

На основу члана 124. Закона о заштити потрошача („Службени гласник РС”, број 73/10) и члана 45. став 1. Закона о Влади („Службени гласник РС”, бр. 55/05, 71/05-исправка, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12-УС и 72/12),

Влада доноси

## СТРАТЕГИЈУ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА ЗА ПЕРИОД 2013 – 2018. ГОДИНЕ

### I. УВОД

Унапређење области заштите потрошача је важан сегмент развоја модерног тржишта. У изазове са којима се Република Србија суочава у процесу тржишних реформи спадају: либерализација трговине и регионализација европског тржишта, повећање броја услуга, развој и брзо ширење информација, развој информационо-комуникационих технологија и трансакционих система, развој одрживих образаца производње и потрошње, веће разумевање улога и одговорности потрошача од стране њих самих, већа усмереност привредних субјеката на интересе потрошача, развој механизма представљања колективних интереса потрошача у доношењу одлука и спровођењу закона, као и унапређење свести потрошача у савременој економији заснованој на информацијама.

Сходно опредељености Републике Србије за приступ Европској унији (у даљем тексту: ЕУ) и успешној имплементацији пројеката финансираних од стране ЕУ усмерених на спровођење политике заштите потрошача, капацитети државне управе и удружења и савеза удружења за заштиту потрошача (у даљем тексту: удружења потрошача) континуирано јачају. Стратегија заштите потрошача за период 2013 – 2018. године (у даљем тексту: Стратегија) је у складу са чланом 78. Споразума о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њихових држава чланица, са једне стране, и Републике Србије, са друге стране који је потврђен Законом о потврђивању Споразума о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њихових држава чланица, са једне стране, и Републике Србије, са друге стране („Службени гласник РС – Међународни уговори”, број 83/08), за креирање бољег окружења за потрошаче и у том правцу су предложени циљеви и активности овог акта. Дефинисане мере засноване су на анализи прописа у области заштите потрошача и других меродавних прописа, приоритетима за јачање институционалних капацитета владиних институција и невладиних организација, потреби за бољом интеграцијом политике заштите потрошача у све друге политике, као и за бољим механизмима за судску и вансудску заштиту потрошача и боље спровођење политике заштите потрошача. Предложене иницијативе за јачање капацитета органа надлежног за заштиту потрошача, унапређење система сарадње са другим владиним телима, утврђени критеријуми независности и репрезентативности удружења потрошача и додељивање средстава из буџета на свим нивоима и подршка релевантних институција при конкурисању за средства из међународних фондова оним удружењима потрошача која испуњавају поменуте критеријуме побољшаће свеобухватан систем заштите потрошача у Републици Србији.

У процесу јачања система заштите потрошача, веома је важна улога Националног савета за заштиту потрошача (у даљем тексту: Национални савет) који је основан 18. октобра 2012. године, а чине га представници министарстава чије надлежности се тичу заштите потрошача, удружења потрошача, трговаца и независни експерти из области

заштите потрошача. Национални савет, између осталог, одговоран је и за извештавање Владе о спровођењу Акционог плана за реализацију Стратегије (у даљем тексту: Акциони план).

Политика заштите потрошача је област која директно може да допринесе успеху економских реформи у Републици Србији. Једним делом, ова политика подразумева подстицање активног учешћа грађана на тржишту, а које се заснива на њиховом познавању потрошачких права и интереса. Потрошачи који су у могућности да доносе адекватне одлуке на основу квалитетних информација подстичу конкуренцију и унапређују пословање привредних друштава, чиме се стимулише привредни раст. Међутим, да би се то остварило, потрошачи морају да се осећају сигурно на тржишту и да имају пуно поверење у његово функционисање. То значи да потрошачима мора бити омогућено да на делотворан начин остварују своја основна права која се односе на безбедност, образовање и информисање, заштиту економских интереса, делотворно решавање потрошачких проблема и заступање њихових интереса, као и доступност основних роба и услуга. Јачање се не односи само на права потрошача, већ и на стварање окружења које омогућава потрошачима да остварују и користе своја права. Предуслов за то је стварање система у којем су потрошачи свесни својих права и одговорности, имају приступ информацијама и саветима, свесни су да су безбедни на тржишту и да постоје ефикасни механизми за откривање непоштеног пословања на тржишту. То такође значи да су потрошачима доступна ефикасна средства правне заштите, као и одговарајућа надокнада штете.

Самоуверени, заштићени и активни потрошачи захтевају бољи квалитет робе и услуга и, као такви, представљају покретаче иновација на тржишту. Привредни субјекти који буду одговарали на потребе потрошача ће на најбољи начин моћи да одговоре на захтеве новог тржишног окружења.

Међутим, у земљама у транзицији као што је и Република Србија, тржиште карактеришу проблеми који представљају препреку његовом правилном функционисању. У такве проблеме спадају: низак ниво свести становништва о питањима заштите потрошача, немогућност разумевања уговорних одредби, нарочито у области телекомуникација, финансијских услуга, енергетике, затим непостојање или неадекватно означавање цена и додатних трошкова, непотпуно означавање производа, одсуство упутстава и упозорења и одсуство упутстава написаних на српском језику, асиметрија информација, нејасни услови гаранције, недостатак независних извора информисања потрошача, непоштене трговачке праксе и преварно оглашавање, агресивне методе продаје.

Други недостаци односе се на решавање потрошачких спорова, јер је потрошачима онемогућен делотворан приступ поступцима за заштиту права. Пракса правосудних система свих земаља чланица ЕУ показала је следеће најчешће препреке: претерани формализам, предуго трајање и превелики трошкови поступка, који могу утицати на то да потрошач одустане од подношења тужбе суду; затим то што механизми за вансудско решавање спорова не испуњавају критеријуме независности, делотворности и права на заштиту, у оној мери у којој постоје; и на крају то што судски поступци за заштиту колективних интереса потрошача могу имати компликоване процедуре и ограничена финансијска средства (енг. *Consumer redress in the EU: consumer experiences, perceptions and choices*, EC Eurobarometer, August 2009, 120 страна; *Green paper on consumer redress*, 27 November 2008, COM(2008)794 final, 16 страна. Оба извештаја се могу наћи на интернет страни: [http://ec.europa.eu/consumers/redress\\_cons/docs](http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/docs)).

У оваквом окружењу, улога независних удружења потрошача и цивилног друштва је од кључног значаја. Међутим, потрошачки покрет у Републици Србији, иако се континуирано развија, и даље је недовољно јак, слабо организован, некоординисан и недовољно финансијски подржан.

Међутим, и у постојећим условима у којима куповна моћ потрошача представља основну препреку за њихово задовољство, делотворна примена прописа у области заштите потрошача може утицати на отклањање негативних ставова, стварањем поверења код потрошача у систем који, иако није савршен, тежи да буде праведан. Из наведених разлога, циљ је ове стратегије да потрошач буде кључни актер на тржишту.

Законодавство и политика у области заштите потрошача заправо доприносе начелима демократије, грађанског учешћа и дистрибутивне правде на којима треба да се заснивају актуелне економске реформе у Републици Србији.

## II. СТРАТЕШКИ ЦИЉЕВИ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА

Систематизација главних активности које ће се спроводити у области заштите потрошача у један стратешки документ је рационалан потез којим ће се остварити вишеструка корист.

Наиме, ова стратегија пружа основу за спровођење иницијатива усмерених на потрошаче и повећава легитимитет мера које ће се спроводити у циљу заштите потрошача на тржишту. Стратегија захтева стварање оквира за доношење одлука о политици у овој области, спровођење активније и транспарентније политике заштите потрошача и унапређење процеса праћења мера које ће се спроводити.

### 1. Општи циљ

Општи циљ Стратегије је да се до 2018. године обезбеди висок ниво заштите потрошача у Републици Србији и унапреди систем заштите потрошача у складу са стандардима и праксом ЕУ.

### 2. Специфични циљеви

Основни елементи у стварању свеобухватног, делотворног и ефикасног система заштите потрошача су:

- јасна, приступачна, развијена и кохерентна правна основа за спровођење активности;
- владина тела одговорна за развој и спровођење свеобухватне политике заштите потрошача;
- јасно утврђене надлежности, одговорности и овлашћења;
- координација и сарадња између кључних актера, односно државних институција и невладиних организација;
- одговарајући ресурси и капацитети;
- адекватан и свеобухватан систем надзора над тржиштем;
- адекватни механизми и процедуре спровођења закона;
- јака и активна удружења потрошача;
- активни потрошачи;
- унапређење сарадње на регионалном и међународном нивоу.

У складу с тим, утврђено је следећих шест комплементарних специфичних циљева:

- ЦИЉ 1 Унапређење заштите права и интереса потрошача изменама прописа;
- ЦИЉ 2 Боља интеграција политике заштите потрошача у друге државне политике;
- ЦИЉ 3 Даље јачање институционалног оквира заштите потрошача;
- ЦИЉ 4 Делотворније спровођење закона и ефикаснији систем надзора над тржиштем у области заштите потрошача;
- ЦИЉ 5 Јачање удружења потрошача и индивидуалних потрошача;

- ЦИЉ 6 Развој чврстог оквира за регионалну и међународну сарадњу.

### 3. Главне смернице

У остваривању циљева политике заштите потрошача, надлежни органи морају поштовати следеће основне принципе:

- 1) *законитост*: мере треба да се темеље и спроводе на основу релевантних одредби важећих закона;
- 2) *делотворност*: механизми који се користе треба да омогуће делотворно остваривање права потрошача и спровођење закона у области заштите потрошача;
- 3) *целовитост/свеобухватност*: хоризонтална природа политике заштите потрошача подразумева да су обухваћене све врсте добара (робе) – покретна и непокретна, материјална и нематеријална; све врсте услуга – материјалне и нематеријалне; све категорије привредних субјеката без обзира на њихову улогу у процесу производње, дистрибуције робе или пружања услуга и без обзира на њихов правни статус, односно да ли је реч о приватном, мешовитом или државном власништву; сва питања у вези са потрошачима и све категорије потрошача;
- 4) *комплементарност*: Закон о заштити потрошача треба посматрати као општи закон који допуњује „секторске” законе и примењује се на све односе између потрошача и трговца, потрошачке уговоре и робе и услуге које потрошач користи, ако не постоје одредбе „секторских” закона које имају исту сврху и којима се регулишу поменути односи, уговори, робе или услуге и који потрошачима пружају виши степен заштите (у даљем тексту: „други закони”);
- 5) *интегрисаност*: питања која се односе на заштиту потрошача се морају узети у обзир приликом дефинисања и спровођења осталих државних стратегија, политика и активности;
- 6) *плурализам*: на потрошачкој сцени делује велики број различитих актера. Иако је заштита и добробит потрошача пре свега одговорност државних органа, улога невладиних удружења потрошача је од кључног значаја и мора се промовисати. Као што је већ поменуто, сви привредни субјекти, без обзира на њихово место у процесу производње, дистрибуције робе или пружања услуга и без обзира на њихов правни статус, имају одређену улогу у остваривању циљева политике заштите потрошача. Плурализам такође подразумева постојање великог броја инструмената политике, односно коришћење механизма доступних на страни понуде (привредни субјекти) и потражње (потрошачи), а у циљу решавања изазова са којима се потрошачи суочавају. Када је реч о понуди, интервенција државе на тржишту са циљем заштите конкуренције и даље представља делотворно средство за унапређење добробити потрошача. Остали механизми усмерени на трговце обухватају забране или ограничења по питању одређених врста продајних метода, оглашавања и пословања, регулисање услова у потрошачким уговорима, издавање дозвола, лиценци и др. Такође, продајци и пружаоци услуга треба да обезбеде одређене информације потрошачима, односно да поштују одређена правила приликом закључивања уговора. Инструменти „меког” права укључују кодексе понашања и ознаке поверења, добровољне стандарде, финансијске подстицаје или дестимулације. У погледу потражње, постоје различити инструменти политике који, између осталог, укључују едукацију потрошача, кампање за подизање свести потрошача, пружање информација, период за предомишљање, помоћ потрошачима да поднесу приговоре и траже правну заштиту, као и процедуре за колективну заштиту потрошача;
- 7) *предострожност*: када постоје оправдани разлози за забринутост због потенцијалних ризика који могу утицати на здравље и безбедност потрошача и

када у исто време расположиви научни подаци нису довољни за спровођење детаљне процене ризика, принцип предострожности позива на увођење мера којима се забрањује стављање у промет производа који је ризичан, односно врши његово повлачење и опозивање.;

- 8) *превентивне мере*: уместо санкционисања непоштеног пословања и надокнаде штете причињене потрошачу, неопходно је интервенисати тако да се спречи појава ризика и превара - нарушавање интереса потрошача, било да је реч о индивидуалним или колективним интересима, треба спречити у настајању и трошкове треба да сноси онај ко ствара ризик;
- 9) *доследност*: скуп закона и других прописа у области заштите потрошача, као и институционални оквир за политику заштите потрошача треба да буду што је више могуће кохерентни. Органи надлежни за креирање политике у области заштите потрошача и органи који спроводе надзор над тржиштем морају бити јасно одређени и треба максимално избегавати расипање надлежности. Дифузна природа, односно широк опсег примене политике заштите потрошача захтева пажљиву координацију свих иницијатива које се предузимају у циљу заштите и промовисања интереса и добробити потрошача, а исто важи и за надзор над тржиштем, као веома значајан елемент у заштити потрошача;
- 10) *пропорционалност*: мере које се предузимају у циљу заштите потрошача на тржишту морају бити сразмерне постављеним циљевима;
- 11) *супсидијарност деловања на централном нивоу у односу на деловање локалне самоуправе*: треба промовисати институције које су блиске грађанима и активне на локалном нивоу будући да њихове активности могу директније утицати у областима као што су образовање, информисање, саветовање и учешће потрошача у процесу доношења одлука - овде спадају локалне самоуправе, локална удружења потрошача и друге локалне иницијативе;
- 12) *добро управљање*: политичке и административне мере и надзор над тржиштем у области заштите потрошача морају се спроводити на независан, недискриминаторан, непристрасан и транспарентан начин.

