored Institucije ombudsmana, kao subjekti odgovorni za zaštitu potrošača u BiH navode se:

1. Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH,
2. Vijeće za zaštitu potrošača BiH,
3. Konkurencijsko vijeće BiH,
4. Ured za konkurenciju i zaštitu potrošača u FBiH i RS,
5. Udruge potrošača,
6. Obrazovne institucije, mediji, te inspekcijaska i druga tijela sukladno zakonu.

Institucija ombudsmana u okviru obveza i ovlaštenja koja su joj dodijeljena Zakonom, te u suradnji s prethodno navedenim subjektima odgovornim za zaštitu potrošača, radi **na stvaranju okruženja** u kojemu se paralelno s procesom liberalizacije i otvaranja tržišta odvija i **proces uspostave djelotvornih mjera zaštite potrošača**. Stvaranje okruženja u kojem se na kvalitetan i učinkovit način može odvijati proces uspostave djelotvornih mjera zaštite potrošača je složen i dugotrajan proces koji zahtjeva aktivno sudjelovanje svih prethodno navedenih nositelja zaštite potrošača. BiH se nalazi na početku toga procesa. U Bosni i Hercegovini postoje zakonske i institucionalne pretpostavke za uspostavu djelotvornih mjera zaštite potrošača, ali, treba spomenuti kako je svaki zakon, pa tako i Zakon o zaštiti potrošača onoliko dobar koliko se provodi u praksi. A da bi on u praksi zaživio i provodio se potrebno je aktivno sudjelovanje svih subjekata zaštite potrošača.

### 3. ZAKONODAVNI OKVIR EU I ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA GLEDE ZAHTJEVA EU U OBLASTI ZAŠTITE POTROŠAČA

#### 3.1. Zakonodavni okvir EU u oblasti zaštite potrošača

Ističemo da je Zakon o zaštiti potrošača u BiH potpuno usklađen sa primarnim izvorom prava EU Ugovorom o Europskoj zajednici, a djelomično sa sljedećim potrošačkim smjernicama:

1. Smjernica 98/6 od 16.2.1998. o označavanju cijena (*Directive of 16 february 1998 on the indication of prices*<sup>6</sup>),
2. Smjernica 84/450/EEC od 10.9.1984. o reklamiranju koje dovodi u zabludu, a koja je dopunjena Smjernicom 97/55/EC od 6.10.1997. o uporednom reklamiranju (*Directives of 10 Septembar 1984 on misleading advertising, as amended by the Directive of 6. October 1997 on comparative advertising*<sup>7</sup>),
3. Smjernica 85/577/EC od 20.12.1985. o ugovorima zaključenim izvan poslovnih prostorija (*Directive of 20 December 1985 on sales concluded away from business premises*<sup>8</sup>),
4. Smjernica 90/314/EEC od 13. juna 1990. o turističkim paket aranžmanima (*Directive of 13 June 1990 on package travel*<sup>9</sup>),
5. Smjernica 93/13/EEC od 5.4.1993. o nepravičnim odredbama u potrošačkim ugovorima (*Directive of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts*<sup>10</sup>),
6. Smjernica 94/47/ EC od 26.10.1994. o ugovorima o zakupu turističkih kapaciteta (*Directive of 26 October 1994 on timeshare agreements*<sup>11</sup>),
7. Smjernica 97/7/ EC od 20.5.1997. o ugovorima na daljinu (*Directive of 20 May 1997 on distance contracts*<sup>12</sup>),
8. Smjernica 98/27/EC od 19.5.1998 o sudskim nalogima (*Directive of 19 May 1998 on action for an injunction*<sup>13</sup>),
9. Smjernica 2002/65/EC od 23.9.2002. o prodaji na daljinu finansijskih usluga za potrošače (*Directive of 23 September 2002 on the distance marketing of financial services*),
10. Smjernica 87/102/EEC, 90/88/EEC i 98/7/EC o potrošačkom kreditu (*Directive of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member State concerning consumer credit*).

Već smo naglasili da je zakonodavac polazio od rješenja nekoliko najznačajnijih smjernica EU o zaštiti potrošača s ciljem usklađivanja standarda zaštite bh potrošača s razinom zaštite

---

<sup>6</sup> OJ L 80, 18.3.1998, str. 27–31.

<sup>7</sup> OJ L 290, 23.10.1997., str. 18–23.

<sup>8</sup> OJ L 372, 31/12/1985., str. 31 – 33.

<sup>9</sup> OJ L 158, 13/6/1990.

<sup>10</sup> OJ L 95, 21.4.1993., str. 29.–34.

<sup>11</sup> OJ L 280, 29.10.1994., str. 83.–87.

<sup>12</sup> OJ L 144, 4.6.1997., str. 19.–27.

<sup>13</sup> OJ L 166, 11.6.1998., str. 51.–55.

u zemljama članicama EU. No, pri tom se često nije vodilo dovoljno računa o nekoliko bitnih čimbenika. U prvom redu, svaka od smjernica je samostalan pravni akt i njihovo „spajanje“ u jedinstven zakon često nije ni jednostavno ni najsretnije rješenje, pogotovo ako se ne vodi dovoljno računa o posebnim ciljevima i poljima primjene svake od smjernice EU. Osim toga, smjernice čija su rješenja prihvaćena u ZKP nastajale su u relativno dugotrajnom razdoblju u kojem se pravo potrošača u EU razvijalo i mijenjalo, naročito pod utjecajem prakse, tj. tumačenja Europskog suda. Nadalje, od 2006. godine kad je ZKP donesen komunitarno potrošačko pravo je evoluiralo i „kodificiralo“ četiri smjernice koje čine srž potrošačkog ugovornog prava<sup>14</sup> u jednu *Smjernicu o potrošačkim pravima* (Prijedlog u listopadu 2008.), te prešlo s tehnike minimalne ka tehnici maksimalne harmonizacije. Posebno je opasna metoda harmonizacije (kod nas primijenjena) koja se sastoji u prihvaćanju samo nekih odredbi iz smjernica, a ne i njenog integralnog teksta. Nadalje, za razumijevanje pravog cilja pojedinih rješenja kod većine smjernica od izuzetnog je značaja i njihov nenormativni dio, tj. preambula smjernice. U velikom broju slučajeva pojedini dijelovi preambule (tzv. recitali) zapravo dopunjuju neke odredbe iz normativnog dijela smjernice, pobliže definirajući njihova značenja ili značenje pojmova upotrebljenih u normativnom dijelu. Osim toga, rješenja iz smjernica u pravilu su nastajala kao rezultat nastojanja da se pomire ponekad značajne različitosti između pravnih sustava država članica EU (*kontinentalni, common law i nordijski pravni krug*).

Nadalje, kako su mnoga pitanja kojima se ovaj zakon bavi predmet regulacije drugih normativnih akata (zakona), doslovno transponiranje rješenja europskih smjernica otvara problem odnosa postojećeg zakonodavstva s odredbama ZKP-a. Naravno, moguće je isticati argument da je ZKP *lex specialis* koji se bavi samo položajem potrošača kao posebne skupine, te da se njegove odredbe primjenjuju isključivo na ovu grupu i u tom segmentu imaju prednost pred općim odredbama takvih propisa. No pitanje je koliko pozivanje na temeljna pravila koja uređuju odnos općih i posebnih normi u pravnom sustavu mogu odgovoriti na sve izazove u primjeni ZKP-a. To pitanje posebno dobiva na značaju ako imamo na umu da je Bosna i Hercegovina država složenog tipa koja barata sa šumom pravnih propisa koji se stihijski (ne)donose i (ne)primjenjuju.

Nadalje, mnoge od smjernica čije su odredbe preuzete ZKP-om se razlikuju međusobno po opsegu primjene, ciljevima; subjekti na koje se primjenjuju su različito definirani, pojedini pravni instituti ili pojmovi koji se koriste su definirani veoma općenito kako bi se u prenošenju u nacionalno zakonodavstvo mogli prilagoditi pravnim i gospodarsko-društvenim specifičnostima. Nadalje, iako smjernice kao harmonizirajući instrument ne obvezuju sadržajem već ciljem, sam implemetirajući zakonski tekst ne gubi u potpunosti vezu s dotičnim komunitarnim izvorom. Naime, Sud EU kao jedini ovlašten tumač komunitarnog prava, kroz svoje presude postavlja načela ispravnog tumačenja relevantnih smjernica. Ovo načelo primijenjeno u praksi znači obvezu za nacionalne sudove da u slučaju pogrešne implementacije neke odredbe smjernice u nacionalno pravo tumače nacionalnu odredbu u skladu sa odgovarajućom odredbom smjernice, naravno ostajući u okviru onih rezultata

<sup>14</sup> Prijedlog «spaja» četiri Smjernice koje čine srž potrošačkog ugovornog prava (Smjernica o ugovorima zaključenim izvan poslovnih prostorija trgovca, Smjernica o nepoštenim odredbama potrošačkih ugovora, Smjernica o ugovorima sklopljenim na daljinu i Smjernica o nekim aspektima prodaje potrošačkih roba i o garancijama) u jedan horizontalni instrument. U isto vrijeme Prijedlog Smjernice o potrošačkim pravima pravila ovih direktiva revidira, otklanjajući nedostatke, preklapanja i nekonzistentnosti između pojedinih direktiva, popunjavajući praznine i prilagođavajući ih promjenama u tržišnim odnosima, naročito tehnološkim. Prijedlog Smjernice o potrošačkim pravima prihvaća tehniku pune (maksimalne) harmonizacije.

tumačenja koje je moguće postići nacionalnim pravnim metodama tumačenja. Time odredba smjernice postaje primarno referentnim pravnim izvorom. Obveza ispravnog tumačenja odredbi smjernica kao i uzimanja u obzir prakse Suda EU može se izvesti i iz harmonizirajuće klauzule čl. 70. Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, koja utvrđuje obvezu usklađivanja zakonodavstva Bosne i Hercegovine sa *acquisom* Unije koji obuhvaća sve relevantne smjernice i ostale izvore prava implementirane u naše zakonodavstvo putem ZZP, tako i putem presuda Suda EU koje konačno tumače odredbe ovih izvora. Međutim, *ratio legis* donošenja ovog zakona ne smije biti samo nastojanje da se na zakonodavnoj razini usvoji *acquis communautaire* u oblasti zaštite potrošača, nego, kako to izričito zahtijevaju Kopenhagenski kriteriji iz 1993. i osiguranje da se ta pravila mogu uspješno primjenjivati u praksi. Ako se tako ne postupa, čitav ovaj projekt ostaje samo formalna zaštita, mrtvo slovo na papiru, bez stvarnog praktičnog učinka.

### 3.2. Usklađenost oblasti zaštite potrošača sa aquis-om

Nadalje, prema trenutačnom stanju stvari, ova materija će se novim Zakonom o obveznim odnosima FBiH/RS, tj ZOO BiH opsežnije i preciznije regulirati. Poznato je naime, da od Briselske deklaracije Vijeća za provedbu mira u BiH, od 23. i 24. svibnja 2000. godine (Anex: Potrebne mjere), kao nužna mjera i jedan od uvjeta Europskog partnerstva jest da mjerodavna tijela vlasti u BiH usvoje novi Zakon o obveznim odnosima<sup>15</sup>, zbog čega se i pristupilo izradi teksta ZOO-a BiH (dalje u tekstu Nacrt ZOO BiH). Naravno, ovaj Nacrt nije konačan tekst zakona, ali će nam zbog svoje aktualnosti poslužiti kao referentan predložak. Također, nesumnjivo je da dotičan Nacrt treba proći detaljnu pravnu i jezičnu redakciju s ciljem približavanja rješenjima i normativnoj tehnici utvrđenoj Jedinostvenim pravilima za izradu pravnih propisa u institucijama Bosne i Hercegovine, vodeći računa o usklađenosti izraza različitih propisa, koji obrađuju istu ili sličnu materiju (kao npr. Zakon o općoj sigurnosti proizvoda, Zakon o nadzoru nad tržištem po pitanju odgovornosti za sigurnost proizvoda, Zakon o obveznim odnosima, Zakon o zaštiti potrošača itd...).

Ovim Nacrtom u domaći pravni poredak unose se određene, u nekim aspektima i značajne, izmjene pravila koja uređuju odgovornost za materijalne nedostatke stvari. Odgovornost za materijalne (i pravne) nedostatke stvari (čl. 587-610 Nacrta ZOO-a BiH) dio je šireg instituta odgovornosti za materijalne nedostatke ispunjenja kod dvostranoobvezujućih ugovora (čl. 121 ZOO-čl. 156 Nacrt ZOO BiH). To je odgovornost dužnika u slučajevima kad je njegova činidba (davanja, činjenja, trpljenja ili propuštanja) opterećena takvim nedostacima da druga strana ne može, u potpunosti ili djelomično, ostvariti svrhu radi koje je ugovor zaključen. Nadalje, vrijednost svake od uzajamnih činidaba određena je u skladu s načelom jednake vrijednosti uzajamnih činidaba na kojemu i počivaju dvostranoobvezujućii naplatni ugovori. U tom smislu, odgovornost za materijalne nedostatke ispunjenja pokazuje se kao jedna od zakonom određenih konkretizacija načela jednake

---

<sup>15</sup> Nacrt Zakona o obveznim odnosima podijeljen je na Opći i Posebni dio i sadrži ukupno 1374. članka. Navedeni nacrt sadrži 265 članaka više od ZOO-a koji je na snazi. Vidi A. Bikić, *Nacrt zakona o obligacionim odnosima (Stanje s danom 16.06.2003.)* Prilozi za okrugli stol o Nacrtu Zakona o obveznim odnosima u organizaciji Ministarstva pravde BiH, Mostar, 8. studenog 2005. tekst Nacrta vidi na: <http://ruessmann.jura.uni-sb.de/BiH-Project/Data/Obligacije%2016.06.03.pdf>

vrijednosti činidaba, te stoga razrada ovog načela s razlogom spada u okvire općeg zakona o obveznim odnosima. Ovaj institut je dakle detaljno razrađen u Nacrtu ZOO BiH u skladu s spominjanom relevantnom Smjernicom 1999/44. Nadalje, Nacrt ZOO BiH definira i pojam potrošača (*Potrošač je svako fizičko lice koje zaključuje neki pravni posao u svrhu koja ne spada u njegovu privrednu ili samostalnu profesionalnu djelatnost*) i izričito mu propisuje određena prava (pravo opoziva i povrata kod potrošačkih ugovora). Ovako postavljena definicija potrošača opravdano proširuje personalno polje primjene ovih odredbi i na kupce koji proizvod stječu da bi ga poklonili ili razmijenili. ZKP i Nacrt ZOO BiH barataju s istim rokovima i tu vidimo napredak u odnosu na stari ZKP (2002.) gdje se sniženim rokovima znatno i neopravdano snizio standard zaštite potrošača u slučajevima materijalnog nedostatka na stvari.