### III. РЕАЛИЗАЦИЈА ЦИЉЕВА И АКТИВНОСТИ

Предложене краткорочне, средњорочне и дугорочне активности утврђене су у складу са наведеним специфичним циљевима. Наведене активности су комплементарне и треба их тумачити као целину.

#### 1. Циљеви

##### ЦИЉ 1 Унапређење заштите права и интереса потрошача изменама прописа

Активност 1.1 Преглед и измене и допуне постојећег законодавства у области заштите потрошача

Усвајањем новог Закона о заштити потрошача (у даљем тексту: ЗЗП) и његовом примени од 1. јануара 2011. године, начињен је важан корак у нормативном уређењу ове области. Иако је реч о новом и свеобухватном закону, неопходно је у континуитету пратити и ревидирати ЗЗП како би се:

- ускладио ЗЗП са новим решењима у европском законодавству у овој области;
- појасниле оне одредбе за које пракса покаже да доводе до проблема у тумачењу и/или стварају забуну;

- остварило кохерентно законодавство у области заштите потрошача кроз утврђивање комплементарности ЗЗП-а у односу на друге законе који утичу на потрошаче;
- учинили доступним одговарајући механизми за делотворно спровођење одредаба ЗЗП-а оним институцијама које су надлежне за његово спровођење, удружењима потрошача и самим потрошачима.

Предвиђене мере:

- 1.1.1. припрема плана за измене и допуне ЗЗП-а;
- 1.1.2. измене и допуне ЗЗП-а;
- 1.1.3. кампања у циљу информисања потрошача о њиховим правима и интересима у складу са изменама и допунама ЗЗП-а.

Активност 1.2 Усклађивање националних прописа у области заштите потрошача са законодавством ЕУ у овој области

ЗЗП из 2010. године приближио је српско законодавство у области заштите потрошача правним тековинама ЕУ у овој области будући да својим одредбама имплементира одредбе 15 европских директива. Међутим, процес усклађивања је развојног карактера будући да се у ЕУ усвајају нови прописи чије одредбе је потом неопходно уградити у национално законодавство.

На пример, у октобру 2011. године ЕУ је усвојила Директиву 2011/83/ЕК о потрошачким правима која доноси значајне промене у погледу два питања која су такође предмет одредаба ЗЗП-а: *уговора закључених изван пословних просторија* и *уговора на даљину*. Овом директивом се такође уводи неколико измена и допуна дефиниција које су дате у члану 5. тог закона.

Предвиђене мере:

- 1.2.1. припрема Плана за усклађивање националних прописа у области заштите потрошача са правним тековинама ЕУ и његово ажурирање у складу са Националним програмом за усвајање правних тековина Европске уније (2013-2016) (у даљем тексту: НПАА);
- 1.2.2. усклађивање домаћих прописа са прописима ЕУ који су релевантни за заштиту потрошача;
- 1.2.3. процена области примене ових прописа ЕУ и њиховог утицаја на друге прописе.

Активност 1.3 Појашњење примене одређених одредби ЗЗП-а у секторима у чијој надлежности су поједини сегменти области заштите потрошача

У Републици Србији заштита потрошача је у надлежности МТГ-а, али је ова област, као и у већини других земаља, хоризонтална и мултидисциплинарна. Хоризонтална природа заштите потрошача захтева сложен процес доношења и примене одлука. Иако заштита потрошача представља посебну политику, она се не може уредити једним законом и не завршава се пословима из надлежности једног министарства.

Област заштите права потрошача је хетерогена и уређена је различитим законима, па су права и интереси потрошача у Републици Србији распоређени према неколико области и спадају у надлежности неколико државних институција.

Истицање цене, дужност обавештавања пре закључења уговора, непоштено пословање, уговори закључени изван пословних просторија, уговори на даљину, неправичне уговорне одредбе, уговори о продаји робе и гаранције, уговори о пружању услуга, услуге од општег економског интереса, уговори о временски подељеном

коришћењу непокретности, уговори о туристичким путовањима и правна средства заштите потрошача су питања која регулише ЗЗП који је у надлежности МТТ-а. Ово министарство је такође надлежно за електронске комуникације које регулишу Закон о електронској трговини („Службени гласник РС”, број 41/09) и Закон о електронским комуникацијама („Службени гласник РС”, број 44/10) и поштанске услуге које регулише Закон о поштанским услугама („Службени гласник РС”, бр. 18/05 и 30/10), као и за координацију у систему брзе размене информација о опасним производима који се односи на непрехрамбене производе у смислу Закона о општој безбедности производа („Службени гласник РС”, број 41/09) са подзаконским актима за његово спровођење.

Област заштите потрошача део је надлежности и других министарстава и државних институција, као на пример:

- 1) Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде
  - безбедност хране уређују *Закон о безбедности хране* („Службени гласник РС”, број 41/09) и *Закон о органској производњи* („Службени гласник РС”, број 30/10);
  - безбедност вина, ракије и алкохолних пића уређују *Закон о вину* („Службени гласник РС”, бр. 41/09 и 93/12), *Закон о ракији и другим алкохолним пићима* („Службени гласник РС”, број 41/09), *Закон о пиву* („Службени гласник РС”, број 30/10) и *Закон о етанолу* („Службени гласник РС”, број 41/09);
  - заштиту биља уређује *Закон о безбедности хране* („Службени гласник РС”, број 41/09);
  - заштиту животиња уређује *Закон о ветеринарству* („Службени гласник РС”, бр. 91/05, 30/10 и 93/12);
- 2) Министарства здравља
  - безбедност хране уређују *Закон о санитарном надзору* („Службени гласник РС”, број 125/04), *Закон о здравственој исправности предмета опште употребе* („Службени гласник РС”, број 92/11) и *Закон о безбедности хране* („Службени гласник РС”, број 41/09);
  - здравствене услуге уређују *Закон о здравственој заштити* („Службени гласник РС”, бр. 107/05, 72/09 – др. закон, 88/10, 99/10, 57/11, 119/12 и 45/13 – др. закон) и *Закон о здравственом осигурању* („Службени гласник РС”, бр. 107/05, 109/05 – исправка, 57/11, 110/12 – УС и 119/12);
  - безбедност лекова уређују *Закон о лековима и медицинским средствима* („Службени гласник РС”, бр. 30/10 и 107/12) и *Закон о здравственој заштити* („Службени гласник РС”, бр. 107/05, 72/09 – др. закон, 88/10, 99/10, 57/11, 119/12 и 45/13 – др. закон);
- 3) Министарства финансија и привреде
  - туристичке услуге уређују *Закон о туризму* („Службени гласник РС”, број 36/09, 88/10, 99/11 – др. закон и 93/12), *Закон о заштити потрошача* („Службени гласник РС”, број 73/10), *Закон о оглашавању* („Службени гласник РС”, број 79/05), *Закон о јавним скијалиштима* („Службени гласник РС”, број 46/06) и *Закон о удружењима* („Службени гласник РС”, бр. 51/09 и 99/11-др. закон);
  - инфраструктуру квалитета (акредитација, стандардизација, метрологија и технички прописи – оцењивање усаглашености) уређују *Закон о акредитацији* („Службени гласник РС”, број 73/10), *Закон о стандардизацији* („Службени гласник РС”, бр. 36/09), *Закон о метрологији* („Службени гласник РС”, број 30/10) и *Закон о техничким захтевима за производе и оцењивању усаглашености* („Службени гласник РС”, број 36/09);
- 4) Министарства енергетике, развоја и заштите животне средине
  - услуге од општег економског интереса уређују *Закон о енергетици* („Службени гласник РС”, бр. 57/11, 80/11-исправка, 93/12 и 124/12) и *Закон о заштити потрошача* („Службени гласник РС”, број 73/10);
  - заштиту животне средине уређују *Закон о заштити животне средине* („Службени гласник РС”, бр. 135/04, 36/09, 36/09-др. закон, 72/09-др. закон и 43/11-УС), *Закон*

о водама („Службени гласник РС”, бр. 30/10 и 93/12) и Закон о управљању отпадом („Службени гласник РС”, бр. 36/09 и 88/10):

- 5) Министарства регионалног развоја и локалне самоуправе
  - локалну самоуправу уређује Закон о локалној самоуправи („Службени гласник РС”, број 129/07), а финансирање јединица локалне самоуправе уређује Закон о финансирању локалне самоуправе („Службени гласник РС”, бр. 62/06, 47/11 и 93/12) који је у надлежности Министарства финансије и привреде;
- 6) Министарства рада, запошљавања и социјалне политике
  - доступност услуга и остваривање права у социјалној заштити уређују Закон о социјалној заштити („Службени гласник РС”, број 24/11) и Закон о финансијској подршци породици са децом („Службени гласник РС”, бр. 16/02, 115/05 и 107/09);
- 7) Народне банке Србије
  - финансијске услуге уређују Закон о осигурању („Службени гласник РС”, бр. 55/04, 70/04-исправка, 61/05-др. закон, 85/05-др. закон, 101/07, 63/09-УС, 107/09, 99/11 и 119/12), Закон о заштити корисника финансијских услуга („Службени гласник РС”, број 36/11), Закон о финансијском лизингу („Службени гласник РС”, бр. 55/03, 61/05, 31/11 и 99/11-др. закон), Закон о Народној банци Србије („Службени гласник РС”, бр. 72/03, 55/04, 85/05-др. закон, 44/10, 76/12 и 106/12), Закон о банкама („Службени гласник РС”, бр. 107/05 и 91/10) и Закон о добровољним пензијским фондовима и пензијским плановима („Службени гласник РС”, бр. 85/05 и 31/11);
- 8) Републичке агенције за електронске комуникације (РАТЕЛ)
  - телекомуникационе услуге уређује Закон о електронским комуникацијама („Службени гласник РС”, број 44/10);
- 9) Комисије за заштиту конкуренције (КЗК)
  - заштиту конкуренције уређује Закон о заштити конкуренције („Службени гласник РС”, број 51/09).

Остали закони који регулишу поједина питања из области заштите потрошача су: Закон о облигационим односима („Службени лист СФРЈ”, бр. 29/78, 39/85, 45/89 - УСЈ и 57/89, „Службени лист СРЈ”, број 31/93, и „Службени лист СЦГ”, број 1/03 - Уставна повеља), Закон о оглашавању („Службени гласник РС”, број 79/05), Закон о трговини („Службени гласник РС”, бр. 53/10 и 10/13), Кривични законик („Службени гласник РС”, бр. 85/05, 88/05-исправка; 107/05-исправка; 72/09, 111/09 и 121/12) и други прописи којим се уређују услуге од општег економског интереса, као и Закон о парничном поступку („Службени гласник РС”, бр. 72/11 и 49/13-УС).

Имајући у виду широк нормативни оквир ове области, неопходно је континуирано консолидовање тог оквира, док постојање колизије одредаба и нормативног дуализма захтева свеобухватну анализу постојећих прописа из области заштите потрошача. Такође, због постојања извесне неусаглашености, неопходно је уредити и међусобни однос ЗЗП-а са прописима који регулишу посебне делатности (лекови, храна, финансијске услуге, услуге од општег економског интереса итд.) како би се створио функционалнији систем заштите права и интереса потрошача.

У ту сврху, у ЗЗП је потребно увести тзв. правило комплементарности (правило комплементарности је дефинисано у оквиру основних принципа политике заштите потрошача у одељку „Главне смернице”).

Правило комплементарности би обезбедило решење у следећим ситуацијама:

- ако не постоје „други закони” који се могу применити на заштиту потрошача, примењују се одредбе ЗЗП-а. Овај принцип подразумева да се одредбе ЗЗП-а у потпуности примењују на све односе, уговоре, производе и услуге који нису уређени „другим законима”;
- када се на заштиту потрошача примењују „други закони”, одредбе ЗЗП-а ће се примењивати на односе, уговоре, производе, услуге и питања која нису обухваћена тим „другим законима”. Дакле, сама чињеница да се примењује „други закон” на питања у вези са заштитом потрошача не искључује примену одредаба ЗЗП-а,



односно оних одредаба ЗЗП-а за које не постоје одговарајући еквиваленти у конкретном „другом закону”. ЗЗП не замењује „друге законе” и одредбе, већ их допуњује;

- одредбе „других закона” за које не постоје одговарајући еквиваленти у ЗЗП-у примењују се на уговоре, производе или услуге на које се односе поменути „други закони”;
- када „други закон” садржи одредбе које имају исту сврху као и одредбе садржане у ЗЗП-у, али су у супротности са одредбама ЗЗП-а, предност имају одредбе „другог закона”. На пример, могуће је да се „другим законом” направи изузетак од примене општих одредаба ЗЗП-а.

Међутим, одредбе „других закона” имају предност у односу на ЗЗП искључиво под условом да потрошачима пружају већи обим заштите. У складу са овим тумачењем, ЗЗП као општи закон се сматра минималном заштитом која је обезбеђена потрошачима од које нису дозвољена било каква одступања, чак ни у оквиру „других закона”.

Предвиђене мере:

- 1.3.1. увођење правила комплементарности;
- 1.3.2. преглед прописа који имају утицај на права и интересе потрошача;
- 1.3.3. смернице о применама правила комплементарности;
- 1.3.4. припрема упитника о надлежностима других државних органа у области заштите потрошача;
- 1.3.5. припрема и спровођење обука са циљем бољег разумевања одредаба ЗЗП-а и његове примене за запослене у државним органима и невладиним институцијама.

Активност 1.4 Социјална укљученост и заштита угрожених потрошача

Социјална укљученост угрожених потрошача, и разматрање специфичне ситуације у којој се они налазе, укључујући и разматрање потреба старијих категорија становништва, спадају у приоритете предлога Европског програма за заштиту потрошача за период 2014 – 2020. године, који је тренутно у фази расправе у Бриселу (предлог Уредбе о Програму заштите потрошача за период 2014-2020, КОМ (2011) 707 коначни, 9. новембар 2011 (енг. *Proposal for a regulation on a consumer programme 2014-2020, COM(2011)707 final, 9 November 2011*)). Такође, треба напоменути да је Европски парламент недавно подржао иницијативу којом се Европска комисија и државе чланице подстичу да израде стратегију за унапређење права угрожених потрошача (Извештај Одбора за унутрашње тржиште и заштиту потрошача, Европски парламент, 8. мај 2012, ПЕ480.825v03-00, стр. 15 (енг. *Report of the Committee on the Internal Market and Consumer Protection, European Parliament, 8 May 2012, PE 480.825v03-00, 15 p*)).

Између осталог, указано је на ограничења у коришћењу средстава информисања у циљу заштите угрожених потрошача, с обзиром на то да њихова угроженост може да произлази из потешкоћа на које наилазе када је реч о приступу информацијама, односно процени добијених информација.

У одређивању критеријума за дефинисање угроженог потрошача примењиваће се секторски приступ. С тим у вези, изменама и допунама ЗЗП-а прописале се обавеза ресорних министарстава и државних регулаторних агенција задужених за питања из области услуга од општег економског интереса да усвоје посебне прописе за заштиту угрожених потрошача.

У предложене активности за смањење угрожености потрошача спадају:

- усклађивање критеријума дефинисања угроженог потрошача при утврђивању и спровођењу политика у различитим секторима, а са циљем већег укључивања и веће доступности услуга, добара и заштите за угрожене потрошаче и унапређења положаја угрожених потрошача;

- већа међуресорна сарадња и координација политика и мера између институција надлежних за унапређење положаја угрожених потрошача, у циљу ефикаснијег и делотворнијег пружања услуга угроженом потрошачу;
- улагање напора да се што ефикасније и потпуније обухвати циљана популација, имајући у виду да угрожени потрошачи нису нужно део званичних база статистичких и других података;
- улагање напора у изналажење различитих метода информисања, као и у прилагођавање и поједностављивање поступака за остваривање права, а посебно са становишта доступности и приступачности информација или иновативних начина плаћања, нпр. по захтеву достављање рачуна у електронском облику или на Брајевом писму;
- повећање приступачности инфраструктурних објеката и самих услуга угроженом потрошачу;
- процена делотворности актуелних политика и мера за унапређење положаја угрожених потрошача и предлагање мера за њихово побољшање;
- креирање циљаних кампања за едукацију и подизање свести потрошача;
- континуирана тежња ка што већој доступности и разумљивости информација у области финансијских и других услуга, како би се избегло да угрожени потрошач долази у неравноправан положај, који се тиме додатно погоршава;
- строже регулисање оглашавања и маркетинга усмереног на децу и адолесценте;
- обезбеђивање приступа основним робама и услугама за све потрошаче и предузимање мера у циљу бољег регулисања привременог или трајног искључења у пружању основних услуга;
- обраћање више пажње на дигитализацију услуга, трансакције, маркетинг и средства за информисање потрошача.

Предвиђене мере:

- 1.4.1. измене и допуне ЗЗП-а које се односе на секторски приступ у дефинисању угроженог потрошача;
- 1.4.2. израда студије о угроженим потрошачима;
- 1.4.3. израда Националног програма заштите угрожених потрошача у услугама од општег економског интереса;
- 1.4.4. кампања за промовисање едукације и подизања свести угрожених потрошача о њиховим правима;
- 1.4.5. упознавање јавних субјеката, а посебно локалних самоуправа, као и привредних субјеката са новим прописима који уређују заштиту угрожених потрошача и спровођење обука у циљу унапређења њиховог знања о овој области.

#### Активност 1.5 Законско уређење нових проблема потрошача

Са развојем тржишта, појављују се нови проблеми потрошача које је потребно правно уредити.

У периоду примене Стратегије, потребно је интензивирати заштиту потрошача у следећим аспектима:

##### а) презадуженост потрошача

Потрошачки кредити заузимају једно од централних места на савременим тржиштима. Потрошачки кредити се сматрају подстицајем привреде и показатељем поверења потрошача у тржишне активности.

Већа доступност кредита има и предности и недостатке. Предност се огледа у већој доступности робе и услуга потрошачима са нижим примањима, док се недостатак огледа у томе што на тај начин настају ризични дужници који су склони претераном трошењу, а угрожени су у случају незапослености и настанка других економских проблема.

Свеобухватан приступ за решавање питања потрошачке презадужености треба да обухвати низ активности које захтевају целовитост у спровођењу. Неке активности се односе на спречавање презадужености, најчешће регулисањем понуде потрошачких кредита и кредитних уговора, док су друге усмерене на решавање узрока проблема.

Поједине мере су већ уређене Законом о заштити корисника финансијских услуга:

- већа доступност информација о трошковима кредита, начину рачунања каматне стопе и условима уговора о кредиту;
- правила против зеленаштва и несавесног повећања каматних стопа;
- боље регулисање уговорних одредби у циљу боље заштите економских интереса потрошача у кредитним трансакцијама;
- обезбеђивање рока за одустајање од уговореног кредита;
- промовисање одговорног кредитирања, што подразумева да повериоци проверавају базе података о кредитима пре одобравања кредита, као и саму „одрживост кредита”, која значи да врста и износ кредита одговарају потребама корисника кредита.

Друге мере су обухваћене *Стратегијом Народне банке Србије на пољу финансијске едукације за период 2012 – 2015. године* коју је усвојила Народна банка Србије, док преостаје да се реализују следеће мере:

- повећање избора за потрошаче са ниским примањима кроз развој нових кредитних образаца који могу да задовоље њихове потребе, као што су социјални микрокредити или инвестиционе иницијативе локалне самоуправе;
- образовање потрошача о могућим користима и трошковима потрошачког кредита;
- реструктурирање и планови отплате дугова, укључујући поступке отписивања дугова;
- мере против социјалне искључености, односно обезбеђивање пристојних услова за живот и приступа основним услугама.

#### б) електронска трговина и заштита потрошача на дигиталном тржишту

Иако ће потрошачи имати користи од развоја електронске трговине, постоје велике препреке које отежавају развој електронских трансакција између привредних субјеката и потрошача. Појављују се проблеми у вези са:

- квалитетом информација доступних потрошачима и добијањем сагласности потрошача у дигиталном пословању и маркетиншким активностима;
- искључивањем појединих група потрошача из коришћења нових алатки за пружање информација и обављање трансакција;
- злоупотребом права интелектуалне својине;
- заштитом личних података и приватности;
- средствима за електронску идентификацију и утврђивање аутентичности;
- интернет преваром;
- неправичним одредбама у уговорима закљученим електронским путем;
- приступом и безбедношћу у плаћању путем интернета;
- питањима надлежности и меродавног права у случају спорова са елементима иностраности;

- успостављање механизма за алтернативно решавање спорова путем интернета, а у вези са споровима из уговора који су закључени путем интернета (енг. Online Dispute Resolution – ODR).

Међу новијим стратешким документима ЕУ у којима су представљене могућности и препреке са којима се потрошачи суочавају у електронској трговини, налазе се следећи документи:

- Нота - *План ка дигиталном јединственом тржишту. Утврђивање приоритетних законских мера у вези са могућностима и препрекама у електронској трговини*, Генерални директорат за унутрашњу политику, Одељење за израду политика (енг. Note, *Roadmap to Digital Single Market. Prioritising Necessary Legislative Responses to Opportunities and Barriers to E-commerce*, Directorate General for Internal Policies, Policy Department, IP/A/IMCO/INT/2012-13, август 2012, 52. страна);
- Саопштење Европске комисије - *Кохерентан оквир за стварање поверења у дигитално јединствено тржиште за електронску трговину и пружање услуга путем интернета* (енг. European Commission Communication, *A coherent framework for building trust in the digital single market for e-commerce and online services*, COM(2011)942);
- Саопштење Европске комисије - *Прекогранична електронска трговина између пословних субјеката и потрошача у ЕУ* (енг. European Commission, *Communication on Cross-border business-to-consumers e-commerce in the EU*, COM(2009)557).

#### в) одржива производња и потрошња

Масовна потрошња и слободан избор потрошача се најчешће посматрају као супротност одрживом развоју и заштити животне средине. Такође, потрошачи често сматрају да су мере које се односе на заштиту животне средине беспотребне и прескупе јер су на крају они ти који их плаћају.

Боље разумевање циљева политике заштите потрошача, а посебно аспеката социјалне политике који представљају основу за унапређење добробити потрошача у друштву, допринеће повезивању заштите потрошача и одрживог развоја. Закони и политика у области заштите потрошача не промовишу право потрошача да конзумирају шта год и кад год пожелe. Право на потрошњу и конзумирање производа под фер условима представља основно право свих грађана, али није реч о апсолутном праву. Закони и политика у области заштите потрошача такође промовишу циљеве и вредности социјалне политике и колективне интересе, као што су социјална добробит, квалитет живота, солидарност и демократија. „Најбоља вредност” или „најбољи однос квалитета и цене” нису једини разлози којима потрошачи треба да се воде приликом прављења избора између роба/услуга.

Даља глобализација потрошачких тржишта допринеће унапређењу свести потрошача о потреби да се што пре уведу обрасци одрживе потрошње и производње. Такође, у току је процес утврђивања међузависности процеса потрошње на глобалном нивоу. Утицај таквог глобалног процеса потрошње на одрживи развој и животну средину намеће апсолутну потребу да се преиспитају циљеви, вредности и инструменти националних политика у области заштите потрошача.

Стога је неопходно да савремени оквир политике унапређења и заштите интереса и добробити потрошача обухвати одрживу производњу и потрошњу као битну и приоритетну област свог развоја. Као основа за то може да се употреби *Акциони план за одрживу потрошњу и производњу и одрживу индустријску политику* који је усвојила Европска комисија 16. јула 2008. године (енг. *Action Plan for Sustainable Consumption and Production and a Sustainable Industrial Policy adopted by the European Commission on 16 July 2008 (COM(2008) 397 final)*). У наведеном Акционом плану општи циљ је повећање доприноса потрошача као појединаца у расправама о одрживој потрошњи и производњи. Стога се тај план највећим делом односи на потражњу на тржишту, односно промоцију и

подстицање поштене трговине и еколошких и одрживих роба и услуга. Њиме је предвиђен широк спектар мера за остварење предвиђених циљева, као што су еко-обележавање, обавеза истицања информација о потрошњи енергије, еколошка сертификација у туристичкој индустрији, правила у погледу трајности робе широке потрошње и пружања услуга након продаје, општи захтеви у погледу еко-дизајна, као и стандарда за коришћење енергије и енергетских производа и објеката, увођење критеријума енергетске ефикасности и заштите животне средине у процедуре јавних набавки („зелене” јавне набавке), програми за одлагање и управљање отпадом, правила у вези са рециклажом и стандардима за амбалажу и амбалажни отпад, искоришћена возила, резервне делове, електричну и електронску опрему, хемикалије и опасне материје, коришћење економских подстицаја за промовисање одређених производа на тржишту, као што су пластичне флаше, пластичне кесе и батерије.