Razloge promjene instituta odgovornosti za materijalne nedostatke (a u tom smislu i cijelog ZOO-a) prije svega treba tražiti u naporima Radnih grupa za izradu novog ZOO da udovolje obvezi usklađivanja domaćeg zakonodavstva s pravnom stečevinom Europske Unije i to naročito u oblasti zaštite potrošača. Ako se ima na umu da danas u BiH postoje značajne razlike između entitetskih ZOO-a, npr. ZOO FBiH se razlikuje u odnosu na ZOO RS u više od dvadeset članaka<sup>16</sup>, jasno je kako ovakve normativne prepreke mogu utjecati na stvaranje i funkcioniranje jedinstvenog ekonomskog prostora kao jednog od preduvjeta iz Europskog partnerstva. Naime, jedna od najvažnijih komunitarnih potrošačkih smjernica jest Smjernica 1999/44/EC Europskog Parlamenta i Vijeća od 24. svibnja 1999., o nekim aspektima prodaje potrošačkih roba i s njima povezanim garancijama (dalje Smjernica 1999/44)<sup>17</sup>, a bavi se problematikom vezanom za odgovornost prodavatelja za materijalne (fizičke, faktične) nedostatke prodane stvari. U Programu prioriteta usklađivanja u zakonodavnim aktivnostima za provedbu Europskog partnerstva i privremenog sporazuma<sup>18</sup> (od 31. prosinca, 2009.) kao prioriteti se navode:

1. *Razviti adekvatne administrativne strukture i kapacitete na području zaštite potrošača i zdravlja (kroz usklađivanje BiH zakonodavstva koje se odnosi na zaštitu potrošača sa pravnom stečevinom EU)*
2. *Usvojiti državno zakonodavstvo o obligacijama (kao otvoreno pitanje iz Europskog partnerstva).*

Korpus komunitarnih pravila (pretežno smjernica) s kojim bi ove dvije oblasti trebale biti harmonizirane jest identičan. Dakle, efektivna zaštita prava potrošača se ostvaruje kroz modernizaciju i harmoniziranje općih pravila obvezatnog prava kao i stvaranja nove pravne oblasti- potrošačkog prava (kroz jedan opći i ostale sektorske normativne akte). Dakle, dio obveze usklađivanja domaćeg zakonodavstva sa komunitarnim zakonodavstvom se vrši

---

<sup>16</sup> Npr. opći rok zastare koji je prema članku 371. ZOO FBiH 5 godina, a prema istom članku ZOO RS, 10 godina.

<sup>17</sup> *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*; Official Journal L 171, 07/07/1999 P. 0012 – 0016.

<sup>18</sup> Član 70. SSP-a: 1. Strane priznaju važnost usklađivanja postojećeg zakonodavstva Bosne i Hercegovine sa zakonodavstvom Zajednice, kao i njegovog efikasnog provođenja. Bosna i Hercegovina nastojati će osigurati postepeno usklađivanje svojih postojećih zakona i budućeg zakonodavstva s pravnom stečevinom (acquis-em) Zajednice. Bosna i Hercegovina osigurat će propisnu primjenu i provođenje postojećeg i budućeg zakonodavstva (obveza usklađivanja zakonodavstva stupila je na snagu 16. lipnja 2008. godine, tj. datumom potpisivanja Sporazuma).

donošenjem, tj. izmjenama drugih, relevantnih za ovu materiju, zakona i podzakonskih akata.

Onaj dio potrošačkog *aqiusa* koji se treba transponirati kroz izmjene postojećeg zakonodavstva se može sublimirati u nekoliko najvažnijih smjernica, od kojih navodimo par bitnih za ovo poglavlje:

1. Smjernica Vijeća 85/374/EEZ od 25. srpnja 1985. o usklađivanju zakona, podzakonskih akata i upravnih propisa država članica u vezi sa odgovornošću za neispravne proizvode (Sl. gl. L 210, 7.8.1985.)
2. Smjernica 1999/44/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 25. svibnja 1999. o određenim aspektima prodaje robe široke potrošnje i pratećim garancijama (Sl. gl. L 171, 7.7.1999.)
3. Smjernica 98/6/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 16. veljače 1998. o zaštiti potrošača prilikom isticanja cijena ponuđenih proizvoda (Sl. gl. L 80, 18.3.1998.)
4. (već spominjana) Smjernica 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. u vezi nepravičnog postupanja privrednika na unutrašnjem tržištu prema potrošačima, kojom se mijenja i dopunjava Smjernica Vijeća 84/450/EEZ, Smjernica 97/7/EZ, Smjernica 98/27/EZ i Smjernica 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, kao i Uredba (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća („Smjernica o nepoštenim poslovnim praksama“) (*tekst od značaja za EEP*) (Sl. gl. L 149, 11.6.2005.)

Prilikom donošenja ZZP-a opredijelilo se za opciju ne unošenja rješenja ovih tipično potrošačkih smjernica u tekst zakona nego ostavljanje njihove implementacije u već pripremani Nacrt ZOO BiH u kojem bi ova materija bila sveobuhvatno tretirana. Naime, opredjeljenje zakonodavca za ovakav implementirajući modus se može opravdati samim ciljevima Smjernice 1999/44, tj. samom intencijom i očekivanjima europskog zakonodavca vezano za njezinu implementaciju u pravne poretke država članica. Naime, iako se radi o smjernici koja je po svom nazivu i terminologiji tipično „potrošačka“, njeno je potencijalno značenje mnogo šire od njenog pravno-tehnički strogo shvaćenog i obvezujućeg područja djelovanja. Često se ističe u pravnoj teoriji ideja da Smjernica 1999/44 predstavlja jedan od najznačajnijih koraka ka putu modernizacije i unifikacije ugovornog prava uopće, a napose prava kupoprodaje u Europi. Jedan od razloga je i što nudi suvremen i vrlo kvalitetan model pravila o odgovornosti za nedostatke stvari koji se ne mora nužno ograničavati na potrošačke ugovore već se može prihvatiti kao rješenje na kojemu se zasnivaju opća pravila odgovornosti za sve ugovore. To posebno stoga što se pravila o odgovornosti prodavatelja za nedostatke prodane stvari analogno primjenjuje i na ostale naplatne ugovore.

### **3.2.1.1. Deklariranje proizvoda**

Zbog važnosti deklariranja hrane, tj. mišljenja da deklariranje prehrambenih proizvoda ima posebnu težinu, smatramo da isto treba biti obuhvaćeno (kao što i jest) i strogo regulirano Zakonom o hrani, Zakonom o općoj sigurnosti proizvoda te Zakonom o nadzoru nad tržištem po pitanju odgovornosti za sigurnost proizvoda. Deklaracija ili popratna obavijest o proizvodu treba sadržavati sve one predugovorne informacije, tj. okolnosti s obzirom na koje se stječe proizvod (uvažavajući ograničenja komunikacijskog medija), a osobito:

- osnovna obilježja proizvoda;
- sjedište i identitet trgovca
- za uvozne proizvode ime i sjedište uvoznika, te zemlju porijekla
- maloprodajnu cijenu proizvoda
- uvjete plaćanja, dostave, te ostale elemente ispunjenja ugovora i sustava rješavanja pritužbi
- postojanje prava na raskid ili otkaz ugovora, ako je riječ o proizvodima ili pravnim poslovima glede kojih su predviđena ova prava.

Dakle odredbe ZPP-a je potrebno u svemu uskladiti s odredbama Smjernice 2001/95/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 3. prosinca 2001. o općoj sigurnosti proizvoda (*tekst od značaja za EEP*) (Sl.gl. L 11, 15.1.2002).

### 3.2.1.2. Garancija za proizvod ili uslugu

Zakonodavac na početku Poglavlja VI. ispravno konstatira odgovornost trgovca za nedostatke na stvari u trenutku prijenosa rizika na kupca te ispravno upućuje na primjenu pravila obveznog prava u Bosni i Hercegovini. Kao što smo već rekli, iako nije pozitivni pravni propis, Nacrt ZOO jest relevantan zbog svoje aktualnosti u odnosu na komunitarno obvezno pravo te postojanja europskih aspiracija Bosne i Hercegovine. Stoga bi i odredbe ove oblasti trebale samo upućivati na primjenu potpunijih i aktualnijih pravila Nacrta ZOO-a (čl.611-618). *Smjernica 1999/44 o određenim aspektima prodaje robe široke potrošnje i pratećim garancijama* je dakle, implementirana kroz ovaj novi tekst (koji je još u pripremi) te pruža efikasan i zaokružen sustav pravila kad se radi o institutu garancije za proizvod i uslugu (prošireno personalno polje primjene i detaljnija pravna formulacija instituta i rokova).

### 3.2.1.3. Oglašavanje proizvoda i usluga

Poglavlje VII. donosi odredbe koje se odnose na oglašavanje proizvoda i usluga i predstavlja djelomičnu implementaciju odredbi Smjernice 84/450/EEC od 10.9.1984. o reklamiranju koje dovodi u zabludu, a koja je dopunjena Smjernicom 97/55/EC od 6.10.1997. o uporednom reklamiranju. Naime, zaštita potrošača današnjice je izuzetno dinamično područje, te uslijed sve jače konkurencije na tržištu razmjeri neprofesionalnog i prijevarnog ponašanja trgovaca ( tj. profesionalnih subjekata općenito) poprimaju obilježja nepoštenih poslovnih prakse. U tom smislu, nameće nam se ideja o potrebi unošenja u domaći pravni sustav pravila sadržana u odredbama već spominjane *Smjernice o nepoštenoj poslovnoj praksi 2005/29/EC*. Transpozicijom predmetnih odredbi u *de lege lata* regulativu mogla bi se sankcionirati pojedina ponašanja trgovaca kao i prevenirati eventualna kršenja prava potrošača u budućnosti. Smjernica 2005/29/EC pod pojmom nepoštenih poslovnih prakse podrazumijeva *zavaravajuću i agresivnu poslovnu praksu*, a pojam поближе definira kao *praksu suprotnu zahtjevima profesionalne pažnje koja istovremeno bitno utječe*

*ili je vjerojatno da će bitno utjecati na ekonomsko ponašanje prosječnog potrošača kojemu je takva praksa namijenjena ili do kojega dopire.* Mišljenja smo dakle, da bi se ovo poglavlje trebalo dopuniti/preoblikovati na način da ostvaruje i ciljeve postavljene spomenutom Smjernicom 2005/29/EC tj. da u potpunosti zaštiti potrošače Bosne i Hercegovine od nedopuštenih poslovnih utjecaja od strane profesionalaca na tržištu.

### 3.2.1.4. Ugovori zaključeni van poslovnih prostorija trgovca

Poglavlje IX. predstavlja konkretizaciju tj. transpoziciju pravila sadržanih u već spominjanoj Smjernici 85/577/EC od 20.12.1985. o ugovorima zaključenim izvan poslovnih prostorija<sup>19</sup>. Odnosna pravila oblikuju iznimno bitan potrošački institut i instrument kojim se potrošači štite prilikom sklapanja ugovora van poslovnih prostorija trgovca i to:

- 1) u tijeku poslovnog puta trgovca van njegovih poslovnih prostorija;
- 2) u tijeku posjete trgovca kući potrošača ili njegovom radnom mjestu, ali ne na zahtjev potrošača;
- 3) kao rezultat neočekivanog pristupa trgovca potrošaču u sredstvima javnog prijevoza ili na bilo kom drugom javnom mjestu.

Kao najznačajnije i najčešće moduse sklapanja ugovora na ovaj način možemo navesti razne prezentacije te sklapanje ugovora na promotivnim štandovima na javnim mjestima (na ulici i u trgovačkim centrima). Značajno ovlaštenje koje se u ovim slučajevima stavljaju potrošaču na raspolaganje (**pravo na raskid ugovora** ili popularnije **pravo na predomišljanje**) odraz su potrebe dodatne zaštite potrošača u eri potrošačkog društva i agresivnog marketinga. Naime, najčešće se radi o situacijama u kojima je potrošač „zaskočen“ od strane trgovca te stručnim i sofisticiranim metodama nagovaranja prinuđen na sklapanje ugovora koji zapravo nije u njegovom najboljem interesu te ne odgovara njegovim stvarnim potrebama.

Stoga, kada protekom vremena i van utjecaja (trgovca) razmisli o svemu i shvati da takav ugovor njemu ne odgovara, te da ga u konačnici nije ni htio sklopiti, ima pravo, bez dodatnih objašnjenja, u roku od 15 dana od dana sklapanja ugovora poslati pisanu Obavijest trgovcu da ne prihvaća posljedice zaključenog ugovora (Obavijest o raskidu ugovora čl. 41 st.1 ZZP). Potrošač nije obvezan navesti bilo koji razlog za raskid ugovora niti platiti bilo kakve troškove ili naknadu u vezi s tim. Potrošač je jedino obvezan platiti troškove vraćanja proizvoda. (čl. 41 st.2).

Dostavljanje gore navedene Obavijesti o raskidu ima za posljedicu oslobađanje potrošača od bilo koje obveze iz zaključenog ugovora, osim obveze vraćanja proizvoda koji mu je isporučen.

---

<sup>19</sup> OJ L 372, 31/12/1985., str. 31 – 33.