#### г) здрава средина и безбедност потрошача

Очување и унапређење безбедности и здравља потрошача засниваће се на промовисању здравог и безбедног окружења за живот, рад и одмор, као и на смањењу штете настале утицајем дуванског дима, алкохола, пестицида, загађивача животне средине, небезбедних потрошачких и индустријских производа и употребом генетски модификованих производа и/или нано честица и уређаја који емитују зрачење.

Предвиђене мере:

#### а) везано за презадуженост потрошача

1.5.1. израда студије о презадужености потрошача;

1.5.2. законска иницијатива за регулисање питања презадужености потрошача (измене и допуне закона, итд.);

#### б) везано за електронску трговину и заштиту потрошача на дигиталном тржишту

1.5.3. израда студије о потрошачима на дигиталном тржишту;

1.5.4. законска иницијатива за побољшање положаја потрошача на дигиталном тржишту;

#### в) везано за одрживу производњу и потрошњу

1.5.5. израда студије о обрасцима одрживе производње и потрошње;

1.5.6. израда Стратегије о одрживој производњи и потрошњи;

1.5.7. активности усмерене на подизање свести јавности о одрживој производњи и потрошњи;

#### г) везано за здраву средину и безбедност потрошача

1.5.8. израда студије о здравој животној средини и безбедности потрошача.

## ЦИЉ 2 Боља интеграција политике заштите потрошача у друге државне политике

Иако политика заштите потрошача представља посебну политику, она је такође директно повезана са неколико других битних државних политика. Политика заштите потрошача је хоризонталне природе будући да се већина државних политика делом односи и на потрошаче. Ова политика се прожима са економским и социјалним политикама и није посебно ограничена ни на једну од ових политика.

Активност 2.1 Увођење политике заштите потрошача у друге политике – Принцип интеграције

Принцип интеграције заштите потрошача у друге политике потврђен је у консолидованој верзији *Уговора о функционисању Европске уније* из марта 2010. године у склопу одредбе члана 12, а која „има општу примену”.

Утицај потврђивања хоризонталне димензије политике заштите потрошача је двострук:

- овим принципом се захтева да се политика заштите потрошача узима у обзир приликом израде или спровођења осталих државних политика;
- да би се поменута политика делотворно примењивала, принцип интеграције захтева стварање међуинституционалних механизма или структура који омогућавају интеграцију и координацију са другим министарствима и државним институцијама.

Примена политике заштите потрошача се интензивира, с обзиром на то да се све више пажње посвећује питањима у оквиру ове политике која утичу, макар и на индиректан начин, на положај потрошача на тржишту. У ове области спадају:

- конкуренција,
- унутрашња и спољна трговина,
- инфраструктура квалитета,
- електронска трговина,
- права у области дигиталног пословања,
- заштита података (приватност),
- пољопривреда,
- безбедност хране,
- општа безбедност производа (непрехрамбених),
- финансијске услуге,
- здравствена заштита,
- услуге од општег економског интереса,
- транспорт,
- образовање,
- социјална заштита,
- јавно здравље,
- енергетика,
- туризам,
- одрживи развој и заштита животне средине,
- заштита људских и мањинских права и родна равноправност.

Један од разлога за оснивање Националног савета јесте и ради подржавања интеграције политике заштите потрошача и спровођења ове стратегије.

Предвиђене мере:

- 2.1.1. идентификовање главних питања везаних за заштиту потрошача у оквиру других државних политика и надлежности државних институција у области заштите потрошача;
- 2.1.2. организовање редовних састанака Националног савета.

Активност 2.2 Јачање оперативног и институционалног уређења

Поред тога што је важно интегрисати политику заштите потрошача у друге државне политике, важно је и пронаћи начине за делотворно промовисање интереса потрошача у оквиру других политика.

Делотворна примена принципа интеграције захтева координацију активности између креатора политике заштите потрошача и државних органа надлежних за друге секторе који утичу на интересе и добробит потрошача.

Неопходно је дефинисати, развијати и успоставити сарадњу државних органа, удружења потрошача, привредних и научних институција, на свим нивоима.

У делу невладиног сектора чија се делатност тиче заштите потрошача треба развијати специјализацију удружења потрошача, по специфичним областима заштите потрошача, као и форме њиховог повезивања и сарадње.

Имајући у виду добру праксу држава чланица ЕУ, а у циљу ефикаснијег и делотворнијег деловања невладиног сектора у области заштите потрошача, добро је подстицати стварање кровног удружења потрошача.

Предвиђене мере:

- 2.2.1. одређивање особе за контакт у свим државним институцијама које се баве питањима у вези са правима и интересима потрошача;
- 2.2.2. развој методологије за процену могућег утицаја мера других државних политика на заштиту и добробит потрошача увођењем одговарајућих образаца за процену утицаја на потрошаче (енг. Consumer Impact Assessment Sheet);
- 2.2.3. стварање правне основе за учешће представника удружења потрошача у експертским групама чији рад се односи на различите државне политике и у раду регулаторних, контролних и управљачких структура државног и мешовитог сектора који пружа услуге потрошачима;
- 2.2.4. иницирање специјализације удружења потрошача, по специфичним областима заштите потрошача, као и њиховог повезивања и сарадње;
- 2.2.5. иницирање стварања кровног удружења потрошача.

### ЦИЉ 3 Даље јачање институционалног оквира заштите потрошача

Систем заштите потрошача укључује различите учеснике, и то: државне институције и тела (министарство надлежно за заштиту потрошача, ресорна министарства и регулаторна тела, локалне самоуправе), привредне субјекте (удружења трговаца и привредне коморе) и удружења потрошача.

Област заштите потрошача је у надлежности Министарства спољне и унутрашње трговине и телекомуникација, док су остала министарства и друге институције чије надлежности и делатности се тичу ове области: Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, Министарство здравља, Министарство финансија и привреде, Министарство правде и државне управе, Министарство енергетике, развоја и заштите животне средине, Министарство просвете, науке и технолошког развоја, Министарство регионалног развоја и локалне самоуправе, Министарство рада, запошљавања и социјалне политике, Комисија за заштиту конкуренције, Републичка агенција за електронске комуникације, Народна банка Србије, Канцеларија за сарадњу са цивилним друштвом, Заштитник грађана, Повереник за информације од јавног значаја и заштиту података о личности, Агенција за борбу против корупције и други.

С обзиром на мултидисциплинарност и хоризонтални аспект заштите потрошача, као и комплексност нормативног оквира, неопходно је што пре побољшати умреженост и сарадњу свих релевантних институција и истовремено унапредити капацитете и ресурсе Одељења за заштиту потрошача у оквиру МТГ-а.

Предвиђено је да у периоду спровођења Стратегије буду предузете следеће активности у циљу јачања државног институционалног оквира политике заштите потрошача:

- активност 3.1 јасно утврђивање одговорности и јачање капацитета и ресурса постојећег Одељења за заштиту потрошача у оквиру МТТ-а;
- активност 3.2 остваривање делотворне институционалне координације;
- активност 3.3 развој инструмената за креирање политике заштите потрошача заснованих на знању;
- активност 3.4 јачање институционалног оквира заштите потрошача оснивањем координационе групе за заштиту потрошача и тржишни надзор;
- активност 3.5 проширење обавеза и надлежности локалне власти у области заштите потрошача.

Активност 3.1 Јасно утврђивање одговорности и јачање капацитета и ресурса постојећег Одељења за заштиту потрошача у оквиру МТТ-а

МТТ, а у оквиру њега, конкретно - Одељење за заштиту потрошача има примарну улогу у институционалном систему заштите потрошача.

У оквиру надлежности МТТ-а у области заштите потрошача, а преко Одељења за заштиту потрошача, има следеће главне задатке и одговорности:

- предлагање мера и активности за утврђивање и остваривање политике заштите потрошача, укључујући припрему стручних основа за израду прописа;
- обезбеђивање интеграције политике заштите потрошача у друге државне политике;
- обезбеђивање координације са другим органима надлежним за креирање државних политика;
- развој и праћење инструмената за креирање политике заштите потрошача заснованих на знању;
- израда Акционог плана, а који разматра и усваја Национални савет;
- праћење и оцена успешности спровођења Стратегије о чему Владу извештава Национални савет;
- обављање стручних и административних послова за Национални савет;
- сарадња са удружењима потрошача и пружање подршке њиховим активностима;
- идентификовање модалитета финансијске подршке удружењима потрошача, на централном и локалном нивоу (објашњен у пододелјку „ЦИЉ 4 Делотворније спровођење закона и ефикаснији систем надзора над тржиштем у области заштите потрошача”, у оквиру члана „Активност 4.5 Јачање релевантних актера, укључујући удружења потрошача и трговце, за активно и добровољно учешће”);
- спровођење мера за повећање свести потрошача и друштва о правима и интересима потрошача;
- промовисање истраживања у области права и политике заштите потрошача;
- учешће МТТ-а у догађајима, организацијама и размени информација у области заштите потрошача на регионалном и међународном нивоу;
- управљање и развијање активности као што су примање упита и приговора потрошача, њихово евидентирање у складу са правилима рада и обрасцима који ће се користити у јединственом информационом систему за управљање приговорима и упитима потрошача (у даљем тексту: јединствени информациони систем) и прослеђивање органима надлежним за спровођење закона, удружењима потрошача и другим релевантним заинтересованим странама, укључујући и подршку у случају упита или приговора у вези са потрошачким споровима са елементима иностраности.

Предвиђене мере:

3.1.1. прецизирање овлашћења и јачање капацитета и ресурса постојећег Одељења за заштиту потрошача у складу са НПАА;



- 3.1.2. активно учешће МТТ-а у догађајима у области заштите потрошача, организацијама и размени информација на међународном и регионалном нивоу;
- 3.1.3. организовање састанака и обезбеђивање стручне и административне подршке и ресурса за редовне седнице Националног савета;
- 3.1.4. учешће запослених у Одељењу за заштиту потрошача на обукама организованим на националном, регионалном и међународном нивоу у циљу јачања капацитета Одељења;
- 3.1.5. континуирано спровођење анализа и годишње извештавање о приговорима потрошача (јавности, Владе, Националног савета, ЕУ и сл.) од стране МТТ-а, Владе и других надлежних органа и институција;
- 3.1.6. сарадња са институцијама ЕУ - Генерални директорат за здравље и заштиту потрошача (енг. Directorate General for Health & Consumers – DG SANCO), Мрежа европских центара за заштиту потрошача (European Consumer Centres Network – ECC-Net) и др.

### Активност 3.2 Остваривање делотворне институционалне координације

Институционална координација у области креирања и имплементације политике заштите потрошача мора бити обезбеђена и на унутрашњем и на спољашњем нивоу. Унутрашња координација подразумева координисање активности свих унутрашњих јединица државног органа надлежног за заштиту потрошача. Спољна координација подразумева успостављање формалне и блиске сарадње и веза са осталим државним институцијама које се баве политиком која се тиче заштите потрошача и односи се на образовање Националног савета чије оснивање је прописано чланом 126. ЗЗП-а.

Одељење за заштиту потрошача у МТТ-у пружа стручну и административну подршку неопходну за рад Националног савета, који је уређен Пословником Националног савета.

Национални савет има двоструку функцију: унапређење сарадње институција које се баве заштитом потрошача и обављање консултација са релевантним актерима. Чланови Националног савета су и представници удружења потрошача и трговаца, као и независни стручњаци. Национални савет представља тело за креирање јединствене политике заштите потрошача која ће се заснивати на искуству и знању представника владиног и невладиног сектора.

Национални савет ће бити консултован приликом:

- израде измена и допуна закона који се односе, посредно или непосредно, на заштиту потрошача;
- припреме институционалних реформи и мера које утичу на институционални систем заштите потрошача.

Предвиђене мере:

- 3.2.1. израда извештаја о спровођењу Акционог плана за реализацију Стратегије (у даљем тексту: Акциони план);
- 3.2.2. одржавање седница Националног савета најмање четири пута годишње;
- 3.2.3. израда и достављање извештаја о раду Националног савета Влади.

Активност 3.3 Развој инструмената за креирање политике заштите потрошача заснованих на знању

Како би била делотворна, политика заштите потрошача се мора заснивати на добром познавању тржишта, понашања, потреба и очекивања потрошача и могућих облика кршења прописа у овој области.

У том погледу, неопходно је успоставити јединствени информациони систем, као национални систем путем Интернета, који не би служио само за евидентирање и управљање приговорима и упитима потрошача, већ и за обезбеђивање података неопходних за израду различитих извештаја и статистика који ће се користити у процесу креирања политике заштите потрошача.

Корисници овог система ће бити удружења потрошача/саветовалишта потрошача, тржишни инспектори, одељења за приговоре у ресорним министарствима и независним регулаторним телима, медијатори или арбитри у процесу вансудског решавања потрошачких спорова и други. Такође, јединствени информациони систем ће бити усаглашен са Европским системом за приговоре потрошача (енг. European Consumer Complaints Registration System), а извештаји са релевантним подацима ће се достављати Европској комисији на годишњем нивоу.

Предвиђене мере:

- 3.3.1. успостављање и функционисање јединственог информационог система;
- 3.3.2. учешће у обукама које се односе на RAPEX, RASFF и др;
- 3.3.3. спровођење анкета на државном нивоу о свести потрошача, њиховом понашању, потребама и очекивањима;
- 3.3.4. спровођење истраживања у области заштите потрошача (о различитим и релевантним потрошачким темама);
- 3.3.5. учешће у размени података садржаних у информационим системима, на међународном и регионалном нивоу.

Резултати поменутих научних и истраживачких иницијатива ће бити јавни и користиће се у унапређењу социјалног дијалога. Пратиће се резултати истраживања спроведених у овој области у циљу њихове примене у процесу доношења одлука и пружања информација.

Активност 3.4 Јачање институционалног оквира заштите потрошача оснивањем координационе групе за заштиту потрошача и тржишни надзор

Већи број задатака МТГ-а - Одељења за заштиту потрошача, координација са другим државним институцијама, блиска сарадња са тржишном инспекцијом, управљање средствима за креирање политике заштите потрошача која се базира на знању, као и сарадња са удружењима потрошача захтевају нове промене у државном институционалном систему заштите потрошача.

Координациона група за заштиту потрошача и тржишни надзор (у даљем тексту: координациона група) ће омогућити институционалну координацију између унутрашње јединице надлежне за предлагање и спровођење политике и мера у области заштите потрошача - Одељења за заштиту потрошача - и унутрашње јединице надлежне за праћење, односно тржишни надзор, у области заштите потрошача. Оваква заједничка структура ће створити услове за делотворну примену закона у области заштите потрошача.

Предвиђене мере:

- 3.4.1. образовање координационе групе коју чине представници Одељења за заштиту потрошача и Сектора тржишне инспекције;
- 3.4.2. усвајање програма рада координационе групе;
- 3.4.3. организовање заједничких састанака о релевантним темама.

### Активност 3.5 Проширење обавеза и надлежности локалне самоуправе које се односе на област заштите потрошача

Политика заштите потрошача не може да буде делотворна ако се спроводи само на централном нивоу. Локалне самоуправе имају важну улогу у заштити права и интереса потрошача. Оне су у сталном контакту са потрошачима и њиховим проблемима, имају бољи увид у ситуацију на локалним тржиштима и могу да зауставе или пак спрече непоштено пословање.

На основу *Закона о државној управи* и *Закона о локалној самоуправи*, локалне самоуправе имају одређена овлашћења у области заштите потрошача, али она нису јасно прецизирана. Имајући то у виду, локалне самоуправе треба да добију веће надлежности када је реч о заштити потрошача. Нове надлежности би требало да обухвате сарадњу са локалним удружењима потрошача, пружање подршке реализацији активности намењених потрошачима, обезбеђивање инфраструктуре за саветовалишта потрошача, организовање пружања правне помоћи грађанима, као и промовисање механизма вансудског решавања потрошачких спорова. У циљу обављања наведених надлежности, локалне самоуправе треба да одреде своје представнике задужене за питања потрошача. Локална самоуправа може да институционализује поменуту сарадњу оснивањем саветодавног одбора са локалним удружењима потрошача и другим организацијама цивилног друштва чији рад укључује и активности које су у вези са заштитом потрошача.

Предвиђене мере:

- 3.5.1. измене и допуне Закона о локалној самоуправи и Закона о финансирању локалне самоуправе у циљу повећања учешћа локалне самоуправе у области заштите потрошача;
- 3.5.2. измене и допуне ЗЗП-а у циљу прецизирања надлежности локалне самоуправе у заштити потрошача;
- 3.5.3. промовисање сарадње локалне самоуправе и удружења потрошача, као и подршка локалне самоуправе удружењима потрошача на остваривању заштите права и интереса потрошача;
- 3.5.4. истраживање могућности учешћа локалне самоуправе у модалитетима финансијске подршке удружењима потрошача (веза са мером 4.5.3.);
- 3.5.5. укључивање представника локалних самоуправа у процесе консултација о политици и мерама заштите потрошача.

### ЦИЉ 4 Делотворније спровођење закона и ефикаснији систем надзора над тржиштем у области заштите потрошача

Примена закона се мора унапредити и дати приоритет развоју модерног система надзора над тржиштем. Савремена политика заштите потрошача све више нагласак ставља на надзор над тржиштем. Циљ је да се обезбеди делотворно спровођење важећих прописа и да заштита која је њима предвиђена постане делотворна и спроводива.

Да би се испунили ови циљеви, систем примене ЗЗП-а и других релевантних закона мора бити јасан, координиран, доступан, снажан, делотворан и партиципативан:

- *јасан* - орган који је првенствено надлежан за контролу и вршење надзора над применом прописа у области заштите потрошача у Републици Србији мора бити јасно одређен и имати јасно дефинисане надлежности;
- *координиран* - неопходно је да постоји координација рада органа који врше надзор над тржиштем, било да се он односи на заштиту потрошача директно или индиректно;
- *доступан* - грађани морају имати олакшан приступ механизмима за остваривање својих права и интереса;

- *снажан* - надлежни орган који врши надзор над тржиштем мора имати прецизно утврђена овлашћења за примену прописа из области заштите потрошача како би могао да правилно обавља прописане дужности; у исто време, морају се увести теже санкције за озбиљније случајеве кршења закона;
- *делотворан* - морају да постоје правна средства за заштиту индивидуалних и колективних интереса потрошача, и поступак решавања потрошачког спора треба да подразумева мање трошкове;
- *партиципативан* - релевантни актери, укључујући удружења потрошача и трговце, морају јачати ради активног учешћа.

#### Активност 4.1 Прецизирање надлежности органа за надзор над тржиштем у области заштите потрошача

Услед хоризонталне и мултидисциплинарне природе политике и законодавства у области заштите потрошача, надзор над тржиштем у Републици Србији се налази у надлежности више институција, па тако постоје следећи надзорни органи:

- МТТ, преко *Сектора тржишне инспекције*, надлежно за спровођење Закона о заштити потрошача, Закона о трговини, Закона о оглашавању, Закона о општој безбедности производа (према Закону о тржишном надзору формиран је Савет за безбедност производа у чијем раду учествују представници Сектора тржишне инспекције, Одељења за заштиту потрошача, удружења потрошача и других релевантних институција), Закона о техничким захтевима за производе и оцењивању усаглашености и техничких прописа који се доносе на основу овог Закона, као и техничких прописа којима се прописују захтеви за производе који су наведени у члану 6. Закона о тржишном надзору;
- Министарство здравља, преко *Сектора за инспекцијске послове*, надлежно за спровођење Закона о санитарном надзору, Закона о безбедности хране и Закона о лековима и медицинским средствима;
- Министарство финансија и привреде, преко *Сектора туристичке инспекције*, надлежно за спровођење Закона о туризму;
- *Народна банка Србије* надлежна за спровођење Закона о заштити корисника финансијских услуга и Закона о финансијском лизингу;
- *Републичка агенција за електронске комуникације* надлежна за спровођење Закона о електронским комуникацијама;
- Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, преко *Сектора пољопривредне инспекције*, надлежно за спровођење Закона о безбедности хране, Закона о органској производњи (инспекцијски надзор осталих инспекцијских органа Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде зависи од посебних надлежности утврђених законом), Закона о вину, Закона о ракији и другим алкохолним пићима, Закона о пиву и Закона о етанолу;
- Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, преко *Одељења фитосанитарне инспекције и Одељења граничне фитосанитарне инспекције*, надлежно за спровођење Закона о безбедности хране;
- Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, преко *Одељења ветеринарске инспекције и Одељења граничне ветеринарске инспекције*, надлежно за спровођење Закона о ветеринарству и Закона о безбедности хране;
- *Управа царина*, као орган у саставу Министарства финансија и привреде, обавља послове државне управе и стручне послове који се односе на: царинење робе, царински надзор и друге послове контроле путника и промета робе и услуга са иностранством, као и друге послове одређене законом и сарађује са органима за надзор тржишта.

Предвиђене мере:

- 4.1.1. измене и допуне ЗЗП-а у циљу прецизирања надлежности органа за надзор над тржиштем;
- 4.1.2. идентификовање потребе за изменама и допунама других прописа који су у вези са заштитом потрошача.

Активност 4.2 Координација рада органа надлежних за примену закона у области заштите потрошача

Неопходно је побољшати координацију између Сектора тржишне инспекције МТТ-а и других инспекција и институција које учествују у примени закона у области заштите потрошача. Координација би требало да се побољша и са надлежним институцијама у оквиру локалне самоуправе, као што је комунална полиција.

Увођењем јединственог информационог система, постојећи Центар за заштиту потрошача ће као интегрални део Одељења за заштиту потрошача МТТ-а постати централно контакт место за сарадњу са актерима у систему заштите потрошача на националном нивоу.

Предвиђене мере:

- 4.2.1. побољшање координације рада између МТТ-а и других органа за вршење надзора, између осталог и коришћењем података из јединственог информационог система.

Активност 4.3 Прецизирање овлашћења органима за надзор над тржиштем у области заштите потрошача

Као што је већ истакнуто, мере које се предузимају у вези са радњама надзорних органа на тржишту и у вези са применом закона и казнама морају бити пропорционалне врсти и тежини незаконитих радњи, тј. аката чињења или нечињења. На основу овог принципа пропорционалности, правни системи многих земаља прихватили су тзв. пирамидални приступ у примени закона који подразумева чешће коришћење управних мера (дно пирамиде) и ређе коришћење мера попут кривичног гоњења (врх пирамиде). Управне мере се унапређују како би се добили бржи и ефикаснији резултати и на тај начин избегло затрпавање судова.

Изменама и допунама ЗЗП-а јасно ће се прецизирати овлашћења органа за надзор над тржиштем у области заштите потрошача, али и увести теже санкције за озбиљније случајеве кршења закона.

Предвиђене мере:

- 4.3.1. измене и допуне ЗЗП-а у циљу прецизирања овлашћења органима за надзор над тржиштем у области заштите потрошача и увођења тежих санкција за озбиљније случајеве кршења закона;
- 4.3.2. обуке запослених у органима за надзор над тржиштем у области заштите потрошача и судија.

Активност 4.4 Обезбеђивање правних средстава за заштиту индивидуалних и колективних интереса потрошача, као и мањи трошкови решавања потрошачких спорова

Период примене Стратегије треба искористити како би се обезбедила адекватна средства правне заштите потрошача и остварило делотворније решавање потрошачких проблема. Поверење потрошача у активности које се одвијају на тржишту и кредибилитет

политичких иницијатива и законодавних реформи у овој области директно зависи од перцепције потрошача о доступности и делотворности механизма и процедура правне заштите.

Предложени су следећи задаци и иницијативе:

1) проширење обима мера забрана које изричу судови у грађанском поступку

У судским поступцима прописаним чланом 137. ЗЗП-а суд може на захтев странке донети мере забране, али се у њима не може потраживати накнада. Мере забране служе да се заустави одређена незаконита или непоштена радња, понашање или поступак или да се спречи појава такве радње, поступка или понашања. Мере забране прописане чланом 143. ЗЗП-а не омогућавају оштећеној страни да тражи накнаду штете или повраћај средстава.

Судске мере забране имају колективну димензију јер је њихова сврха да се спречи или заустави пракса која има утицај на велики број потрошача, иако је реч о радњи једног трговца. На пример, једна реклама може обманути хиљаде потрошача који су гледали исти ТВ програм, исто као што је неправична уговорна одредба у одређеном уговору по приступу неправична према свим потрошачима који су закључили такав уговор.

Због колективне природе мера забране, говори се о „колективним интересима потрошача”. Превасходни циљ мера забране је да се спречи штета која би могла да буде нанета колективним интересима свих потрошача, као и да се обезбеди надокнада штете нанете великом броју индивидуалних потрошача. У том смислу, треба разликовати мере забране од других врста колективних мера које постоје у другим правним системима, као што су заједничке (енг. *class action*) или групне тужбе (енг. *group action*) којима се потражује надокнада штете нанете свим индивидуалним потрошачима који су оштећени истом незаконитом или непоштеном радњом или понашањем.

Иако мере забране имају јасну колективну димензију, забране прописане чланом 143. ЗЗП-а такође се могу донети на захтев индивидуалног потрошача: „*Потрошач чије је право или интерес повређен...*” (члан 137. ЗЗП-а). Ово је такође случај у правним системима неких других земаља попут Белгије.

Такође, мера забране нема општеобавезно дејство, већ је обавезујућа само за оног коме је изречена.