Kada potrošač iskoristi to svoje pravo, trgovac je dužan izvršiti vraćanje novca uplaćenog za proizvod bez odgađanja u roku od 15 dana od dana kad je primio Obavijest o raskidu (čl. 41 st. 5). Ova odredba ZZP-a ukazuje na važnost uredne dostave Obavijesti o raskidu trgovcu kao i na važnost obveze trgovca iz čl. 40 st.1 koja mu nalaže da o ovom značajnom pravnom instrumentu (pravu na raskid ugovora) pisano informira potrošača.

Kako su *pravo na obrazovanje o pitanjima potrošača, pravo na informiranost te pravo da bude saslušan i zastupan* osnovna prava potrošača, Institucija ombudsmana za zaštitu potrošača putem svoje WEB stranice i direktorija *Informiranje*<sup>20</sup> informira i educira potrošače osnažujući i potičući ih da ostvaruju svoja zakonom zajamčena prava. Dodatnim apostrofiranjem ovog klasičnog potrošačkog instrumenta *-potrošačkog ovlaštenja na predomišljanje-* poboljšava se njegova vidljivost u javnosti te se istovremeno i potiče na njegovu uporabu. Na istoj WEB stranici može se i dobiti primjer *Obavijesti o raskidu ugovora zaključenog van poslovnih prostorija trgovca* kojim se i izravno omogućuje potrošaču da ostvari svoja prava anticipirajući eventualne postupke (i povezano s tim troškove) pred nadležnim državnim tijelima

### 3.2.1.5. Prodaja na temelju ugovora na daljinu

Poglavlje X. donosi značajne odredbe Smjernice 97/7/ EC od 20.5.1997. o ugovorima na daljinu<sup>21</sup>, a među njima prijespomenuti institut tj. pravo na odustajanje (slično kao u prethodnom poglavlju) od ugovora sklopljenog na daljinu u roku od 15 dana, bez troškova i bez obrazloženja potrošača. Racionalizacija ovog instituta, detaljno obrađena u prethodnom pasusu, vrijedi i ovdje. Nažalost, neopravdano se sužava primjena ovog poglavlja na ugovore o prodaji, mada se u najvećem broju slučajeva zaista i radi o prodaji. Odredbe bi mogle vrijediti za sve ugovore sklopljene uz pomoć nekog komunikacijskog sredstva na daljinu. Kao sredstva za daljinsku komunikaciju u smislu ZZP navode se sva sredstva koja bez stvarnog fizičkog prisustva trgovca i potrošača mogu biti korištena za zaključivanje ugovora između dvije strane (štampani materijal, pisma, štampana reklamna poruka s narudžbenicom itd.)<sup>22</sup>

Dalje se u zakonu propisuju nužne predugovorne informacije koje moraju biti pružene potrošaču (čl.44. i 45.), propisuje se pravo na odustajanje od ugovora kao i iznimke od ovog pravila (čl. 48.), uvjeti ispunjenja činidbe (isporuke robe) i rokovi u kojima se ona mora izvršiti (čl.49). Članak 50. pak izričito zabranjuje isporuku proizvoda ili usluga potrošaču koje on nije naručio, ako bi takva isporuka zahtijevala plaćanje. Štoviše, potrošač ima pravo primiti proizvod ili uslugu te ih zadržati bez obveze plaćanja ili obavješćivanja trgovca o tome. Njegova šutnja se ne može smatrati pristankom na ugovor.

Posebno aktualno potrošačko ovlaštenje sadrži članak 51. koji propisuje trgovcu zabranu korištenja pojedinačnih sredstava za daljinsku komunikaciju (telefon, telefax,

---

<sup>20</sup> [http://www.ozp.gov.ba/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57:prava-potroaa-kod-ugovora-zakljuenih-van-poslovnih-prostorija-trgovca&catid=25:informiranje-potroaa&Itemid=23](http://www.ozp.gov.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=57:prava-potroaa-kod-ugovora-zakljuenih-van-poslovnih-prostorija-trgovca&catid=25:informiranje-potroaa&Itemid=23)

<sup>21</sup> OJ L 144, 4.6.1997., str. 19.–27.

<sup>22</sup> čl.42 st.2 ZZP-a

elektronska pošta...) prema potrošaču, a bez prethodnog pristanka potrošača. Imajući u vidu da živimo u eri *spamova* i neželjenih telefonskih poziva koji nas uznemiravaju u nevrijeme nudeći nam svakakve basnoslovne ponude, moramo konstatirati da je ova odredba nažalost mrtvo slovo na papiru, bez nekih velikih izgleda da će njeni kršitelji biti sankcionirani u budućnosti.

### 3.2.1.6. Elektronička trgovina

Fokusiranje pažnje na problem elektroničke trgovine u komunitarnim okvirima u oblasti usluga informatičkog društva, dobiva po prvi puta institucionalni okvir 1997. godine u aktu Komisije pod nazivom "Europska inicijativa u elektroničkoj trgovini"<sup>23</sup>. U ovom aktu postavljaju se temeljni ciljevi<sup>24</sup> koje Zajednica mora ostvariti na polju elektroničke trgovine, te se posebno naglašava potreba za uspostavljanjem jedinstvenog legislativnog okvira koji će omogućiti funkcioniranje elektroničke trgovine bez barijera nacionalnih prava uz upozorenje na prednosti koje rast i razvoj elektroničke trgovine donosi gospodarstvu. U stvaranju jedinstvenog pravnog okvira za elektroničku trgovinu legislativa se mora rukovoditi načelom supsidijarnosti; mora osigurati poštovanje temeljnih sloboda na kojima počiva europsko jedinstveno tržište; mora obuhvatiti sve aspekte složenog procesa elektroničke trgovine (od promotivnih aktivnosti do *on-line* plaćanja); mora efikasno štiti neke opće interese, a naročito interese potrošača, pravo na zaštitu privatnosti i sl. Iako oba generalna akcijska plana donesena naknadno odgovarajuću pažnju posvećuju posebno elektroničkoj trgovini, kao veoma važnoj oblasti informatičkih usluga, najvažniji programski akt zajednice u ovom segmentu je upravo Inicijativa iz 1997. godine.

Broj normativnih akata koji su u cijelosti ili dijelom posvećeni problemima vezanim za elektroničku trgovinu izuzetno je velik, budući da razvoj elektroničke trgovine dovodi posredno i do potrebe da se revidira čitav niz pravnih pravila iz drugih pravnih područja<sup>25</sup>. Svakako su najznačajniji normativni akti Zajednice u materiji elektroničke trgovine Smjernica 99/93 o elektroničkim potpisima, Smjernica 97/7 koja je posvećena problemu tzv. distancijske prodaje te centralni normativni akt Smjernica 2000/31 o elektroničkoj trgovini o kojoj BiH još nije pvela zakonodavnu pažnju.

### 3.2.1.7. Potrošački kredit

Pravni sustav je i do donošenja ZZP-a sadržavao pravila kojima se mogla pružiti u mnogim elementima efikasna zaštita interesima korisnika kredita. To se odnosi prije svega

---

<sup>23</sup> A European Initiative in Electronic Commerce, Communication to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and Committee of Regions 15/04/97, COM(97)157.

<sup>24</sup> Potrebno je ukloniti sve prepreke u komunikacijama između korisnika i poslovnih subjekata; radi šireg uključivanja potrošača u elektroničku trgovinu pojednostavniti pristup i korištenje takvih transakcija u svim fazama, od promotivnih poruka do elektroničkog plaćanja usluge; stvoriti jedinstven pravni okvir za elektroničko poslovanje radi kreiranja povjerenja svih učesnika u elektroničke transakcije, te osiguranja nesmetanog pristupa jedinstvenom tržištu.

<sup>25</sup> Kao što su npr. autorsko pravo, pravo zaštite tajnosti podataka, pravila o tehničkim standardima telekomunikacijskih i informatičkih uređaja, pravila vezana za oporezivanje elektroničkog poslovanja.

na odredbe ZOO-a o ugovoru o prodaji s obročnim otplatama cijene (čl. 542.-551.), odredbe o ugovoru o zajmu (čl. 557.- 566), odredbe o ugovoru o kreditu (čl. 1065.-1068.) i ugovoru o kreditu na temelju zalogu vrijednosnih papira (čl. 1069.-1071.). Kako se ugovor o potrošačkom kreditu zaključuje uvijek u formi adhezijskog ugovora, odnosno njihov isključivi sadržaj čine opći uvjeti poslovanja davatelja kredita, interesi potrošača bili su i do donošenja posebnih pravila ZPP-a zaštićeni odredbama ZOO-a o obveznoj snazi i valjanosti općih uvjeta ugovora (čl. 142.-144.). Konačno, zaštita se može ostvariti i primjenom općih pravila kojima se uređuju novčane obveze (čl. 394.-402.), te korištenjem odredbi ZOO-a o zateznoj kamati (čl. 277.-279.). Ova opća pravila obveznog prava koja se odnose na sve kreditne aranžmane dopunjena su donošenjem ZPP-a posebnim pravilima koja se odnose isključivo na potrošačke kredite<sup>26</sup>.

Kao što smo već naglasili, i prije potpisivanja SSP, BiH se opredijelila za europski put, te su redaktori ZPP-a u reguliranju ove materije nastojali u domaći pravni poredak inkorporirati pravila europskog prava, odnosno u ovom slučaju, pravila Smjernice o potrošačkim kreditima 87/102/EEC (dalje: Smjernica 87/102) te time zaštitu potrošača kao korisnika kredita uskladiti sa standardima postignutim u zemljama Europske Unije. Nova Smjernica 2008/48/EC o ugovorima o potrošačkom kreditu (*on credit agreements for consumers*)<sup>27</sup>, koju su države članice morale preuzeti u nacionalno pravo do 12.5.2010. želi ostvariti ono što njenoj prethodnici nije uspjelo, a to su ciljevi stvaranja unutrašnjeg tržišta za potrošačke kredite i postizanje visokog stupnja zaštite potrošača. Pritom se oslanja na načelo maksimalne harmonizacije koje ne dopušta državama članicama zadržavanje postojećih ili usvajanje novih odredaba koje odstupaju od onih usklađenih „novom“ Smjernicom. Ona, odnosno, neki njeni noviteti naišli su na negodovanje u pravnoj teoriji i praksi<sup>28</sup>. Nažalost, poput „stare“ i „nova“ Smjernica sadrži niz „upitnih“ rješenja koja su tek žrtva uvjeta postizanja potrebne većine glasova predstavnika država članica tijekom zakonodavnog postupka. Izrazito ograničeno polje djelovanja Smjernice i mnogobrojne mogućnosti odstupanja od njenih odredaba, bilo putem tzv. opcija bilo putem odredaba minimalne harmonizacije dovesti će prije do približavanja spomenutim ciljevima nego do njihova ostvarenja.

### 3.2.1.8. Turistički paket aranžmani i *time-share*

Poglavlja XIV. i XV. također predstavljaju opći normativni okvir u oblastima turističkih paket aranžmana i vremenskog zakupa turističkog objekta. Ona predstavljaju djelomičnu implementaciju odredbi Smjernica 90/314/EEC o turističkim paket aranžmanima i 94/47/ EC

<sup>26</sup> To naravno ne znači da su pravila ZOO-a donošenjem ovih posebnih odredbi stavljena van snage u slučaju da je riječ o potrošačkom kreditu; odnos odredbi ZOO-a i ZPP-a je odnos generalnih i specijalnih pravila, što znači da će se u onim aspektima odnosa koji nastaju iz potrošačkih kredita, a nisu regulirani posebnim pravilima ZPP-a primjenjivati opća pravila ZOO-a.

<sup>27</sup> Dalje: Smjernica 2008/48

<sup>28</sup> To se posebno odnosi na širok spektar informacija koje kreditor duguje potrošaču;

o ugovorima o zakupu turističkih kapaciteta tj. njima se konkretizira zaštita potrošača kao turista. Iz razloga što je ZZP opći potrošački zakon kao i zbog činjenice da ove oblasti nemaju velikog udjela u trgovinskoj razmjeni smatramo da detaljno trebaju biti regulirane posebnim sektorskim aktima. Sama Institucija ombudsmana za zaštitu potrošača nije dosada zaprimila pritužbe potrošača vezane za ove oblasti.

### 3.2.1.9. Nepravedne odredbe u potrošačkim ugovorima

Poglavlje XVI. donosi odredbe kojima se štiti potrošač prilikom sklapanja potrošačkih ugovora na najčešći način - adhezijom ili po pristupu. Istovremeno ove odredbe predstavljaju konkretizaciju rješenja relevantne Smjernice 93/13/EEC<sup>29</sup> u svjetlu kojih ćemo ih i analizirati.

Problematika nepravednih odredbi u potrošačkim ugovorima usko je povezana sa pitanjem valjanosti tj. obvezatnosti općih uvjeta poslovanja profesionalnog suugovaratelja. Suvremeno tržište obilježeno masovnom proizvodnjom, distribucijom i potrošnjom najrazličitijih roba i usluga svakodnevno je poprište zaključivanja potrošačkih ugovora adhezijskim putem. Suština ove tehnike se sastoji u tome da ugovor sastavi jedna strana ugovornica (najčešće profesionalac) dok drugoj strani ostaje mogućnost da ga kao takvog prihvati ili odbaci (*take it or leave it* ugovori). Najvećim dijelom sadržaj adhezijskih ugovora (ili ugovora po pristupu) čine tzv. opći uvjeti poslovanja ponuđača, tj. strane koja je sastavila ugovor. Uvriježena praksa je da profesionalni suugovaratelj dijelove relevantne za odgovarajući ugovor uključuje u tekst obrasca adhezijskog ugovora koji na tržištu ima ulogu opće ponude. Taj obrazac opće ponude (tj. predložak budućeg ugovora) ne sadrži sve odredbe općih uvjeta poslovanja, već samo one relevantne za dotični ugovor da bi se klauzulom upućivanja (tzv. inkorporacija upućivanjem) u sadržaj konkretnog ugovora uključile sve ili neke odredbe općih uvjeta poslovanja. Kao prednosti adhezijskog načina zaključivanja potrošačkih ugovora i inkorporacije upućivanjem najčešće se navode efikasna i brza distribucija roba i usluga, povećanje prometa uz istodobno smanjenje troškova; manji troškovi na strani profesionalca koji garantiraju niže cijene proizvoda i usluga, te lakšu i bržu dostupnost potrošačkih „potrepština“. Nažalost, ovakva je tehnika zaključivanja ugovora obilježena značajnim nedostacima: ograničenje slobode ugovaranja (potrošač može samo reći da ili ne!), nepostojanje stvarnog izbora, nepoznavanje prava i činjenica iz ugovora budući da se prosječan potrošač u pravilu ne trudi upoznati sa svim elementima ugovora, a pogotovo općim uvjetima poslovanja profesionalca na koje ugovor najčešće upućuje, a koja nažalost često dovode do toga da potrošač prihvata klauzule tj. sklapa ugovor koji je za njega izrazito nepovoljan.

Na teorijskoj razini razlikujemo tri glavne skupine pravnih problema koje za sobom povlači ovakav način zaključivanja potrošačkih ugovora<sup>30</sup>:

---

<sup>29</sup> Za detaljni poredbeni prikaz rješenja sadržanih u Smjernici 93/13/EEC i bosanskohercegovačkom pravnom sustavu vidi u: Petrić, S., *Institut općih uvjeta poslovanja u potrošačkom pravu Bosne i Hercegovine*, Zbornik radova Aktualnosti građanskog i trgovačkog zakonodavstva i pravne prakse, br. 9, Mostar, 2011. str. 51.-72. (dalje: Petrić, 2011.)

<sup>30</sup> Koje istovremeno predstavljaju povrede općih načela ugovornog prava (načela ravnopravnosti, jednakosti stranaka i slobode ugovaranja), a na štetu potrošača/pristupnika;

- 1) pitanje obvezatnog djelovanja općih uvjeta poslovanja za potrošača/pristupnika, odnosno problem njihove inkorporacije u ugovor;
- 2) pitanje tumačenja nejasnih odredbi općih uvjeta ugovora (pravilo *contra proferentem!*) tj. odnos općih uvjeta poslovanja i individualno ugovorenih klauzula<sup>31</sup>;
- 3) i pitanje možda najznačajnije za praksu: (ne)valjanost tj. (ne)dopuštenost pojedinih odredbi općih uvjeta poslovanja.

Kogentni pravni propisi o nastanku i valjanosti adhezijskih ugovora adekvatno odgovaraju na ove normativne izazove tj. otklanjaju ili barem ograničavaju nepovoljne učinke nastale za potrošače/pristupnike primjenom ove tehnike zaključivanja ugovora. Naime, za nastanak i valjanost takvih ugovora bitno je da su uz opće pretpostavke za valjanost bilo kojeg ugovora ispunjene i posebne pretpostavke za valjanost općih uvjeta poslovanja. I prije donošenja ZZP, adekvatna zaštita potrošača Bosne i Hercegovine bila je pružena pute odredbi ZOO-a čl. 142-144. Odredbe čl. 142. postavljaju osnovna pravila vezana za opće uvjete ugovora, tj. govore o pretpostavkama koje moraju biti ispunjene da bi takav sadržaj ugovora imao obvezujuću snagu, određuju načine njihove inkorporacije u ugovor, pravila vezana za obvezu objavljivanja, te reguliraju odnos općih uvjeta i posebno ugovorenih klauzula. Ništavošću pojedinih odredbi općih uvjeta, tj. pretpostavkama za njihovu valjanost, bave se odredbe st. 1. čl. 143., pa su tako ništave odredbe općih uvjeta koje su protivne samoj svrsi sklopljenog ugovora ili dobrim poslovnim običajima, čak i ako su opći uvjeti koji ih sadrže odobreni od nadležnog organa. Prema odredbama st. 2. čl. 143., sud može odbiti primjenu pojedinih odredbi općih uvjeta koje lišavaju drugu stranu prava da stavi prigovore, ili onih na temelju kojih ona gubi prava iz ugovora ili gubi rokove, ili koje su inače nepravične ili pretjerano stroge prema njoj.

ZZP-om obvezno pravo Bosne i Hercegovine dobija još jedan pravni temelj za kontrolu pravednosti odredbi formularnih adhezijskih potrošačkih ugovora, stoga ćemo predmetnu regulativu ukratko prikazati u relaciji s odnosnim odredbama Smjernice 93/13/ECC čiju materijalizaciju i predstavljaju. Napominjemo da odnosna Smjernica 93/13, zajedno sa Smjernicom 1999/44 čini jezgru ne samo unificiranog potrošačkog ugovornog prava, nego i temelj budućeg zajedničkog europskog ugovornog prava, čime modaliteti njene realizacije u domaćem pravnom sustavu dodatno dobijaju na značaju. Sistematskim tumačenjem odredbi Poglavlja XVI. dolazimo do zaključka da je zakonodavac u ovom dijelu ZPP-a želio urediti ona pitanja koja uređuje i Smjernica 93/13, no ujedno i odrediti pravila o inkorporaciji općih uvjeta poslovanja u adhezijski ugovor, pitanje s kojim se sama Smjernica ne bavi. Naime, st. 1. i 4. čl. 93. ZZP-a uređuju pravila o inkorporaciji općih uvjeta poslovanja trgovca u potrošački ugovor na način da st. 1. propisuje da „*ugovorne odredbe obvezuju potrošača samo ako je prije zaključenja ugovora bio upoznat sa sadržajem ugovora, odnosno ako su mu ugovorni uvjeti trebali biti poznati u vrijeme zaključenja ugovora*“, a st. 4. „*Smatra se da je potrošač bio upoznat o ugovornim odredbama ako ga je trgovac upozorio i ako su mu one bile dostupne*“. U ovom slučaju možemo govoriti o nadregulaciji, budući da je adekvatna formulacija dana samim ZOO-om, a ZZP ne pruža nikakav kvalitativni pomak u ovom smislu, već unosi jednu dozu nedoumice o kakvim se

---

<sup>31</sup> Ako u konkretnom slučaju postoje;

ugovornim odredbama radi<sup>32</sup>. Daljnje zamjerke pravilima o inkorporaciji se mogu uputiti u smislu nepotrebnog unošenja vremenske odrednice (*„prije zaključenja ugovora, tj. ..u vrijeme zaključenja ugovora*). Obvezatnost ugovornih odredbi za potrošača bi se trebala (u skladu s Smjernicom 93/13) procjenjivati isključivo kriterijima upoznatosti s odredbama i zadovoljavajućim stupnjem pažnje. Irelevantan je vremenski element koji može otežati primjenu odredbe u praksi. U svezi određenja materijalnog polja primjene odredbi Poglavlja XVI. važno je spomenuti pravilo sadržano u čl. 95. *„...ugovorne odredbe koje potrošač nije osobno ugovarao.*” Treba upozoriti i na jedan nomotehnički propust zakonodavca: naime u članku u kojem definira i regulira inkorporaciju jednostrano određenih klauzula u ugovor (dakle, posredno i sam pojam adhezijskog ugovora), ubacuje i pravila o razumljivosti pojedinih klauzula te tumačenju *contra proferentem*<sup>33</sup> koja bi zbog njihove važnosti te opće preglednosti i racionalnosti Poglavlja kao cjeline bolje pristajala članku 95.<sup>34</sup> Nadalje, bilo bi uputno da je zakonodavac usvojio pravilo prema kojem je teret dokaza činjenice da se o određenoj odredbi pojedinačno, tj. posebno ugovaralo na trgovcu. Naime, takva odredba bi značajno poboljšala položaj potrošača i olakšala primjenu odredbi ovog poglavlja ZZP-a. Kao jedno od značajnijih karakteristika komunitarnog potrošačkog prava jest olakšanje položaja potrošača kad je god to moguće, što i čini *ratio legis* cjelokupnog potrošačkog prava. Pristup (tj. metodologija) koji je zakonodavac prihvatio regulirajući ovu materiju može sa sažeti u kombinaciju generalnog kriterija pravednosti (čl. 94. i 95.) i liste odredaba *„općih uvjeta formularnih ugovora koje naročito nisu punovažne”* (čl. 96). Naime. st. 1. čl. 94. kaže da *„trgovac ne smije zahtijevati ugovorne odredbe koje su nepravedne ili koje bi prouzrokovale štetu potrošaču”,* a st. 2 da su *„ugovorne odredbe iz st. 1 ništavne”*. Članak 95. pak definira kada će se to odredbe koje nije osobno ugovarao potrošač smatrati nepravednim.

Ovakav širok pristup definiranju pojma nepravednosti ostavlja neopravdano širok prostor za manevriranje prilikom tumačenja. Naime, bilo bi uputnije da je zakonodavac jasno naznačio da se radi o odredbama koje su jednostrano unesene u ugovor, tj. da se radi o situacijama kada trgovac samostalno sastavlja ugovor kojemu onda potrošač pristupa. Sintagma *„trgovac zahtjeva”* bi mogla upućivati na činjenicu da se o dotičnoj odredbi pojedinačno pregovaralo, što svakako ne možemo braniti imajući na umu sadržaj i ciljeve Smjernice 93/13. Dakle, iako je za pretpostaviti da je intencija zakonodavca da odnosnim pravilima ostvari ciljeve Smjernice, pravnotehnički gledano, preciznije i jasnije formuliranje bi sigurno bilo poželjnije i opravdanije rješenje. Ovako široko postavljene formulacije, pogotovo pravo potrošača postavljeno u st. 1. čl. 94. prema kojem trgovac ne smije zahtijevati ni ugovorne odredbe koje bi prouzrokovale štetu potrošaču, su preširoke, preopćenite za praktičnu primjenu i donekle su u suprotnosti s temeljnim načelima ugovornog prava. Njima se dakle, neopravdano ograničava načelo slobode ugovaranja, bez ikakvog daljnjeg

<sup>32</sup> Nije naime jasno naznačeno da se radi o o općim uvjetima poslovanja ili kako kaže Smjernica 93/13, o odredbama o kojima se nije individualno pregovaralo.

<sup>33</sup> Pravilo tumačenja u ugovornom pravu u skladu s kojim se određena jednostrano ugovorena dvosmislena ili nejasna odredba tumači u korist strane koja je *nije* ugovorila (u ovom slučaju u korist potrošača/pristupnika); služi sprečavanju unošenja nejasnih i dvosmislenih odredbi u ugovor;

<sup>34</sup> Čini se da je zakonodavac ovdje htio preuzeti pravilo iz čl. 4. Direktive 93/13 koje zahtijeva da se prilikom utvrđenja nepravednosti klauzule uzimaju u obzir i druge odredbe tog ugovora, kao i odredbe ugovora o kojima je konkretni ugovor ovisan; širokim teleološkim tumačenjem mogli bi zaključiti da su odnosnim stavkom preuzeti neki dodatni kriteriji za ocjenu pravednosti odredaba ugovora iz Direktive, međutim zbog odsutnosti dodatnih objašnjenja o primjeni odredbe čl. 95, ne možemo sa sigurnošću takav stav braniti.

definiranja ovog koncepta. Naravno da je cilj zakona kako u ovom poglavlju tako i u cjelini zaštita potrošača kao pristupnika, tj. kao slabije strane, ali taj cilj ne može opravdati situaciju da svatko tko je pretrpio bilo kakvu štetu zaključenjem ugovora, može zahtijevati poništenje tog ugovora, tj. odnosne klauzule. Dakle, mišljenja smo da ovako široko postavljen koncept nepravednosti može dovesti do potpuno suprotnih rezultata prilikom primjene u praksi, i na taj način i obezvrijediti sama zakonodavna nastojanja, tj. bilo bi opravdanije naglasiti da se članak odnosi na jednostrano ugovorene klauzule koje su prema određenim kriterijima nepravedne, bez isticanja instituta štete.

Ako zauzmemo nedvosmisleni stav (do kojeg smo došli sustavnim tumačenjem Poglavlja XVI. i samih ciljeva Smjernice 93/13) da se odredbe čl. 94 odnose na nepravedne klauzule ugovora o kojima se nije pojedinačno pregovaralo, a koje kao takve mogu biti ništavne, logično je da zakon u idućem (95.) članku definiira pojam nepravednosti te postavlja kriterije za njeno procjenjivanje. Sam članak 95 predstavlja kvalitativni pomak u odnosu na istu odredbu (tj. čl. 113) ZPP iz 2002. koja je bila inspirirana Prijedlogom Smjernice iz 1990. Dakle pozitivni ZPP u čl. 95 određuje da su „ugovorne odredbe koje potrošač nije osobno ugovarao“ nepravedne ako: „stvaraju značajnu nejednakost između prava i obveza ugovornih strana na štetu potrošača; bi ispunjenje ugovornih obveza značajno odstupilo od opravdanog očekivanja potrošača; su u suprotnosti s načelom poštenja, savjesti i dobrim poslovnim običajima.“ Usvojeno rješenje nažalost odstupa od temeljnog pravila Smjernice 93/13, koje je postavilo kumulativno kriterije nepravednosti. Naime, iz nomotehničkog rješenja (odvajanja kriterije po točkama) kao i zbog uvrštavanja kriterija *odstupanja od očekivanja potrošača* (koje je bilo zastupljeno u Prijedlogu Smjernice koja je kriterije postavljala alternativno) može se iščitati alternativnost postavljenih uvjeta nepravednosti. Nadalje, ovako široko postavljenom odredbom prema kojoj je svaka ugovorna klauzula nepravedna ako je protivna načelu savjesnosti i poštenja i dobrim poslovnim običajima, bez obzira da li je uzrokovala neravnotežu na štetu potrošača izaziva opravdanu bojazan. Naime, postavlja se pitanje da li u cilju zaštite interesa potrošača pravni poredak previše zadire u slobodu ugovaranja stranaka. Odsustvo dodatnih pravila koja bi olakšala primjenu ovih apstraktnih normi dodatno otežavaju njihovo tumačenje i konkretnu primjenu. Članak 96 donosi tzv. „crnu listu“ od 20 nevaljalih klauzula općih uvjeta formularnih ugovora koje „naročito nisu punovažne“. Te odredbe su dakle *ex lege* ništavne, dok sve druge ugovorne klauzule moraju proći test pravednosti postavljen u čl. 95.