2) јачање вансудског решавања потрошачких спорова

ЗЗП уређује вансудско решавање потрошачких спорова у поглављу XII. Међутим, одредбе ЗЗП-а не покривају у довољној мери ову област и неопходно их је ускладити са новим одредбама Закона о парничном поступку („Службени гласник РС”, бр. 72/11 и 49/13-УС) који уређује поступак у потрошачким споровима и поступак за заштиту колективних права и интереса грађана.

Поред тога, ЕУ истиче значај развоја механизма за вансудско решавање потрошачких спорова усвајањем нових прописа у оквиру потрошачког права ЕУ. Децембра 2012. године усвојен је *Предлог директиве о алтернативном решавању потрошачких спорова*, као и *Предлог директиве о механизмима решавања потрошачких спорова путем интернета*. Ове две директиве ће заменити претходне прописе који су се примењивали у области вансудског решавања спорова – *Препорука Комисије 98/257/ЕК од 30. марта 1998. о принципима који се примењују на тела одговорна за вансудско решавање потрошачких спорова* и *Препорука Комисије од 4. априла 2001. о принципима за тела одговорна за решавање потрошачких спорова путем договора*.

Имајући у виду да се механизми за алтернативно решавање потрошачких спорова (медијација, арбитража или други облик) придржавају начела: независности, отворености, равноправности странака, ефикасности и легалитета, то се пружа могућност да потрошач и трговац решавају међусобне спорове на једноставан начин и уз мале трошкове.

Стога, обавеза усклађивања српског законодавства са правним тековинама ЕУ у области заштите потрошача условљава и да законодавни оквир вансудског решавања потрошачких спорова у Републици Србији буде усклађен са новим одредбама прописа ЕУ у овој области.

Предвиђене мере:

- 4.4.1. израда студије о различитим облицима поступака заштите колективних права и интереса потрошача;
- 4.4.2. израда студије о механизмима за вансудско решавање потрошачких спорова;
- 4.4.3. идентификовање потреба за изменама и допунама других прописа који су у вези са ефикасним решавањем потрошачких спорова;
- 4.4.4. едукација представника невладиних и владиних институција;
- 4.4.5. едукација судија.

Активност 4.5 Јачање релевантних актера, укључујући удружења потрошача и трговце, за активно и добровољно учешће

#### 1) Повећање учешћа удружења потрошача

Улога удружења потрошача у примени закона прописана је чланом 130. ЗЗП-а.

Различите могућности које пружају механизми правне заштите потрошача, укључујући поступке за заштиту колективних интереса потрошача које би могла покретати удружења потрошача, би допринеле бољој примени ЗЗП-а.

У сврху реализације помешаних активности удружења, потребно је увести механизме за финансирање решавања потрошачких проблема, као и удружења потрошача: нпр. бољи приступ правној помоћи, ослобађање од судских такси, итд.

#### 2) Повећање учешћа привредних субјеката

Кодекси добре пословне праксе су акти са добровољним приступом и користе се у примени закона. Кодекси могу имати извесне предности, нпр. могу садржати детаљнија правила него што је то законом прописано, имати већу флексибилност када је реч о увођењу промена, обезбедити учешће релевантних актера у процесу израде кодекса и, у складу с тим, омогућити веће поштовање законских правила. Међутим, искуство правних система многих земаља је показало да такви кодекси често нису у корист потрошача: могу бити нејасни и садржати декларативне изјаве без јасно утврђених обавеза; не обезбеђују већу заштиту потрошача него што је законом прописано; некад се користе као замена за законску регулативу и на тај начин заобилазе или спречавају спровођење неопходних законских реформи; праћење поштовања одредби кодекса некада није добро организовано, а не постоје адекватна и ефикасна правна средства за случај повреде кодекса.

МТТ може иницирати усклађивање Кодекса пословне етике („Службени гласник РС”, број 1/06) са добром пословном праксом других земаља, као и иницирати доношење кодекса добре пословне праксе са представницима трговаца/удружења трговаца и удружења потрошача. Оваква пракса постоји у неколико земаља, међу којима је и Велика Британија. У неким земљама, ови кодекси представљају уговор између представника

потрошача с једне стране, и представника трговаца с друге стране, као што је то случај у Холандији.

Кодексе треба доносити и примењивати са великом пажњом, уз дефинисање строгих услова за њихову примену у заштити потрошача.

Предвиђене мере:

- 4.5.1. иницирање усклађивања Кодекса пословне етике са добром пословном праксом других земаља, као и иницирање доношења кодекса добре пословне праксе;
- 4.5.2. подршка удружењима потрошача и потрошачима у заштити колективних права и интереса потрошача;
- 4.5.3. анализа модалитета финансијске подршке удружењима потрошача;
- 4.5.4. организовање редовних састанака представника МТТ-а са представницима привредних субјеката у различитим областима како би се повећала свест о кодексима добре пословне праксе.

## ЦИЉ 5 Јачање удружења потрошача и индивидуалних потрошача

Висок ниво заштите потрошача се не може остварити без учешћа информисаних и активних потрошача. Да би се потрошачи ојачали и били активни, морају имати приступ јасним, поузданим и разумљивим информацијама и саветима. Удружење потрошача је организација основана да делује и спроводи активности усмерене ка заштити потрошача. Ове активности имају заједнички циљ – да побољшају положај потрошача на тржишту. Најчешћи обим ових активности је у вези са: пружањем информација и савета, едуковањем, тестирањем роба и услуга, истраживањем, правном заштитом и друго.

Док су поједина удружења основана да спроводе активности које се углавном односе на пружање савета или лобирање за интересе потрошача, као и тестирање роба и услуга, заправо већина удружења спроводи шири обим активности.

Очекује се да током периода спровођења ове стратегије бројни кораци буду предузети како би се ојачао институционални оквир који се односи на невладин сектор у области заштите потрошача.

### Активност 5.1 Развој и спровођење образовних програма

Унапређење образовања и подизања свести потрошача представљају највеће дугорочне изазове. Ово подразумева активности едуковања које би спроводила удружења потрошача, као и увођење промена у наставним плановима и програмима школа, на основном, средњем и високом нивоу.

Неопходно је увођење потрошачких тема у наставне планове и програме, уз подршку органа надлежног за образовање. Програм образовања о потрошачким питањима може да се уведе у наставни план и програм средњих школа и, да као такав, буде део њихових редовних активности. Да би се то остварило, неопходна је сарадња институција надлежних у области заштите потрошача и образовања.

Предвиђене мере:

- 5.1.1. анализа постојећих наставних програма у циљу увођења потрошачких тема у наставне планове и програме;
- 5.1.2. увођење потрошачких тема у наставне планове и програме;
- 5.1.3. организовање редовних састанака са надлежним институцијама за образовање.

Активност 5.2 Већа информисаност и подизање свести јавности о правима и интересима потрошача



Грађани морају бити боље информисани о својим потрошачким правима, као и о институцијама које пружају савете и информације потрошачима. Посебно је важна улога удружења потрошача у постизању веће информисаности потрошача и пружању савета и правне помоћи потрошачима, као и подизању нивоа свести јавности о правима и интересима потрошача и начинима њиховог остваривања.

Предвиђене мере:

- 5.2.1. организовање активности и кампања подизања свести о кључним питањима у области заштите потрошача у сарадњи са удружењима потрошача;
- 5.2.2. организовање догађаја којима се обележава Светски дан права потрошача (15. март) у сарадњи са удружењима потрошача;
- 5.2.3. унапређење интернет странице којом управља Одељење за заштиту потрошача као платформе за пружање информација потрошачима, трговцима и другим актерима и средства за интерактивну комуникацију;
- 5.2.4. увођење нових емисија о заштити права и интереса потрошача у телевизијске и радијске програмске шеме.

Активност 5.3 Подршка индивидуалним потрошачима у решавању проблема

Имајући у виду искуство удружења потрошача у области саветовања потрошача, препоручује се да она имају кључну улогу у развоју механизма саветовања потрошача, док је неопходно да координација постојећег система саветовања буде улога Одељења за заштиту потрошача.

Подршка у решавању приговора индивидуалних потрошача може бити обезбеђена на различите начине: пружањем информација, правног савета, посредовањем, покретањем судског поступка, као и у виду заступања у судском или вансудском процесу за решавање потрошачких спорова.

У том погледу, јединствени информациони систем служиће, не само за евидентирање приговора и упита потрошача, већ ће помоћи и у поступању по тим приговорима и упитима, као и у поступању у потрошачким споровима.

Потребно је јасније утврдити право да удружења потрошача заступају индивидуалне потрошаче у судским поступцима. Имајући у виду софистицираност и разноврсност тржишта робе и услуга, као и категорија потрошача, расте и потреба за пружањем специјализованих стручних савета, као што су предпродајни савети о роби и услугама, савети у вези са исхраном, становањем, уштедом енергије, рециклажом и др.

Предвиђене мере:

- 5.3.1. успостављање координације између саветовалишта потрошача кроз редовне састанке;
- 5.3.2. уједначавање квалитета саветовања (израда приручника за саветовање, информационих система, организовање обука и радионица за оне који дају савете);
- 5.3.3. управљање јединственим информационим системом.

Активност 5.4 Успостављање јасних критеријума независности и репрезентативности удружења потрошача

Да би удружења потрошача била препозната у друштву као релевантан актер и да би се обезбедила њихова одрживост неопходно је дати подршку активностима које спроводе, а које су у складу са очекивањима потрошача и друштва. У ту сврху, независност удружења потрошача мора бити загарантована. Поред тога, важно је да се,

када удружења потрошача заступају колективне интересе потрошача, њихова репрезентативност не доводи у питање.

Критеријуми репрезентативности су неопходни у сврху: заступања потрошача у судском поступку и поступку вансудског решавања спорова, заступања потрошачких права и интереса у саветодавним телима као што је Национални савет и испуњавања услова за конкурисање за буџетска средства, али и добијања подршке релевантних институција за конкурисање за средства из међународних фондова. Како би се обезбедила одрживост удружења потрошача и она перцепирала као релевантан део друштва, потребно је подржати њихове активности које су у складу са очекивањима потрошача и друштва.

Неопходно је одредити буџетска средства на свим нивоима за она удружења потрошача која испуњавају наведене критеријуме.

Предвиђене мере:

- 5.4.1. измене и допуне ЗЗП-а којима се јасно дефинишу критеријуми независности и репрезентативности удружења потрошача;
- 5.4.2. додељивање средстава из буџета на свим нивоима и подршка релевантних институција при конкурисању за средства из међународних фондова оним удружењима потрошача која испуњавају предложене критеријуме.

Активност 5.5 Веће учешће удружења потрошача у креирању политике заштите потрошача

Да би се обезбедило ефикасно и делотворно заступање интереса потрошача, неопходно је интегрисати различита мишљења удружења потрошача у заједничке ставове.

Веће учешће удружења потрошача у креирању политике заштите потрошача подразумева и њихово учешће у раду Националног савета.

Да би сва удружења потрошача могла да учествују у доношењу одлука путем одржавања заједничких састанака, разматрања тема од заједничког интереса и дефинисања заједничких ставова, може се формирати *Саветодавни одбор за заштиту потрошача*.

На основу овлашћења која су, према члану 130. ЗЗП-а, дата удружењима потрошача да заступају интересе потрошача у саветодавним телима која се баве потрошачким питањима, у секторске политике које се тичу заштите потрошача могу да буду уведени ефикасни механизми заступања потрошача и организовани састанци одбора Народне скупштине у циљу разматрања питања везаних за заштиту потрошача.

Предвиђене мере:

- 5.5.1. одржавање састанака Саветодавног одбора за заштиту потрошача;
- 5.5.2. организовање обука и спровођење активности у циљу јачања капацитета удружења потрошача (кроз праксу, сарадњу са одређеним факултетима, учешће у курсевима о потрошачким темама и сл).

ЦИЉ 6 Развој чврстог оквира за регионалну и међународну сарадњу

Активност 6.1 Јачање регионалне и међународне сарадње

Политика заштите потрошача представља заједничку одговорност свих државних институција у земљи. Истовремено, тржишна регионализација и глобализација захтевају интензивирање заједничких иницијатива између националних тела надлежних за заштиту

потрошача и регионалних и међународних тела у циљу обезбеђивања високог нивоа заштите потрошача на регионалном и глобалном тржишту.

Постоји широк спектар могућих области сарадње, укључујући сарадњу на пољу: креирања политика и закона у области заштите потрошача; размене информација у вези са неправичним уговорним одредбама, непоштеним пословањем и обмањујућим оглашавањем, регулисаним националним прописима, судском праксом и управним одлукама; размене информација о безбедности производа, ризицима и мерама против опасних производа (добровољно и обавезно повлачење или опозивање производа са тржишта).

У погледу примене закона, биће унапређена сарадња, укључујући спровођење заједничких активности; заједничко коришћење опреме и других ресурса за испитивање производа, вршење процене и анализе потрошачких пријава поднетих на регионалном нивоу; правосудну сарадњу у решавању прекограничних спорова; заједничке активности обуке и изградње капацитета, што је у складу са Уредбом (ЕК) 2006/2004 о сарадњи између националних органа надлежних за спровођење прописа у области заштите потрошача (енг. *Regulation (EC) 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws* (2004, OJ L 364), као и са правним оквиром за сарадњу који је Европска комисија утврдила у новембру 2007. године (2007 OJ Ц 286, стр.1).