Iskustvo Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača govori da se najveći broj žalbi potrošača može smjestiti u okvir instituta nepravednih odredbi potrošačkih ugovora ili preciznije, nepravednih odredbi općih uvjeta poslovanja koje su inkorporiranjem uključene u adhezijske potrošačke ugovore. Kad tome pridodamo razne sofisticirane i agresivne metode sklapanja potrošačkih ugovora (van poslovnih prostorija trgovca, putem instrumenata daljinske komunikacije), dolazimo da zaključka da potrošači „nemaju šanse“, odnosno da su veliki izgledi da će sklopiti ugovor koji nije u njihovom najboljem interesu niti u duhu pobude zbog koje je sklopljen. Takve situacije su najčešće u telekomunikacijskom i bankarskom sektoru, te su općenito karakteristične za ekonomske usluge od općeg interesa. Naše iskustvo govori da se potrošači uglavnom ne upoznaju s odredbama ugovora kojemu pristupaju, a posebno nisu upoznati s općim uvjetima poslovanja trgovca/profesionalnog suugovaratelja. Bez namjere da ih ekskulpiramo od njihovih obveznopравnih odgovornosti,

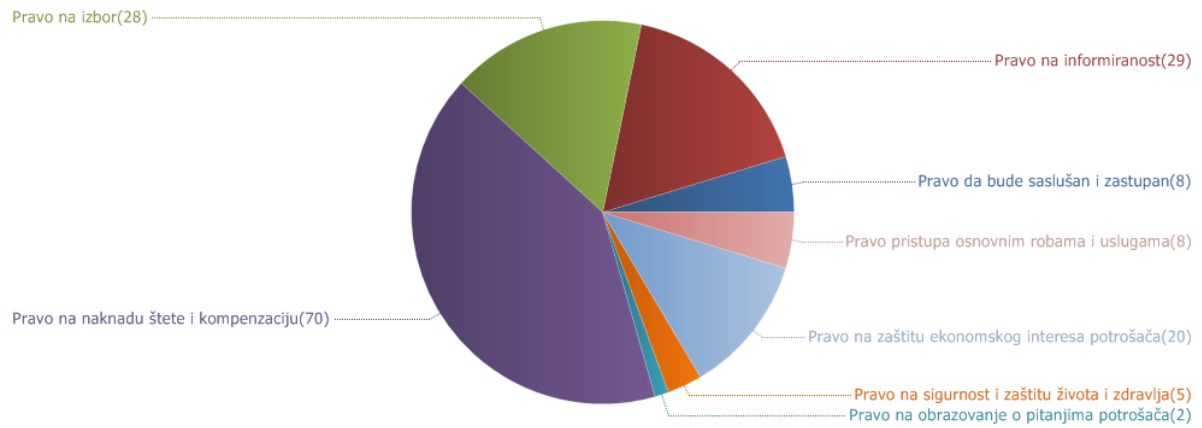
opravdanje za takvo ponašanje donekle možemo pronaći u karakteru vremena u kojem živimo, ubrzanom, maničnom tempu života i rada. Nadalje dio odgovornosti sigurno snose profesionalci kada zlorabljuju povjerenje svojih klijenata ili iskorištavaju monopolske položaje na tržištu. Takav praksa nije *market-friendly* i dugoročno će se pokazati kao neodrživa. Naime, povjerenje nije neiscrpna kategorija, a potrošači kao masa su sila koju sigurno ne treba podcijeniti. Nadalje, želimo jasno naglasiti da postojeći mehanizam provjere (ne)pravednosti odredaba potrošačkih ugovora tj. odredbi općih uvjeta poslovanja ne funkcioniše u praksi. Naime, predviđena sudska kontrola ocjene nepravednosti *de facto* ne postoji iz razloga što takvi bagatelni potrošački sporovi nemaju sudski epilog, *ergo* ne postoji sudska praksa za ovu značajnu pravnu oblast. Imajući u vidu da su naše iskustvo i praksa nedvojbeno ukazali da najveći broj potrošačkih sporova ima svoje ishodište upravo u ovom segmentu, tj. proizlazi iz forme i načina na koji se sklapaju potrošačku ugovori, donekle si možemo predočiti značajnost instituta nepravednosti odredbi u potrošačkim ugovorima. Međutim, ako ne postoji funkcionalna pravna kontrola te nepravednosti, onda ove odredbe nemaju smisla. Nadalje, *a priori* provjera u smislu davanja suglasnosti odnosne agencije/kontrolora se pokazala jednako neefikasnom. Stoga profesionalci/trgovci (naročito velike multinacionalne kompanije) donose duge, nerazumljive opće uvjete poslovanja (uz suglasnost odnosnog regulatora), s kojima su potrošači formalno upoznati i na koje pristaju, a zapravo su tim odredbama stavljeni u neravnopravan položaj te su njihova prava povrijeđena po raznim osnovama. Mi tvrdimo da u postupku donošenja općih uvjeta poslovanja, naročito u bankarskom sektoru i sektoru ekonomskih usluga od općeg interesa, moraju sudjelovati i predstavnici potrošača, te da ti akti moraju proći neku formalnu ocjenu ustavnosti i zakonitosti, tj. usklađenosti s postojećim pravnim propisima. Dosadašnja praksa donošenja ovih propisa u velikoj mjeri krši osnovno potrošačko pravo na sudjelovanje predstavnika potrošača u radu tijela koja rješavaju pitanja od njihova interesa<sup>35</sup>, te rezultira time da se donose Opći uvjeti poslovanja u izravnoj koliziji s pozitivnim pravnim propisima BiH. Nadalje, ne postoji praksa sudjelovanja potrošača u ovim značajnim normotvornim postupcima, tj. ne stvara se tradicija koja bi pridonijela ozračju uvažavanja potrošačkih prava i u konačnici povećanju razine potrošačke svijesti kod građana.

---

<sup>35</sup> Naime to pravo sadržano u samom osnivačkom ugovoru EU, je na svim razinama i u svim oblastima u BiH zastupljeno.



Grafički prikaz zaprimljenih žalbi u odnosu na ugrožena prava potrošača u periodu 01.01.2013.-30.09.2013.



## 4. POSTOJEĆE STANJE U OBLASTI ZAŠTITE POTROŠAČA SEKTORSKI PRIKAZANO

### 4.1. Bankarski sektor

Institucija Ombudsmana za zaštitu potrošača u BiH je po službenoj dužnosti, pokrenula istražne radnje na osnovu činjenica iz žalbi potrošača, i osobnih zapažanja u postupcima banaka prilikom odobravanja potrošačkih kredita. Ovom prilikom želimo naglasiti da se stanje potrošačkih prava i sve ocjene Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača BiH, prilikom i nakon izdavanja Smjernica i preporuka u sektoru potrošačkih kredita 2009. godine nije bitno promijenilo, te da su i dalje sva zapažanja i izdane smjernice aktualne.

-Potrošač zainteresiran za potrošački kredit ne može na šalteru banke dobiti predugovornu informaciju u pisanoj formi sa svim ugovornim odredbama;

-Potrošač je izložen zahtjevu banke za davanjem osobnih podataka mimo mjere i obujma koji je neophodan za ispunjenje svrhe zaključenja ugovora o kreditu;

-Potrošač nije u mogućnosti izvršiti usporedbu pisanih ponuda kredita kod različitih banaka.

-Banka ne nudi potrošaču mogućnost izbora modusa osiguranja kredita, a naročito zamjensku opciju za žiranta-jamca;

-Banka traži nadovjeru dokumenata koji se prilažu uz zahtjev, iako su isti već ovjereni pečatom državnog organa ili pečatom poslodavca i zadržava kopiju osobne karte sa podatkom o JMB, i za sve navedeno opterećuje potrošača dodatnim troškovima.

-Ugovor o kreditu obimno i detaljno normira prava kreditora za svaku situaciju, pa čak i onu nepostojeću u ugovoru ili aktima banke, a potrošaču-korisniku kredita detaljno normira isključivo obveze, čime u dvostrano obvezujućim ugovorima narušava načelo jednake vrijednosti uzajamnih davanja;

-Nominalna, redovna godišnja kamatna stopa je promjenjiva, u skladu sa poslovnom politikom kamatnih stopa kreditora, bez propisanih uvjeta za promjenu godišnje kamatne stope, koja mora biti vezana za objektivni parametar;

-Efektivna kamata (EKS) sadrži sve troškove vezane za kredit, kao i neke skrivene troškove banke, i u pravilu je veća za 2-3% od nominalne. EKS se svodi na obradu zahtjeva za kredit po rutinskoj i istovjetnoj proceduri za svaki kredit, bez obzira na visinu kredita, i treba biti u granicama razumnih troškova;

-Banke obvezno traže bianco potpisanu mjenicu kao garanciju za otplatu kredita, bez obzira što je tražitelj kredita dao i druga sredstva osiguranja, zanemarujući činjenicu da je takva praksa izričito zabranjena Zakonom;

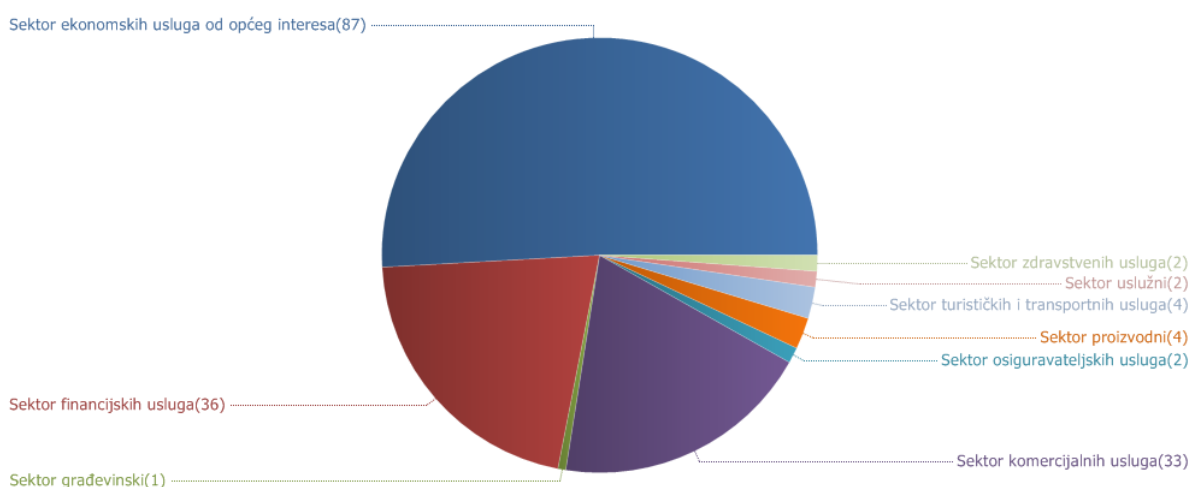
-Banka obvezuje potrošača-korisnika kredita i jamca da unaprijed da suglasnost za uvid i pristup svim podacima, uključujući i one koje su zaštićene Zakonom o zaštiti osobnih podataka, čime se banka stavlja iznad zakona;

-Banka ugovorom obvezuje potrošača da snosi i sve eventualne sudske troškove, iako je Zakonom o parničnom postupku određivanje sudskih troškova u isključivoj nadležnosti suda.

U cilju poštivanja prava potrošača u sektoru potrošačkih kredita, a sukladno svojoj nadležnosti iz članka 101. i 103. Zakona o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini, Ombudsman za zaštitu potrošača u BiH je preporučio Agenciji za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine, Agenciji za bankarstvo Republike Srpske te Udruženju banaka Bosne i Hercegovine da:

- Utvrde obvezu banaka na striktno poštivanje odredbi zakona koji štite prava potrošača kao ugovorne strane u ugovorima o potrošačkom kreditu;
- Osiguraju jednostavnije procedure za dobijanje kredita i omoguće potrošaču izbor sredstva osiguranja vraćanja kredita;
- Osiguraju upotrebu jasnog jezika i jednostavne odredbe ugovora o kreditu sa ujednačenim pravima i obvezama ugovornih strana;
- Utječu na primjenu "dobre poslovne prakse" banaka u smislu:
  - Smanjenja ukupnih troškova kredita, omogućavanja vremena za isčitavanje i davanja mišljenja potrošača na ugovor o kreditu prije potpisivanja istog;
  - Omogućavanja "perioda hlađenja" nakon potpisivanja ugovora u okviru kojeg potrošač može odustati od kredita bez kaznenih odredbi.

Grafički prikaz zaprimljenih žalbi po sektorima u periodu od 01.01.2013.-30.09.2013.



## 4.2. Sektor ekonomskih usluga od općeg interesa

### 4.2.1.1. Sektor telekomunikacijskih usluga

Telekomunikacijske usluge su esencijalna ljudska potreba u 21 stoljeću. Legislativni okvir za telekomunikacijsku sektor u BiH su Zakon o obveznim odnosima kao *lex generalis*, te Zakon o zaštiti potrošača i Zakon o komunikacijama kao *lex specialis* te podzakonski akti doneseni od ovlaštenog regulatora - Regulatorne agencije za komunikacije. Postojeća regulativa obuhvatila je sve oblasti u telekomunikacijama i stvorila regulatorni ambijent za stvaranje otvorenog i liberaliziranog tržišta, kao i za razvitak konkurencije kroz povećanje broja sudionika na tržištu. Početkom 2006. godine liberalizirane su sve usluge na tržištu telekomunikacija u BiH i time su stvoreni dodatni uvjeti za razvitak konkurencije te se kao temeljni cilj postavilo daljnje jačanje konkurentnosti u svim segmentima tržišta.

Zabilježen je veći broj pritužbi potrošača upućenih našoj Instituciji u svezi netransparentnosti računa za TK usluge, postavilo se pitanje opravdanosti pretplate kao i opravdanosti metodologije rebalansa cijena uvođenjem graničnih cijena za govorne telefonske usluge. Naime, čini nam se da sama regulatorna metodologija propisivanja gornjih limita cijena nije svrsishodna imajući u vidu ciljeve kojima se ona obrazlaže („granične cijene omogućavaju operaterima formiranje konkurentskih cijena“). Ako znamo da su se cijene formirale pri samoj graničnoj vrijednosti i da se razlikuju u fening, onda je očito da ta metoda ne potiče formiranje konkurentskih cijena. Pravilima prava tržišne konkurencije nastoji se spriječiti djelovanje poduzetnika na tržištu koje je protivno zajamčenim ustavnim slobodama. Stoga zaštita potrošača kao strukturalno slabije strane od nedostataka imanentnih suvremenom kapitalističkom tržištu mora biti dopunjena osiguranjem odgovarajuće konkurencije i ispravnim funkcioniranjem tržišta.

Univerzalne ili osnovne telekomunikacijske usluge u fiksnoj telefoniji moraju biti dostupne svim građanima – one su platforma i alat za ekonomski rast i razvoj. To je zapravo minimum TK usluga koje moraju biti dostupne potrošačima bez obzira na mjesto stanovanja. Time se želi osigurati minimum pretpostavki za sudjelovanje u modernim gospodarskim i društvenim tijekovima kao i smanjenje društvene isključenosti pojedinaca. Riječ je dakle o najmanjem skupu telekomunikacijskih usluga određene kvalitete u koje ulaze govorne usluge, besplatni pozivi brojeva za hitne službe, telefonski imenik, javne govornice, pristup Internetu i drugo. Unutar osnovnih usluga moraju se predvidjeti i posebne pogodnosti za socijalno ugrožene slojeve korisnika usluga.

Nadalje, operateri su dužni u cijenu svojih usluga ugraditi troškove *uspostavljanja, održavanja i upravljanja telekomunikacijskog sistema* uz ostvarenje razumnog profita. Iskustva u svijetu pokazala da se postižu najbolji rezultati za davatelja i korisnika TK usluga, ako su cijene usluga formirane u skladu s stvarnim troškovima pružanja usluge. Posljedično, nameće se pitanje – što je to pretplata? Na naš upit od 14.12.2009. god o ovoj problematici postavljenom RAK-u, točnije o tome koji su troškovi sadržani u pretplati fiksnog telefona, dobili smo sljedeći odgovor: „telefonska pretplata obuhvaća troškove održavanja kompletne

telekomunikacijske mreže". U Općim uvjetima pružanja TK usluga telekom operatori navode da je to *cijena za stavljanje TK mreže na raspolaganje korisnicima* ?! Drugim riječima, to je naknada za spremnost telekomunikacijskog sustava. Dakle, potrošači plaćaju pretplatu koja *ne sadrži* plaćanje stvarne usluge, nego se odnosi na spremnost operatora da ugovorenu uslugu i pruži. Radnje koje operator mora poduzeti da bi pružio govorne usluge treba smatrati sastavni dijelom pružanja govornih usluga i obuhvaćene su obvezom (sastavni dio obveze) operatora da usluge pruži sukladno ugovoru i dužnom pažnjom u skladu s pravilima struke i običajima. Trenutačno pravno uređenje plaćanja pretplate kao paušalne naknade za spremnost operatora da pruži uslugu, a čija visina nije razvidna ni mjerljiva u odnosu na pružene usluge, a bez mogućnosti korisnika usluga da na to utječe u pregovorima, ima za posljedicu nejednakost u ugovornim odnosima u kojima je odnos činidbe i protučinidbe toliko nerazmjeran da korisnik kroz pretplatu plaća najveću cijenu kada uopće ne koristi govorne usluge! Time je najočitije povrijeđeno načelo jednake vrijednosti davanja. Ovo načelo bilo bi poštovano kada bi korisnik govornih usluga plaćao naknadu koja odgovara vrijednosti usluga koje koristi. Ta se vrijednost može propisati cjenikom, ali mora biti u razmjeru s pruženim i korištenim uslugama. Poštivanje tog načela bilo bi i ostvarivanje prava korisnika usluga da planira i organizira svoje troškove.

Također, moramo istaknuti da telekom operatori često ističu da imaju učinkovit sustav reklamacije i rješavanja žalbi korisnika u dva stupnja. Koliko je nama poznato, niti jedna žalba korisnika nije usvojena. Smatramo da je malo vjerojatno da niti jedan korisnik nije bio u pravu. Nažalost, zbog sporog i skupog sudstva, nepoznavanja drugih pravnih mehanizama za ostvarivanje svojih prava (postupak pred RAK-om) najčešće predmet ostane na tome, a korisnik svoje nezadovoljstvo iskaže mijenjanjem operatera (ako ima tu mogućnost) koji mu je cjenovno možda i nepovoljniji. Iako je *Pravilnikom o postupku rješavanja kršenja uslova dozvola i propisa Regulatorne agencije za komunikacije*<sup>36</sup> propisana mogućnost prigovora fizičke osobe, ne provođenje odnosnih postupaka (čije pokretanje se uvjetuje iscrpljivanjem žalbenog puta pri samom operateru) jasno ukazuje na nespremnost RAK-a da dosljedno provodi regulatorna načela propisana u Zakonu o komunikacijama čl.4. st.2 . Javnost bi trebala biti upoznata s njihovom (RAK) ulogom nadzora i kontrole komunikacijskog tržišta iz razloga zaštite javnog dobra (i javnosti kojemu to javno dobro pripada), te bi trebala biti ohrabrena pozitivnom praksom i primjerima da prakticira svoja Ustavom i zakonom zajamčena prava.

Poseban problem predstavljaju nepoštene odredbe Općih uvjeta pružanja TK usluga. Naime, prema temeljnom načelu ugovornog prava (čiju jezgru čini potrošačko pravo) ugovor je zakon za stranke te se sklapa na temelju slobodne volje ugovaranja, tj. slobodnog određivanja uvjeta (ugovornih odredbi) ispunjenja ugovornih obveza. Posljedično postavlja nam se pitanje da li je načelo slobode ugovaranja (odnosno njegove implikacije) u kontekstu potrošačkih ugovora „fictio juris“- mit ili stvarnost. Načela ugovornog prava ocrtavaju bit društvenih odnosa koje uređuju i ostala su nepromijenjena još od vremena rimskog prava. Međutim, suvremeni gospodarsko-potrošački odnosi, zbog općenito ubrzanog tempa života zahtijevaju i drugu dinamiku i moduse izvršenja. Stoga su *adhezijski i formularni ugovori* prikladni alati modernog kapitalističkog tržišta u kojem nažalost pojedinac stoji nasuprot

---

<sup>36</sup> Službeni glasnik BiH, broj 18/05

velike kompanije i pristupanjem kojima prihvaća Opće uvjete poslovanja s kojima može i ne mora faktički biti upoznat i oko kojih osobno ne pregovara. To su u pravilu ugovori *Take it or leave it*, nužnost našeg vremena. Prednosti ovakvih ugovora za potrošača su smanjenje cijena roba i usluga te brzina odvijanja transakcija. Nedostaci su nažalost, ograničenje (isključenje) autonomije volje; potrošač je često lišen izbora između različitih uvjeta poslovanja te prihvaća opće uvjete bez upoznavanja ili razumijevanja. Da bi se uvažilo ovakvo stanje te zaštitio potrošač od svega prije rečenog Zakon o zaštiti potrošača u članku 95. propisuje da su nepravedne one ugovorne odredbe koje potrošač nije osobno ugovarao ako:

a) stvaraju značajnu nejednakost između prava i obveza ugovornih strana na štetu potrošača;

b) bi ispunjenje ugovornih obveza značajno odstupilo od opravdanog očekivanja potrošača;

c) su u suprotnosti s načelo poštenja, savjesti i dobrim poslovnim običajima.

Nadalje, takve odredbe sukladno članku 94. st. 2 smatraju se ništavima.

Iz opisa činjeničnog stanja evidentno je da se mnoga kršenja prava potrošača mogu podvesti pod kategoriju prihvaćanja nepravičnih klauzula u Općim uvjetima pružanja usluga na koje potrošači moraju pristati ako žele pristup uslugama od esencijalnog životnog značaja. Upravo iz razloga što se radi o takvim uslugama potrošač ne bi smio biti suočen s takvim odredbama. Proglašavanje takvih odredbi nepravednima (tj. ništavnima) od strane suda je sasvim izvjesno, međutim povezano je i s dugotrajnim i skupim sudskim postupcima koje većina potrošača ne može podnijeti i koji stoga ne mogu predstavljati jedno kolektivno prihvatljivo rješenje.

U cilju poštivanja prava potrošača u telekomunikacijskom sektoru, a sukladno svojoj nadležnosti iz članka 101. i 103. Zakona o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini, Ombudsman za zaštitu potrošača BiH je preporučio Regulatornoj agenciji za komunikacije Bosne i Hercegovine, BH Telekomu d.d. Sarajevo, Telekomu Srpske a.d. Banja Luka (m:tel), Hrvatskim telekomunikacijama d.d. Mostar (HT) te ostalim TK operaterima (koji nemaju značajnu tržišnu snagu) da

- Utvrde obvezu telekom operatera za striktno poštivanje odredbi zakona koji štite prava potrošača kao ugovorne strane u ugovorima o pružanju telekomunikacijskih usluga (usluga od općeg ekonomskog interesa);
- Osiguraju jednostavnije i transparentnije procedure za rješavanje potrošačkih sporova i prigovora;

- Osigurati jasan jezik, jednostavne, te pravične i na zakonu utemeljene Opće uvjete pružanja TK usluga kao i odredbe pojedinačnih ugovora o pružanju TK usluga sa ujednačenim pravima i obvezama ugovornih strana;
- Utječu na prekid agresivnog i prijevarnog marketniga koji dovodi potrošače u zabludu;
- Usklade regulativu i praksu s preporukama Europske komisije u ovom sektoru, kao i sa smjernicama Međunarodne telekomunikacijske unije (ITU).

Kao iznimnu profesionalnu satisfakciju i potvrdu gore navedenih tvrdnji i zahtjeva vidimo donošenje Pravila 69/2013 o uvjetima pružanja javnih telekomunikacijskih usluga i odnosa s krajnjim korisnicima od strane Regulatorne agencije za komunikacije BiH od 21. ožujka 2013. godine. Naime, donošenjem ovog pravila usvaja se upravo predložen pristup normativizacije ove (i ostalih ) oblasti daljnjim podzakonskim aktima kojima se do u pojedinosti regulira specifičan položaj kako potrošača tako i pružatelja usluga. Navedeno Pravilo, uvažavajući preporuke iznesene u našem Posebnom izvješću u TK sektoru i prilikom kontinuiranih razmjena saznanja, donosi poseban set odredbi kojima se regulira položaj korisnika u skladu s potrošačkom regulativom (pobliže određivanje TK usluga, osnovnih prava korisnika, općih uvjeta poslovanja, pretplatničkog ugovora i uvjeta njegovog raskidanja, predugovornih informacija, sklapanja ugovora van poslovnih prostorija pružatelja usluga i sklapanja ugovora na daljinu; računa, obračuna cijena i načina plaćanja; detaljanog ispisa računa, zaštite od prekomjerne potrošnje, informiranja korisnika, oglašavanja usluga, postupanja u slučaju reklamacije ili prigovora i dr.).

#### **4.2.1.2. Sektor ostalih ekonomskih usluga od općeg interesa (usluga isporuke vode i toplotne energije)**

Zakon(i) o komunalnim djelatnostima i njegova(njihova) implementacija važna su tema za sve potrošače u BiH - korisnike komunalnih usluga, ali isto tako važna su tema i za javna i druga komunalna poduzeća koja se bave pružanjem ekonomskih usluga od općeg interesa potrošačima. U vrtlogu recesije koja posebno teško pogađa održivost i funkcionalnost komunalno-servisnog sektora, te u uvjetima gdje „dno egzistencijalnog minimuma“ sve češće, dotiče sve veći broj potrošača (građana) - „trošenje“ komunalnih usluga i njihova racionalizacija su alternativa u dizajniranju obiteljskog budžeta. Zakonom o zaštiti potrošača potrošačima je dan instrumentarij pomoću kojeg mogu ostvariti svoju zaštitu i aktivnim odnosom na tržištu mogu bitno uticati na tržišno okruženje čiji su svakodnevni sudionici. Suvišno je raspravljati o tome što za potrošača znači danas uredna opskrba vodom i drugim uslugama u komunalnoj oblasti-upravo zato se te usluge nazivaju „ekonomske usluge od općeg interesa“ te su regulirane posebnom Glavom VIII. ZP-a. Međutim, implementacija Zakona o zaštiti potrošača u BiH vrlo često je samo slovo na papiru. Cijeli set (ili setovi zakona) koji uređuju tržište BiH nisu usuglašeni sa Zakonom o

zaštiti potrošača u BiH kao *lex generalis-om* u ovoj oblasti. Zakon(i) o komunalnim djelatnostima i niz drugih zakona (državnih, entitetskih i kantonalnih) kojima se uređuje pravni, ekonomski, socijalni i ekološki okvir(i) komunalnih resursa, također nisu usuglašeni ni između sebe ni u odnosu na Zakon o zaštiti potrošača. Istovremeno, ekonomski položaj javnih komunalnih poduzeća se iz godine u godinu pogoršava jer zakoni o komunalnim djelatnostima nisu doneseni u svim kantonima ili su pak prepisivani oni predratni. Niti jednim propisom, pa ni starim Zakonom nije riješeno pitanje minimalnih tehničkih uvjeta za obavljanje komunalne djelatnosti - Zakon (Sl.n. SRBiH 20/90) ne odgovara modernim društvenim odnosima i tehnološkim inovacijama, a zastario je i sa aspekta društvenopolitičkog i pravnog ustrojstva.