Учешће у међународним разменама информација везаним за безбедност производа се сматра приоритетом, што подразумева интезивирање сарадње са:

- Системом Европске уније RAPEX и RASFF (ЕУ је већ успоставила сарадњу са неевропским земљама попут Кине и Мексика);
- Америчком Комисијом за безбедност потрошачких производа и Управом за храну и лекове;
- Министарством здравља Канаде;
- Мрежом за безбедност и здравље потрошача (енг. Consumer Safety and Health Network) која је недавно формирана на иницијативу Организације америчких држава и Панамеричке здравствене организације;
- Међународном мрежом државних органа надлежних за безбедност хране - INFOSAN (енг. International Food Safety Authorities Network – INFOSAN); и
- Европским форумом за безбедност производа – PROSAFE (енг. Product Safety Enforcement Forum in Europe - PROSAFE).

Предвиђене мере:

- 6.1.1. учешће у Међународној мрежи за заштиту потрошача (енг. International Consumer Protection Enforcement Network – ICPEN; реч је о организацији која се састоји од органа надлежних за спровођење закона из преко 25 земаља. Мрежа је надлежна за размену информација о прекограничном пословању које има утицај на интересе потрошача и промовисање међународне сарадње између агенција надлежних за спровођење закона);
- 6.1.2. веће остваривање потрошачких права на међународном нивоу: учешће у Мрежи европских центара за заштиту потрошача, подршка у решавању прекограничних спорова, учешће у системима вансудског решавања спорова на нивоу ЕУ у области електронске трговине и уговора на даљину;
- 6.1.3. учешће националних креатора политика и релевантних актера у области заштите потрошача на међународним форумима и обукама о законодавству и политици у овој области;
- 6.1.4. промовисање учешћа представника државних институција и невладиних организација у Републици Србији које се баве заштитом потрошача у релевантним међународним групама експерата; пример такве организације је Међународна асоцијација за потрошачко законодавство (енг. International Association for

Consumer Law - IACL), у чије редовне чланове спадају академици, истраживачи и независни експерти, као и креатори политике и правници који раде у организацијама потрошача;

6.1.5. пружање подршке учешћу националних удружења потрошача у активностима и догађајима које организују *BEUC* (Европска организација потрошача) и *Consumers International* (Међународни савез организација потрошача).

## 2. Финансијска средства за реализацију Стратегије

Финансијска средства за реализацију циљева Стратегије обезбеђују се из буџета Републике Србије и међународних фондова (у оквиру прве компоненте Инструмента за претприступну помоћ Европске уније - подршка транзицији и изградња институција за 2009. годину – члан 4. Закона о буџету Републике Србије за 2013. годину („Службени гласник РС”, бр. 114/12 и 59/13).

Буџетска средства се неће користити ван оквира претходно планираних средстава за текућу буџетску годину и за наредне две фискалне године и наведена су у Закону о буџету Републике Србије за 2013. годину („Службени гласник РС”, бр. 114/12 и 59/13) у износу од 1.850.000,00 РСД - Програм 2601-09-03 Заштита потрошача, позиција 421, 422 и 423 и у финансијским плановима за 2014. и 2015. годину који су пројектовани на основу раста предложеног од стране Министарства финансија и привреде. Напомињемо да се одређене активности, за чије спровођење су партнери удружења за заштиту потрошача, реализују током 2013. и 2014. године средствима која су обезбеђена Законом о изменама и допунама Закона о буџету Републике Србије за 2012. годину („Службени гласник РС”, број 93/12) у износу од 32.200.000,00 РСД – Програм 2601-09-03 Заштита потрошача, позиција 481-дотације невладиним организацијама.

Акционим планом одређени су циљеви, активности, мере, надлежне институције и партнери у спровођењу, као и рокови за реализацију Стратегије.

Акциони план реализује се годишњим оперативним плановима које доноси Влада, а у складу са чланом 124. став 3. ЗЗП-а.

## IV. ПРАЋЕЊЕ И ОЦЕЊИВАЊЕ СПРОВОЂЕЊА СТРАТЕГИЈЕ

У циљу ефикасног спровођења, ажурирања и усаглашавања Стратегије, неопходно је користити средства за праћење и оцену успешности реализације Стратегије.

Праћење реализације Стратегије представља механизам контроле реализације њених циљева, активности и мера; њиме се утврђује шта је у току периода примене Стратегије постигнуто који су резултати и за које актере су они корисни. Оцена успешности реализације Стратегије представља основу за евентуалне измене Стратегије, односно Акционог плана за реализацију Стратегије.

У вршењу надзора над применом и оцењивању успешности реализације Стратегије, највећи значај имају доступност, потпуност и поузданост статистичких података о различитим потрошачким активностима и примењивању закона. Релевантни и поуздани статистички подаци омогућиће да се напредак у остваривању дефинисаних циљева оцењује у редовним интервалима у току периода примене Стратегије. У ту сврху ће бити утврђени одговарајући показатељи оствареног учинка.

Иако редовно праћење и оцена успешности реализације Стратегије треба да буду пре свега задатак државног органа надлежног за заштиту потрошача, неопходно је да у ту активност буду укључени и чланови Националног савета, како би се остварила сарадња између главних актера у области заштите потрошача. На тај начин ће се обезбедити континуитет у добијању повратних информација о праћењу реализације и оцени успешности њене примене.

Процена спровођења Стратегије ће се вршити у редовним интервалима, на годишњем нивоу.

## V. ПРИЛОЗИ

Саставни део ове стратегије су прилози:

Прилог 1 Акциони план за реализацију Стратегије;  
Прилог 2 Скраћенице.

## VI. ЗАВРШНИ ДЕО

Ову стратегију објавити у „Службеном гласнику Републике Србије”.

05 Број:  
У Београду, 31. јула 2013. године

В Л А Д А

ПРЕДСЕДНИК

АКЦИОНИ ПЛАН ЗА РЕАЛИЗАЦИЈУ СТРАТЕГИЈЕ					
Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену	
1. УНАПРЕЂЕЊЕ ЗАШТИТЕ ПРАВА И ИНТЕРЕСА ПОТРОШАЧА ИЗМЕНАМА ПРОПИСА	1.1. Преглед и измене и допуне постојећег законодавства у области заштите потрошача	1.1.1. Припрема плана за измене и допуне ЗЗП-а	МТТ	I-III квартал 2013.	
		1.1.2. Измене и допуне ЗЗП-а	МТТ	IV квартал 2013.	
		1.1.3. Кампања у циљу информисања потрошача о њиховим правима и интересима у складу са изменама и допунама ЗЗП-а	МТТ, удружења потрошача	2014.	
	1.2. Усклађивање националних прописа у области заштите потрошача са законодавством ЕУ у овој области	1.2.1. Припрема Плана за усклађивање националних прописа у области заштите потрошача са правним тековинама ЕУ и његово ажурирање у складу са НПАА	МТТ		континуирано
		1.2.2. Усклађивање домаћих прописа са прописима ЕУ који су релевантни за заштиту потрошача	МТТ, МПДУ, МПШВ, МЗ, МФП, МЕРЗЖС, МРРЛС, РАТЕЛ, КЗК, НБС, МПНТР и други		континуирано
		1.2.3. Процена области примене ових прописа ЕУ и њиховог утицаја на друге прописе	МТТ, МПДУ, МПШВ, МЗ, МФП, МЕРЗЖС, МРРЛС, РАТЕЛ, КЗК, НБС, МПНТР и други		континуирано
	1.3. Појашњење примене одређених одредби ЗЗП-а у секторима у чијој надлежности су поједини сегменти области заштите потрошача	1.3.1. Увођење правила комплементарности	МТТ, МПДУ, МПШВ, МЗ, МФП, МЕРЗЖС, МРРЛС, РАТЕЛ, КЗК, НБС, МПНТР и други		2013.
		1.3.2. Преглед прописа који има утицај на права и интересе потрошача	МТТ		2013.
		1.3.3. Смернице о применама правила комплементарности	МТТ		2013.
		1.3.4. Припрема упитника о надлежностима других државних органа у области заштите потрошача	МТТ		2014.

		1.3.5. Припрема и спровођење обука са циљем бољег разумевања одредаба ЗЗП-а и његове примене за запослене у државним органима и невладиним институцијама	МТТ, СУК	континуирано (од 2014. године)
--	--	--	----------	--------------------------------

Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену
	1.4. Социјална укљученост и заштита угрожених потрошача	1.4.1. Измене и допуне ЗЗП-а које се односе на секторски приступ у дефинисању угроженог потрошача	МТТ	IV квартал 2013.
		1.4.2. Израда студије о угроженим потрошачима	МРЗСП у сарадњи са другим ресорним министарствима и институцијама, релевантним удружењима (удружењима потрошача и др.) и СИПРУ	континуирано
		1.4.3. Израда Националног програма заштите угрожених потрошача у услугама од општег економског интереса	МРЗСП у сарадњи са другим ресорним министарствима и институцијама и СИПРУ	континуирано
		1.4.4. Кампања за промовисање едукације и подизања свести угрожених потрошача о њиховим правима	МРЗСП, МЕРЗЖС и друга ресорна министарства, релевантна удружења (удружења потрошача и др.)	континуирано
		1.4.5. Упознавање јавних субјеката, а посебно локалних самоуправа, као и привредних субјеката са новим прописима који уређују заштиту угрожених потрошача и спровођење обука у циљу унапређења њиховог знања о овој области	МРЗСП, МЕРЗЖС и друга ресорна министарства и релевантна удружења (удружења потрошача и др.) у сарадњи привредних и професионалних комора и СКГО	континуирано
	1.5. Законско уређење нових проблема потрошача	1.5.1. Израда студије о презадужености потрошача	МФП, НБС у сарадњи са МТТ, релевантним удружењима (удружења банака и др.) и СИПРУ	континуирано
		1.5.2. Законска иницијатива за регулисање питања презадужености	МФП, НБС у сарадњи са МТТ и релевантним удружењима	континуирано

		потрошача (измене и допуне закона, итд)	(удружења банака и др.)	
		1.5.3. Израда студије о потрошачима на дигиталном тржишту	МТТ, РАТЕЛ, СИПРУ	2014.
		1.5.4. Законска иницијатива за побољшање положаја потрошача на дигиталном тржишту	МТТ, РАТЕЛ	2013.
		1.5.5. Израда студије о обрасцима одрживе производње и потрошње	МЕРЗЖС у сарадњи са МТТ	2014-2015.
		1.5.6. Израда Стратегије о одрживој производњи и потрошњи	МЕРЗЖС у сарадњи са МТТ	2016-2018.
		1.5.7. Активности усмерене на подизање свести јавности о одрживој производњи и потрошњи	МЕРЗЖС и релевантна удружења (удружења потрошача и др.) у сарадњи са МТТ	континуирано
		1.5.8. Израда студије о здравој животној средини и безбедности потрошача	МЕРЗЖС у сарадњи са МТТ и надлежним инспекцијским органима и УЦ	2013-2015.



Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену
2. БОЉА ИНТЕГРАЦИЈА ПОЛИТИКЕ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА У ДРУГЕ ДРЖАВНЕ ПОЛИТИКЕ	2.1. Увођење политике заштите потрошача у друге политике – Принцип интеграције	2.1.1. Идентификовање главних питања везаних за заштиту потрошача у оквиру других државних политика и надлежности државних институција у области заштите потрошача	МТТ, МПШВ, МЗ, МФП, МЕРЗЖС, МРРЛС, РАТЕЛ, КЗК, НБС, МПНТР и други	континуирано
		2.1.2. Организовање редовних састанака Националног савета	МТТ	континуирано
	2.2. Јачање оперативног и институционалног уређења	2.2.1. Одређивање особе за контакт у свим државним институцијама које се баве питањима у вези са правима и интересима потрошача	МПШВ, МЗ, МФП, МЕРЗЖС, МРРЛС, РАТЕЛ, НБС, МПНТР и други у сарадњи са МТТ	2014/2015.
		2.2.2. Развој методологије за процену могућег утицаја мера других државних политика на заштиту и добробит потрошача увођењем одговарајућих образаца за процену утицаја на потрошаче	МТТ	континуирано
		2.2.3. Стварање правне основе за учешће представника удружења потрошача у експертским групама чији рад се односи на различите државне политике и у раду регулаторних, контролних и управљачких структура државног и мешовитог сектора који пружа услуге потрошачима	МТТ, МПШВ, МЗ, МФП, МЕРЗЖС, МРРЛС, РАТЕЛ, КЗК, НБС, МПНТР и други	континуирано
		2.2.4. Иницирање специјализације удружења потрошача, по специфичним областима заштите потрошача, као и њиховог повезивања и сарадње	НСЗП, удружења потрошача	континуирано

		2.2.5. Иницирање стварања кровног удружења потрошача	НСЗП, удружења потрошача	континуирано
--	--	--	--------------------------	--------------

Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену
3. ДАЉЕ ЈАЧАЊЕ ИНСТИТУЦИОНАЛНО Г ОКВИРА ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА	3.1. Јасно утврђивање одговорности и јачање капацитета и ресурса постојећег Одељења за заштиту потрошача у оквиру МТТ-а	3.1.1. Прецизирање овлашћења и јачање капацитета и ресурса постојећег Одељења за заштиту потрошача у складу са НПАА	МТТ	континуирано
		3.1.2. Активно учешће МТТ-а у догађајима у области заштите потрошача, организацијама и размени информација на међународном и регионалном нивоу	МТТ	континуирано
		3.1.3. Организовање састанака и обезбеђивање стручне и административне подршке и ресурса за редовне седнице Националног савета	МТТ	континуирано
		3.1.4. Учесће запослених у Одељењу за заштиту потрошача на обукама организованим на националном, регионалном и међународном нивоу	МТТ	континуирано
		3.1.5. Континуирано спровођење анализа и годишње извештавање о приговорима потрошача (јавности, Владе, Националног савета, ЕУ и сл.) од стране МТТ-а, Владе и других надлежних органа и институција	МТТ	континуирано
		3.1.6. Сарадња са институцијама ЕУ (Генерални директорат за здравље и заштиту потрошача, Мрежа европских центара за заштиту потрошача и др.)	МТТ	континуирано
	3.2. Остваривање делотворне институционалне координације	3.2.1. Израда извештаја о спровођењу Акционог плана	МТТ, НСЗП	континуирано
		3.2.2. Одржавање седница Националног савета најмање четири пута годишње	МТТ, НСЗП	континуирано
		3.2.3. Израда и достављање извештаја о раду Националног савета за заштиту потрошача Влади	МТТ, НСЗП	континуирано

	3.3. Развој инструмената за креирање политике заштите потрошача заснованих на знању	3.3.1. Успостављање и функционисање јединственог информационог система	МТТ у сарадњи са удружењима потрошача/саветовалиштима потрошача и другима	III/IV квартал 2013.
--	---	--	---	----------------------

Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену
		3.3.2. Учесће у обукама које се односе на RAPEX, RASFF и др.	МТТ	континуирано
		3.3.3. Спровођење анкета на државном нивоу о свести потрошача, њиховом понашању, потребама и очекивањима	МТТ, удружења потрошача	континуирано
		3.3.4. Спровођење истраживања у области заштите потрошача (о различитим и релевантним потрошачким темама)	МТТ	континуирано
		3.3.5. Учесће у размени података садржаних у информационим системима, на међународном и регионалном нивоу	МТТ	континуирано
	3.4. Јачање институционалног оквира заштите потрошача оснивањем координационе групе за заштиту потрошача и тржишни надзор	3.4.1. Образовање координационе групе коју чине представници Одељења за заштиту потрошача и Сектора тржишне инспекције	МТТ	2013.
		3.4.2. Усвајање програма рада координационе групе	МТТ	2013.
		3.4.3. Организовање заједничких састанака о релевантним темама	МТТ	континуирано
	3.5. Проширење обавеза и надлежности локалне самоуправе које се односе на област заштите потрошача	3.5.1. Измене и допуне Закона о локалној самоуправи и Закона о финасирању локалне самоуправе у циљу повећања учешћа локалне самоуправе у области заштите потрошача	МРРЛС, МФП	2013/2014.
		3.5.2. Измене и допуне ЗЗП-а у циљу прецизирања надлежности локалне самоуправе у заштити потрошача	МТТ	IV квартал 2013.

		3.5.3. Промовисање сарадње локалне самоуправе и удружења потрошача, као и подршка локалне самоуправе удружењима потрошача на остваривању заштите права и интереса потрошача	МТТ, МРРЛС, СКГО, јединице локалне самоуправе	континуирано
		3.5.4. Истраживање могућности учешћа локалне самоуправе у модалитетима финансијске подршке удружењима потрошача	МТТ, МРРЛС, МФП, јединице локалне самоуправе	2014.
		3.5.5. Укључивање представника локалних самоуправа у процесе консултација о политици и мерама заштите потрошача	МТТ, СКГО и јединице локалне самоуправе	континуирано

Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену
4. ДЕЛОТВОРНИЈЕ СПРОВОЂЕЊЕ ЗАКОНА И ЕФИКАСНИЈИ СИСТЕМ НАДЗОРА НАД ТРЖИШТЕМ У ОБЛАСТИ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА	4.1. Прецизирање надлежности органа за надзор над тржиштем у области заштите потрошача	4.1.1. Измене и допуне ЗЗП-а у циљу прецизирања надлежности органа за надзор над тржиштем	МТТ	IV квартал 2013.
		4.1.2. Идентификовање потребе за изменама и допунама других прописа који су у вези са заштитом потрошача	МТТ	IV квартал 2013.
	4.2. Координација рада органа надлежних за примену закона у области заштите потрошача	4.2.1. Побољшање координације рада између МТТ и других органа за вршење надзора, између осталог и коришћењем података из јединственог информационог система	МТТ (координациона група) у сарадњи са другим органима за вршење надзора над тржиштем	континуирано
	4.3. Прецизирање овлашћења органа за надзор над тржиштем у области заштите потрошача	4.3.1. Измене и допуне ЗЗП-а у циљу прецизирања овлашћења органа за надзор над тржиштем у области заштите потрошача и увођења тежих санкција за озбиљније случајеве кршења закона	МТТ	IV квартал 2013.
		4.3.2. Обуке запослених у органима за надзор над тржиштем у области заштите потрошача и судија	МТТ, органи за вршење надзора над тржиштем, ПА, удружење судија	континуирано
	4.4. Обезбеђивање правних средстава за заштиту индивидуалних и колективних интереса потрошача, као и мањи трошкови решавања потрошачких спорова	4.4.1. Израда студије о различитим облицима поступака заштите колективних права и интереса потрошача	МТТ	2013.
		4.4.2. Израда студије о механизмима за вансудско решавање потрошачких спорова	МТТ	2013.
		4.4.3. Идентификовање потреба за изменама и допунама других прописа који су у вези са ефикасним решавањем потрошачких спорова	МТТ, ПА, удружење судија	2014.
		4.4.4. Едукација представника невладиних и владиних институција	МТТ	континуирано
		4.4.5. Едукација судија	ПА, удружење судија у сарадњи са МТТ	континуирано

	4.5. Јачање релевантних актера, укључујући удружења потрошача и трговце, за активно и добровољно учешће	4.5.1. Иницирање усклађивања Кодекса пословне етике са добром пословном праксом других земаља, као и иницирање доношења кодекса добре пословне праксе	МТТ, релевантна удружења (трговаца, потрошача, и др.)	2014.
		4.5.2. Подршка удружењима потрошача и потрошачима у заштити колективних права и интереса потрошача	МТТ	континуирано



Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену
		4.5.3. Анализа модалитета финансијске подршке удружењима потрошача	МТТ у сарадњи са МФП	2013.
		4.5.4. Организовање редовних састанака представника МТТ-а са представницима привредних субјеката у различитим областима како би се повећала свест о кодексима добре пословне праксе	МТТ у сарадњи са удружењима трговаца и привредним и професионалним коморама	континуирано
5. ЈАЧАЊЕ УДРУЖЕЊА ПОТРОШАЧА И ИНДИВИДУАЛНИХ ПОТРОШАЧА	5.1. Развој и спровођење образовних програма	5.1.1. Анализа постојећих наставних програма у циљу увођења потрошачких тема у наставне планове и програме	МПНТР, НСВО, НСЗП, удружења потрошача у сарадњи са МТТ	континуирано
		5.1.2. Увођење потрошачких тема у наставне планове и програме	МПНТР, НСВО у сарадњи са МТТ	континуирано
		5.1.3. Организовање редовних састанака са надлежним институцијама за образовање	МТТ, НСЗП	континуирано
	5.2. Већа информисаност и подизање свести јавности о правима и интересима потрошача	5.2.1. Организовање активности и кампања подизања свести о кључним питањима у области заштите потрошача у сарадњи са удружењима потрошача	МТТ, удружења потрошача	континуирано
		5.2.2. Организовање догађаја којима се обележава Светски дан права потрошача (15. март) у сарадњи са удружењима потрошача	МТТ, удружења потрошача	континуирано
		5.2.3. Унапређење интернет странице којом управља Одељење за заштиту потрошача као платформе за пружање информација потрошачима, трговцима и другим актерима и средства за интерактивну комуникацију	МТТ	континуирано
		5.2.4. Увођење нових емисија о заштити права и интереса потрошача у телевизијске и радијске програмске шеме	МТТ, медијске куће (телевизијске и радијске), удружења потрошача	континуирано

	5.3. Подршка индивидуалним потрошачима у решавању проблема	5.3.1. Успостављање координације између саветовалишта потрошача кроз редовне састанке	МТТ	континуирано
		5.3.2. Уједначавање квалитета саветовања (израда приручника за саветовање, информационих система, организовање обука и радионица за оне који дају савете)	МТТ, удружења потрошача	2013.
		5.3.3. Управљање јединственим информационим системом	МТТ	континуирано

Циљ	Активности	Мере	Надлежна институција и партнери у спровођењу	Рок за примену
	5.4. Успостављање јасних критеријума независности и репрезентативности удружења потрошача	5.4.1. Измене и допуне ЗЗП-а којима се јасно дефинишу критеријуми независности и репрезентативности удружења потрошача	МТТ	IV квартал 2013.
		5.4.2. Додељивање средстава из буџета на свим нивоима и подршка релевантних институција при конкурсима за средства из међународних фондова оним удружењима потрошача која испуњавају предложене критеријуме	МТТ, МПШВ, МЗ, МЕРЗЖС, МРРЛС, МФП, МРЗСП и друга релевантна министарства, јединице локалне самоуправе	континуирано
	5.5. Веће учешће удружења потрошача у креирању политике заштите потрошача	5.5.1. Одржавање састанака Саветодавног одбора за заштиту потрошача	НСЗП	2013.
		5.5.2. Организовање обука и спровођење активности у циљу јачања капацитета удружења потрошача (кроз праксу, сарадњу са одређеним факултетима, учешће у курсевима о потрошачким темама и сл.)	МТТ, КСЦД, удружења потрошача	континуирано
6. РАЗВОЈ ЧВРСТОГ ОКВИРА ЗА РЕГИОНАЛНУ И МЕЂУНАРОДНУ САРАДЊУ	6.1. Јачање регионалне и међународне сарадње	6.1.1. Учесће у Међународној мрежи за заштиту потрошача	МТТ	континуирано

		6.1.2. Веће остваривање потрошачких права на међународном нивоу: учешће у Мрежи европских центара за заштиту потрошача, подршка у решавању прекограничних спорова, учешће у системима вансудског решавања спорова на ниво ЕУ у области електронске трговине и уговора на даљину	МТТ	континуирано
		6.1.3. Учесће националних креатора политика и релевантних актера у области заштите потрошача на међународним форумима и обукама о законодавству и политици у овој области	МТТ, МПШВ, МЗ, МФЦ, МЕРЗЖС, МРРЛС, РАТЕЛ, КЗК, НБС, МПНТР и други	континуирано
		6.1.4. Промовисање учешћа представника државних институција и невладиних организација у Србији које се баве заштитом потрошача у релевантним међународним групама експерата	МТТ	континуирано
		6.1.5. Пружање подршке учешћу националних удружења потрошача у активностима и догађајима које организују <i>BEUC</i> (Европска организација потрошача) и <i>Consumers International</i> (Међународни савез организација потрошача)	МТТ	континуирано

## Прилог 2

### Скраћенице:

МТТ	Министарство спољне и унутрашње трговине и телекомуникација
МПШВ	Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде
МЗ	Министарство здравља
МФП	Министарство финансија и привреде
МЕРЗЖС	Министарство енергетике, развоја и заштите животне средине
МРРЛС	Министарство регионалног развоја и локалне самоуправе
МПНТР	Министарство просвете, науке и технолошког развоја
МПДУ	Министарство правде и државне управе
МРЗСП	Министарство рада, запошљавања и социјалне политике
НБС	Народна банка Србије
УЦ	Управа царина
КЗК	Комисија за заштиту конкуренције
РАТЕЛ	Републичка агенција за електронске комуникације
СУК	Служба за управљање кадровима
КСЦД	Канцеларија за сарадњу са цивилним друштвом
НСЗП	Национални савет за заштиту потрошача
СКГО	Стална конференција градова и општина
НСВО	Национални савет за високо образовање
ПА	Правосудна академија
СИПРУ	Тим за социјално укључивање и смањење сиромаштва при Кабинету потпредседника Владе за европске интеграције
НПАА	Национални програм за усвајање правних тековина Европске уније (2013-2016)