S toga se nameće nužnost standardizacije propisa te predlaganja jednoobraznih rješenja iz komunalne oblasti na jedinstvenom ekonomskom prostoru BiH i s aspekta profitabilnog poslovanja javnih komunalnih poduzeća. Imajući na umu odredbe Zakona o lokalnoj samoupravi kao i Ustavne odredbe o nadležnosti u komunalnoj djelatnosti (komunalna djelatnost nije u isključivoj nadležnosti entiteta BiH, te nije predviđena podjela nadležnosti između federalne i kantonalne vlasti), stava smo da je potreba za donošenjem jednog ovakvog zakona realna i opravdana.

Nadalje, zabrinjavajući je trend porasta broja prigovora potrošača upućenih Instituciji ombudsmana za zaštitu potrošača BiH koji su posljedica svakodnevnih problema s kojima se potrošači-korisnici komunalnih usluga susreću zbog opstruiranja implementacije ZZZP-a i ZOO-a u oblasti mjerenja i fakturiranja troškova komunalnih usluga. Zaista, svjedoci smo svakodnevnog i prolongiranog prebacivanja tereta negativnog poslovanja JKP-a na leđa potrošača. Kao ogledni primjer možemo navesti situaciju koju imamo u Sarajevu (ukratko ćemo iznijeti komparativni prikaz zakonskog rješenja, trenutnog stanja na terenu te predlaganih rješenja od strane JKP).

Članom 23. Zakona o komunalnim djelatnostima<sup>37</sup> regulirano je da „davatelj usluge predlaže visinu i način plaćanja komunalne usluge, a konačni prijedlog visine cijene utvrđuje neovisno stručno tijelo Vlade Kantona, a stvarnu cijenu usluge određuje i usvaja Vlada Kantona. Također je regulirano da cijena komunalne usluge sadrži sve troškove tekućeg održavanja i funkcioniranja komunalnog sistema, troškove nabavke novih sredstava, kao i amortizaciju postojećih. *Ukoliko se cijena utvrdi u nižem iznosu od stvarne cijene koštanja, razliku sredstava će nadoknaditi Kanton*“ Nažalost, još uvijek nema odlučnosti da se ovaj zakon primjeni u praksi. Pa imamo situaciju da JKP predlaže sljedeća rješenja<sup>38</sup>:

1) *Hitno pristupiti utvrđivanju i primjeni stvarne cijene koštanja usluga poduzeća kojima će se obezbijediti poslovanje bez gubitaka* (prilikom određivanja te „stvarne cijene“- koja će biti paušalno određena, jer ne postoji mogućnost individualnog mjerenja potrošnje- pravi se usporedba s cijenama vode u Londonu, Beču i Minhenu, pravdajući to tržišnim pristupom i konkurentnošću na svjetskom tržištu, a ne uzimajući u obzir elementarne faktore te računice u BiH-nepostojanje konkurentnosti na državnom prostoru, već prije navedeni paušalni obračun potrošnje, razlike u životnom standardu u EU i BiH te gruba povreda načela o troškovno orijentiranim cijenama, velike zalihe resursa s kojima u ovoj oblasti (nasreću) raspolažemo);

---

<sup>37</sup> Službene novine Kantona Sarajevo, broj 31/04

<sup>38</sup> Analiza stanja u KJKP“VIK“d.o.o.SARAJEVO, siječanj 2009.



2) *Uvesti naknadu za održavanje vodomjera* (pa imamo situaciju da mjesečna naknada za održavanje vodomjera višestruko prelazi vrijednost vodomjera, što je zapravo gruba povreda prava potrošača na temelju stjecanja bez osnove (čl. 244 ZOO-a) JKP; također, ta naknada se može fakturirati jedino ako je održavanje vodomjera posebna usluga poduzeća i ako spada u njegovu registriranu djelatnost, u suprotnome, to je trošak poslovanja koji ne može biti fakturiran);

3) *Obezbijediti sredstva za financiranje zajedničke komunalne potrošnje* (ponovo iz džepa potrošača);

4) *Utvrditi novi tarifni sistem (ukinuti važeće povlastice za potrošače iz oblasti zdravstva, obrazovanja, nauke, kulture, socijalne zaštite i vojske F BiH)* i dr.

Ili izraženo brojevima: „...tada proizlazi da je prosječna stvarna cijena vode i odvodnje trebala u 2009. godini iznositi 2,73 KM što je za 130% više od aktualne prosječne cijene...traženim povećanjem cijena vode i odvodnje obezbijedilo bi se dodatnih cca 8,2 miliona KM, a putem naknade za vodomjere 1,3 miliona KM... ovim bi se *samo djelomično* ublažio nedostatak obrtnih sredstava Poduzeća, do najavljenog formiranja neovisne agencije koja bi se bavila problematikom cijena komunalnih usluga u Kantonu Sarajevo“.

Čini nam se da su JKP izabrala brži i lakši način izlaska iz svoje poslovne krize, koji nažalost nije pravno utemeljen ni pravedan. Zaista, mišljenja smo da se ovi problemi ne bi smjeli rješavati preko novčanika potrošača i svako daljnje zadiranje u ionako krhke obiteljske budžete treba shvatiti kao krajnju mjeru i izvršiti ga u najmanjoj mogućoj mjeri. Štoviše, svjedoci smo provođenja gospodarske, socijalne, urbane, radne, financijske i drugih politika u ovom sektoru što je iznimno štetno.

Jedini korektiv tržišnog natjecanja bi smjela biti potrošačka politika, čije implementacija, u ovom slučaju nedostaje. Akteri (komunalna poduzeća) nisu tržišno orijentirani što dugoročno gledano i u konačnici će se morati izmijeniti. Organizacija poslovanja koja je fokusirana na naplaćivanje paušalnog iznosa od velikog broja korisnika, ne vodeći pri tome računa o stvarnoj potrošnji štetna je iz više razloga:

a) Troškovno neorijentirane cijene (remećenje tržišnog mehanizma)

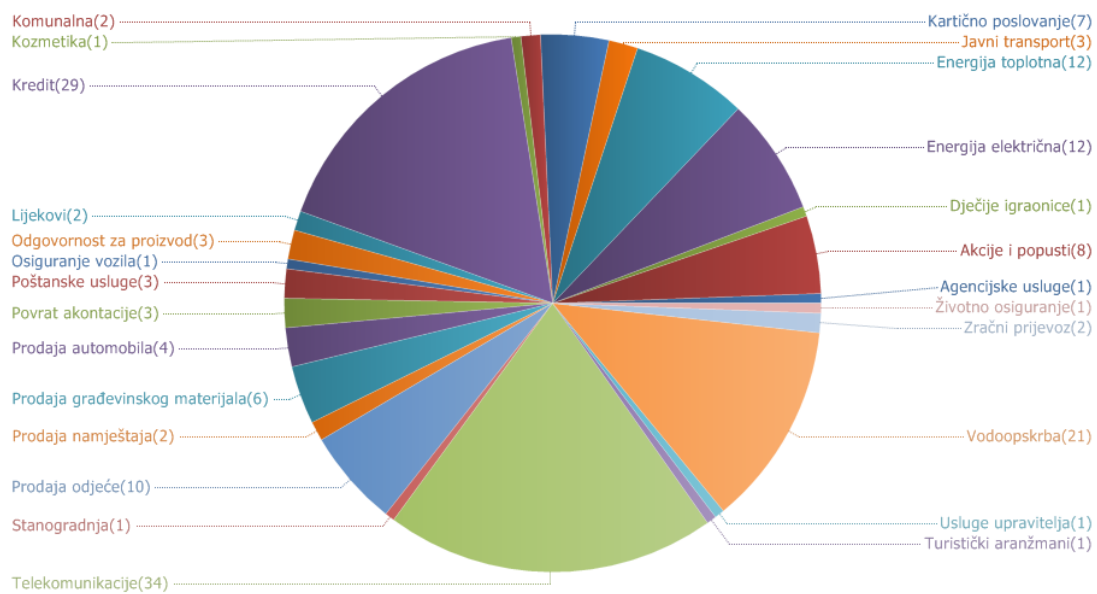
b) Nepostojanje stvarne konkurencije u ovom sektoru

c) Neekonomično trošenje prirodnih resursa (stavka na koju međunarodna javnost stavlja veliki naglasak i prema kojoj će se BiH ubrzo i odlučno morati odrediti).

Stoga je neophodno započeti sa usuglašavanjem zakona o komunalnoj djelatnosti sa Zakonom o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini (kao *lex generalis-om*) i ostalim zakonima i politikama relevantnim za ovu oblast, jer će ta usuglašenost biti inicijalna kapsla usuglašavanja seta zakona koji čine pravni ambijent usluga od posebnog interesa svim potrošačima.

Kao dobar primjer gore navedenog zahtjeva predstavlja Uredba o općim uvjetima za snabdijevanje vodom za piće, obradu i odvođenje otpadnih i atmosferskih voda donesena od strane Vlade Kantona Sarajevo (Sl.n. br. 29/2013.). Odredbama članaka 26.-29. regulira se ova materija u odnosu na isporuku vode i sukladno našim preporukama o nužnosti postojanja pojedinačnih vodomjera kako u novoizgrađenim tako i u već izgrađenim stambenim jedinicama.

Grafički prikaz zaprimljenih žalbi prema pribavljenim/pruženim proizvodima/uslugama u periodu 01.01.2013.-30.09.2013.g.



## 5. STRATEŠKI CILJEVI

### 5.1. Izrada Pravilnika o unutrašnjoj organizaciji poslova Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača u Bosni i Hercegovini

Trenutna organizacijska struktura Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača u Bosni i Hercegovini ne može u cijelosti zadovoljiti zahtjevima obavljanja osnovne djelatnosti koji se pred Instituciju svakodnevno postavljaju. Naime, u dosadašnjoj praksi rada Institucije ombudsmana pokazalo se da je za ispunjavanje obveza predviđenih odredbama čl.101. do 105., kao i člana 124. ZZP, zatim za rješavanje žalbi i drugih raznoraznih zahtjeva potrošača i udruženja potrošača, potreban daleko veći tim pravnih i ekonomskih eksperata, koji bi pored navedenog istovremeno radio i na edukaciji ovih ciljnih skupina (o pojmu i važnosti edukacije potrošača nešto više dalje u tekstu).

Također, nakon osnivanja Institucije 2007.god. doneseni su novi zakoni i odluke koje predviđaju osnivanje novih radnih mjesta koja bi svaka institucija trebala imati u svojoj organizacijskoj strukturi. Isto se između ostalog odnosi na informacijske tehnologije, zatim na suradnju institucije s drugim nositeljima zaštite potrošača u BiH te relevantnim tijelima na području europskih integracija ( u aktualnom procesu integracije BiH u Europsku uniju pitanjima zaštite prava potrošača bi trebalo posvetiti daleko više pažnje). Treba napomenuti da smo od strane Arhiva BiH, tj. nakon njihove redovne kontrole dobili preporuku o obavljanju odnosno organiziranju poslova radnog mjesta arhivara. Tu je također preporuka Ureda za reviziju institucija BiH koja se odnosi na činjenicu nedopustivosti situacije u kojoj isti službenik vršiti obradu i kontrolu akta u svima fazama postupka, a kakvo je trenutno stanje s obzirom da je prema trenutno važećem pravilniku o sistematizaciji predviđen samo jedan službenik ekonomske struke.

Trenutno važećim Pravilnikom o unutrašnjoj organizaciji poslova u Instituciji predviđeno je ukupno deset izvršitelja, od čega osam stalno zaposlenih plus dva volontera (*jedno imenovano lice, tri pomoćnika, dva stručna suradnika i dva zaposlenika sa srednjom stručnom spremom*). Zbog navedenog obujma poslova i njihove specifičnosti 31. svibnja, 2011. godine u proceduru donošenja je upućen Prijedlog novog Pravilnika o unutrašnjoj organizaciji (...) kojim se, između ostalog predlagalo osnivanje manjih područnih ureda za zaštitu potrošača ( ukupno *6 službenika po područnim uredima i jedan zaposlenik plus 1 prevoditelj i 1 stručni savjetnik u Mostaru, a tu je i izmjena u pogledu stručne spreme za pomoćnika*). Navedene izmjene su bile urađene radi unapređenja rada i teritorijalne pokrivenosti s jedne strane, dok se s druge strane težilo smanjenju nepotrebnih troškova službenih putovanja i ostalih popratnih troškova.

Pri izradi predložene sistematizacije, prvenstveno smo se rukovodili principom ekonomičnosti i efikasnosti rada Institucije i to na način da u okviru jednog radnog mjesta bude akumulirano više srodnih poslova. Naime, pri svemu navedenom se prvenstveno imalo na umu potrebe i zahtjevi potrošača i udruženja potrošača s jedne strane, te ekonomska situacija u zemlji s druge.

Spomenuti Prijedlog je bio uvrštavan u tri navrata na Dnevni red Sjednice Vijeća ministara međutim o njemu se nikad nije odlučivalo. Posredno se može izvući zaključak o trenutnom postojanju političke klime nesenzibilne za pitanja potrošača i pitanja njihove zaštite.

Novim prijedlogom Pravilnika (koji je u izradi) neće se ići na teritorijalno niti proračunsko proširenje, već će se u postojećim i zadanim okvirima, personalnom maksimizacijom poslovnih učinaka svakog pojedinog zaposlenika zadati ostvarenje postavljenih ciljeva. Kao novitet bi se predložilo 1 mjesto stručnog suradnika za pravne poslove zaposlenog na poslovima zaštite potrošača.

Organizacija i rad Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača u najvećoj mjeri ovisi o zadanom društvenom kontekstu i postojećoj političkoj klimi, tj. opredjeljenosti. Ta opredjeljenost bi, naravno, trebala imati svoj materijalni izraz. Kada bi navedeni parametri bili povoljni, onda bi se naš rad i razvoj razvijao u ovim smjerovima: funkcionalno-operativno produbljivanje rada te maksimizacija poslovne učinkovitosti svih zaposlenika (personalna specijalizacija za određena područja rada uz istovremenu involviranost u sve aspekte rada institucije po principu *svi rade sve*).

Naizgled ovako postavljen okvir izgleda kontradiktoran no tomu je tako budući da vrijeme u kojemu živimo pred nas postavlja ovakve izazove. Naime, zaštita potrošača obuhvaća cijelu lepezu društvenogospodarskih odnosa. Nepostoji čovjek koji nije ujedno i potrošač, te su potrošači uslijed diskrepancije (raskoraka, nepodudarnosti) između proklamiranih potrošačkih prava i potrošačke svakodnevnice jedna od najugroženijih društvenih grupa. Značajni dio potrošačke legislative i monogobrojni pravni mehanizmi koji potrošačima stoje na raspolaganju za njih su i dalje nepoznanica. Potrošački sporovi su u pravilu sporovi male vrijednosti i rijetko kulminiraju u sudskom epilogu što u pravilu dovodi do pravne nesigurnosti i neizvjesnosti. Subjektivni osjećaj nepravde i minorizacije od strane velikih poslovnih subjekata te ignorancije od strane države dovode do apatije i nezainteresiranosti s jedne strane te povećanog nekritičkog konzumerizma s druge strane.

Zbog svega rečenog, Institucija ombudsmana u budućoj perspektivi i uvjetima koji to budu dozvoljavali vidi rad Institucije organiziran na sljedeći način:

a) Odjel ili službenik za žalbe potrošača

U skladu s sadašnjim Pravilnikom žalbe potrošača rješavaju dva djelatnika i to pomoćnice Ombudsmana. U sve ostale poslovne zadatke (rad i koordinacija s ostalim nositeljima zaštite potrošača, istupanje u medijima, koordinacija i rad s udruženjima potrošača) nužno se postavlja pitanje daljne segmentacije, partikularizacije i specijalizacije radnih zadataka.

Kada bi to materijalni uvjeti dozvoljavali, odjel bi se sastojao od službenika koji bi rješavali žalbe po sektorima. Zaštita potrošača je izrazito širok pojam koji obuhvaća sve oblasti tržišta i gospodarstva. Zbog specifičnih problematika svake od tih oblasti, te u cilju stručnog, kompetentnog i meritornog postupanja po žalbama potrošača, ovakav pristup će se u budućnosti nametnuti kao nužan. Zaposlenici koji budu radili po žalbama će također

izrađivati Posebne izvještaje o položajima potrošača po različitim gospodarskim oblastima i sektorima, kao i pripremati preporuke, instrukcije i ostale vezane akte.

- b) Odjel ili službenik za ocjenu usklađenosti pravnih akata sa Zakonom o zaštiti potrošača i europskom legislativom te za izradu, provedbu i koordinaciju projektata financiranih od strane EU

Naime, zaštita potrošača obuhvaća cijelokupno gospodarstvo i tržište. Kroz proklamirano slobodno tržišno gospodarstvo i neometanu konkurenciju, potrošači posredno postaju ustavna kategorija. Danas, potrošačko pravo na izbor, pristup osnovnim ekonomskim uslugama od općeg značaja, život u zdravoj i održivoj okolini i dr., dobivaju značaj osnovnih ljudskih prava. U zemljama razvijene zapadne demokracije pravo na pristup internetu je na primjer, proklamirano kao osnovno ljudsko pravo. Zakon o zaštiti potrošača načelno uređuje položaj potrošača u odnosu na druge sudionike na tržištu. Takva normativizacija podrazumijeva daljnu razradu kroz druge opće i sektorske, zakonske i podzakonske akte. Kad se još k tome uzme u obzir proces integracije BiH u EU i proces harmonizacije bh zakonodavstva sa komunitarnim, kao nužno se ukazuje potreba ocjene usklađenosti i konzistentnosti akata u proceduri donošenja sa postojećom potrošačkom legislativom. U suprotnom, pravni sustav biva iščašen, opterećen nedoumicama i slijepim ulicama koja dovode u pitanje pravnu sigurnost i vladavinu prava.

Djelatnosti izrade, provedbe i koordinacije suradnje na raznim projektima u potrošačkoj oblasti također su značajne i kompleksne. Zaštita potrošača je izrazito dinamična oblast u EU, obilježana je raznim projektima edukacije i osnaživanja kako potrošača tako i potrošačkih udruženja. Razni modusi financiranja kvalitetnih i svrsishodnih projekata nameću ovaj način rada kao poželjan i moguć.

- c) Odjel ili službenik za edukaciju potrošača

Ciljevi edukacije potrošača jesu naobrazba neovisnih, diskriminativnih i informiranih potrošača. Za svrhu imaju pružiti znanje potrošačima svih dobi i dati uvid u to kako je biti potrošač u kompleksnom i višestranom društvu, omogućujući im osnovna znanja iz područja potrošačkog prava, osobnih financija, ekonomije, reklamiranja i uvjeravanja, potrošnje i okoliša, globalnih resursa, kućanstva, odjeće, cijena i kvalitete, ishrane i zdravlja. I škole i mediji mogu doprinijeti razvijajući svijest učenicima o tome koliko su izloženi određenim utjecajima koji se odnose na stil života, potrošačke navike, vrijednosti i stavove. Educirati ili obrazovati potrošače znači osposobiti ih za kritičko prihvatanje relevantnih informacija (informiranje) kako bi bili u stanju ispravno odigrati svoju odgovornu ulogu na tržištu. Dakle, pojam educiranja potrošača treba razlikovati od pojma informiranja potrošača, kojemu prethodi.

Ovaj opis se, daljnjim diskutiranjem, može proširiti i produbiti. Podučavati u polju pitanja potrošača stoga ima za cilj razvijati analitičan i kritički svjestan stav prema potrošnji, gdje su potrebe i zahtjevi za kvalitetom, cijenama, uslugi, izvorima i očuvanjem okoliša vrlo

jasni. Potrošačima od ranije dobi bi trebalo dati uvid u ekonomiju i ekonomske probleme, u odnos posla i novca, te u odnose proizvodnje, potrošnje i štednje. Trebalo bi, također, obratiti pažnju na to kako nove činjenice i tehnologija doprinose mijenjanju potrošačkih navika, te posljedica koje oni imaju za kućanstvo i okoliš. Potrošači moraju biti informirani o djelovanju modernog tržišta i tehnikama prodaje, da bi povećali sposobnost pravljenja izbora kao informirani potrošač, te da bi zauzeli neovisan stav o kupovini i sredstvima plaćanja.

Danas obitelji funkcioniraju kao mali biznisi sa dnevnim uplatama i isplatama, te informacijama o stanju na računu. Upravljanje osobnim financijama zahtijeva određeno znanje – o tome kako napraviti budžet i planirati financije, o reklamiranju i uvjeravanju, ishrani, kućanstvu, odjeći i dr. potrošnji. Svijest o kvaliteti i cijeni, kao i poznavanje prava i obveza, su vrlo važni.

Pitanja potrošača se stoga dotiču bitnog dijela svakodnevnog života obitelji. Edukacija potrošača tiče se svakodnevnih pitanja, koja su uvijek relevantna. Ta pitanja bi se trebala tretirati sa raznih osnova, i to u poljima kao što su domaćinstvo, materinski jezik, ekološke studije, nauk o građanskim pravima, obrazovanje o umjetnosti i zanatstvu, prirodne znanosti, matematika, tehnologija i znanost o medijima. Činjenica da je edukacija potrošača povezana sa tako mnogo različitih subjekata daje više mogućnosti za obrađivanje širih tema, te olakšava njen progresivan razvoj kroz školovanje i život.

Znanje i stav mladih potrošača može se razvijati u skladu sa dobi i zrelosti kroz razne oblike rada i tematske pristupe prilagođene raznim školskim nivoima. Pritom je važno da se obrazovne institucije kao nositelji zaštite potrošača pripreme za interdisciplinarno podučavanje i projekte tako da je veza između tematskog rada u raznim poljima jasna.

- d) Odjel ili službenik za odnose s udruženjima potrošača i medijima (PR – odnosi sa javnošću)

U skladu s čl. 101. toč. a) koji postulira podršku Institucije ombudsmana udruženjima potrošača ovakva jedna zasebna djelatnost čini se nužna. Samo se kroz kooperaciju vladinog i nevladinog sektora zacrtana politika zaštite potrošača može ostvariti i potrošačima se može pružiti deklarirana podrška i pomoć.

- e) Odjel za zastupanje kolektivnih potrošačkih interesa i prava pred sudbenim tijelima BiH, za pružanje besplatne pravne pomoći potrošačima te za pokretanje alternativnih načina rješavanja potrošačkih sporova (u uskoj suradnji s odjelom za žalbe)

U skladu s čl. 101 st. h) i čl. 103 (kojima se normiraju ovlaštenja Ombudsmana vezano za predlaganje i iniciranje alternativnog rješavanja sporova te postupanje Ombudsmana pred sudom) zamišljamo i ovaj odjel tj. službenika kao osobu koja bi se isključivo bavila ovim opširnim, zahtjevim i odgovornim poslom.

f) Odjel ili službenik za informatičku podršku Institucije

Institucija ombudsmana ima aktivnu web stranicu koju je potrebno redovno održavati i aktualizirati. Dakle, ažurna i javno raspoloživa web stranica Institucije je nužan preduvjet svrsishodne djelatnosti. Također, trenutno su kao vanjski suradnici angažirani pojedinci koji nam omogućavaju nesmetan i kontinuiran rad na računalima i ostaloj informatičkoj i telekomunikacijskoj opremi.

## **5.2. Program obuka**

Agencija za državnu službu Bosne i Hercegovine je, u cilju afirmiranja državne službe, usavršavanja znanja i vještina državnih službenika te s namjerom razvijanja obuke u institucijama Bosne i Hercegovine pripremila Startegiju obuke i razvoja državnih službenika 2013.-2015. Zaposlenici Institucije Ombudsmana su se do sada usavršavali kroz razne treninge ( učenje stranih jezika, seminari vezani za javne nabave i računovodstvo, usavršavanje admimistrativnih, upravljačkih i drugih vještina potrebnih u upravnim tijelima) te će isto nastaviti i u budućnosti.

## **5.3. Izrada internet platforme i arhiva za žalbe**

2013. godine je počela pokusna faza rada na internet platformi koja je zamišljena kao virtualni forum preglednog unosa, rješavanja i arhiviranja žalbi potrošača. Ovakav inovativni pristup ovoj važnoj oblasti našeg djelovanja ima za cilj omogućiti pregledniji rad i olakšano postupanje po žalbama. Također, brži pronalazak neophodnih podataka i deduciranje trendovskih pokazatelja su razlozi za ovakvo informatičko opredjeljenje.

## **5.4. Daljnje informatičko umrežavanje zaposlenika**

Planirano je i daljnje umrežavanje i povezivanje zaposlenika kroz OVIS program (praksa već prisutna u mnogim državnim institucijama).

## 6. ZAKLJUČCI I ZAVRŠNE PREPORUKE

Strategija za razvoj Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača BiH obuhvaća četverogodišnje razdoblje, tj. razdoblje od 2013.-2017. godine. Sadašnji uvjeti i okolnosti dopuštaju nam načelno bavljenje problemima potrošača sukladno čl. 104 Zakona o zaštiti potrošača koji postulira obvezu Ombudsmana da pri obavljanju svojih dužnosti prioritet ukaže onim problemima čije je rješavanje od najvećeg značaja za potrošače (...). S ove točke gledišta, teško je predvidjeti u kojim oblastima ćemo najviše preventivno i kolektivno djelovati, no, prema svemu sudeći oblast ekonomskih usluga od općeg značaja će biti dominantna. Neophodnost, tj. esencijalnost takvih usluga (opskrba strujom, vodom, grijanjem, internetom), problemi s nepoštenim odredbama općih i posebnih uvjeta poslovanja, izostanak konkurencije te neorganiziranost samih potrošača su nažalost, parametri čije mijenjanje, ako uopće postoji takva opredjeljenost i trend, zahtjeva duži vremenski period.

Roba široke potrošnje i mehanizmi njene kontrole (ispravnosti i sigurnosti) su pokriveni efikasnim institucionalnim i normativnim mehanizmima. Također, nadzor nad tržištem se uspješno provodi od strane tržišnih inspektorata i entitetskih agencija. Oblast komercijalnih usluga je i u najvećem dijelu usklađena, tj. harmonizirana sa propisima EU u toj domeni. Stoga, Institucija ombudsmana namjerava naprijed izložen plan razvoja i djelovanja aktivirati u skladu s kadrovsko-persolnanom ekipiranosti i značajem ugroženih potrošačkih prava. Dakle, preventivno djelovanje u smislu kolektivne zaštite potrošačkih prava, tj. ukazivanje na postojanje i nužnost prestanka provođenja prakse suprotne potrošačkoj legislativi vidimo kao logičan i svrsishodan nastavak našeg rada i djelatnosti.

Potrošač je svatko tko stječe stvari za svoje osobne potrebe i van svoje profesionalne djelatnosti, ali to ujedno i ne znači da samim time osoba potrošača u potpunosti ispunjava sav potencijal te društvene uloge. Biti potrošačem, biti onim subjektom koji svojim odgovornim ponašanjem razlikuje konkurente na tržištu, poboljšava ponudu, traži nova rješenja za svoje rastuće potrebe, pregovara za bolje ugovorne klauzule, traži ostvarenje svojih prava i interesa – podrazumjeva jedno znanje, uvid i vještinu. Educiranje potrošača kroz medije, obrazovne institucije, razne otvorene projekte edukacije oposobljava pojedince upravo u tom smislu, tako da bi mogli u šumi informacija razabrati one bitne, te na osnovu njih donijeti informiranu potrošačku odluku. Podizanje društvene svijesti o ovim pitanjima usko je povezano sa dva goruća problema današnjice: konzumerizmom i zaštitom okoliša. Ako znamo da su život i rad u zdravoj i održivoj okolini proklamirani kao temeljno ljudsko i potrošačko pravo moramo se kao globalna zajednica zapitati tko je pozvan da nam ta prava osigura, te početi ono što jedino možemo: preuzeti odgovornost za potrošački aspekt našeg života.

Broj: 01-1-26-1-416/13

Ombudsman

U Mostaru, 19.11.2013. godine

Dragan Doko