



Javno elektronsko glasilo
POKRET POTROŠAČA

izdava

Pokret za zaštitu potrošača - Srbije
Beograd, Savska 9/III
www.pokretpotrosaca.org.rs
e-glasilo@pokretpotrosaca.org.rs

glavni i odgovorni urednik
Petar Bogosavljević

urednički tim

Visnić Borka
Pantelić Dragana
prof. dr sci. Šobajić Slađana
prof. dr. Baltić Željko Milan
prof. dr. Mirić Milan
Simonović Dragoljub, advokat
dr Turubatović Lazar

likovno-tehničko uređenje
POZAP

Sadržaj

Uvodnik	4
Nosioci zaštite potrošača	5
Sektor poljoprivredne inspekcije	7
Razvoj potrošača	8
Potrošačka internacionala 2015. godine	8
Kratak osvrt na Smernice OUN iz 1999.g.	9
Sudsko i vansudsko rešavanje potrošačkih sporova	10
Bezbednost hrane	19
Potrošački, informisanje i izbor proizvoda	19
Usklađenost propisa Srbije u oblasti bezbednosti hrane sa propisima EU	25
Bezbednost korišćenja dijetetskih suplemenata – istine i zablude	33
Kvalitet svežeg mesa u prodavnicama u Beogradu i Srbiji	36
Kvalitet hleba i peciva u prodavnicama u Beogradu i u Srbiji	38
Potrošačka pitanja	39
Potrošački javljaju	41
Potrošački vremeplov	42
Nastanak potrošačkih prava i Međunarodnog potrošačkog pokreta	42
Evropska regulativa o zaštiti potrošača i primena	43
Izdava	44

Uvodnik



piše
Petar Bogosavljevi

Kriza informisanja i obrazovanja potrošača je sve vidnija. Potrošači imaju nedostupne istinite, kontinuirane, objektivne i blagovremene informacije o pravima, institucijama i postupcima ostvarivanja i zaštite prava i interesa. Potrošači su svakodnevno izloženi netažnjim, zbunjujućim i obmanjujućim reklamnim porukama i informacijama iz delova biznis sektora, državnih organa i od države zavisnih organizacija potrošača. Informisanje i obrazovanje potrošača je pogoršano u odnosu na prošlu i ranije godine. Znatna deo odgovornosti za to snose udruženja potrošača i njihovi savezi, posebno finansirani iz Budžeta Republike i zaposleni na poslovima zaštite potrošača u Ministarstvu trgovine, turizma i telekomunikacija.

Uslovi za ostvarivanje **Prava potrošača na informisanost** - raspolaganje informacijama od značaja za pravilan izbor i zaštitu od nepoštenih reklama, ili oznaka na proizvodima koje mogu da dovedu u zabludu i **Prava na obrazovanje potrošača** - sticanje znanja i sposobnosti potrebnih za pravilan i pouzdan izbor proizvoda i usluga, uz svest o osnovnim pravima i odgovornostima potrošača i načinima kako se ista mogu ostvariti su predušlovi za ostvarivanje svih drugih potrošačkih prava i za fer konkurenciju.

Stihijski se gase i privatizuju mediji. Silom zakona novinska agencija *Tanjug* je prestala da postoji, a nastavila da radi. Izlaze u javnost zakulisne radnje o privatizaciji dnevnog lista *Politika*. Prepoznaju se pokušaji da se uspostavi monopol u proizvodnji i distribuciji medijskih sadržaja.

Poslednjih godina bilo je preko deset pokušaja Ministarstva nadležnog za zaštitu potrošača, dnevnih listova i organizacija potrošača da izdaju potrošački list. Utrošena su znatna sredstva poreskih obveznika, a potrošači nisu dobili svoje glasilo.

Organizovanost potrošača u Republici Srbiji je nedopustivo loša. U poslednje dve-tri go-

dine ugašeno je više od polovine potrošačkih udruženja i njihovih saveza. Favorizuje se rad od države zavisnih, državnih, stranačkih i privatnih organizacija potrošača.

Nezavisne, nevladine, vanstranačke i neprofitne organizacije potrošača, posvećene ostvarivanju i zaštiti prava i interesa potrošača u skladu sa Ustavom, Zakonom o udruženjima i preuzetom međunarodnom i evropskom regulativom o zaštiti potrošača su prava retkost.

Potrebe potrošača za informacijama i znanjima iz oblasti zaštite potrošača su sve veće i raznovrsnije. Da bi se ostvarivale, treba unaprediti i razvijati medijski i novinarski profesionalizam i vršiti kontinuiranu proizvodnju i distribuciju medijskih sadržaja za potrošačke grupe različitih potreba, zahteva, interesovanja i finansijskih i komunikacionih mogućnosti. Većem delu potrošača treba omogućiti osnovno informisanje i obrazovanje.

Povećava se broj potrošača zainteresovanih za sticanje najnovijih znanja iz oblasti zaštite potrošača i korišćenje savremenih sredstava komunikacije. Za permanentno informisanje i obrazovanje, treba organizovati seminare, radionice i korišćenje naših medijskih sadržaja. Od novinara se očekuje da se osposobe da budu veliki proizvođači i potrošački medijskih sadržaja i dobri edukatori potrošača i nosilaca zaštite potrošača. Ovom prilikom, pozivamo zainteresovane novinare da se uključe u ove aktivnosti.

Proizvodnju i distribuciju medijskih sadržaja zasniavamo na stručnim analizama, ekspertizama i rezultatima istraživanja. U toku je prikupljanje podataka i izrada analiza i istraživanja primene Pravilnika o deklarisanju, označavanju i reklamiranju hrane, Zakona o zaštiti potrošača, cena električne energije, finansiranju potrošačkih projekata i dr. Rezultate ćemo objaviti u sledećim izdanjima.

Ministarstvo kulture i informisanja je podrškom našem Projektu *Proizvodnja, distribucija i trajno čuvanje medijskih sadržaja iz oblasti zaštite potrošača* uveličalo značajan korak u stvaranju nedostajajućeg dela sistema javnog informisanja.

Na nama je da opravdamo poverenje.

Nosioci zaštite potrošača

Nosioci zaštite potrošača u Republici Srbiji su:

Narodna skupština, Vlada, Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija, ministarstva: poljoprivrede, šumarstva i zaštite životne sredine, zdravlja, rada, socijalne politike i zapošljavanja, energetike i rudarstva, saobraćaja, pravde, državne uprave i lokalne samouprave, privrede i finansija, regulatorna i kontrolna tela, Nacionalni savet za zaštitu potrošača, organi Autonomne pokrajine Vojvodine, organi lokalne samouprave i udruženja potrošača i njihovi savezi.

U ovom i narednim izdanjima predstavićemo vam nosioce zaštite potrošača i dati informacije o mogućnostima komunikacije sa njima. (Kontakt podaci su preuzeti sa sajta www.beograd.rs)



Za pomoć u rešavanju potrošačkih sporova potrošači mogu da se obrate:

Tržišnoj inspekciji – ukoliko imaju problem u kupovini kompjuterske opreme, odeće, obuće, aparata za domaće instancije, i to problem sa cenom proizvoda i usluga i odnosom prodavca – na adresu Omladinskih brigada 1, Novi Beograd, telefon 011 2699-610, ili tržišnom inspektor u okrugu ili opštini;

Turističkoj inspekciji – ako imaju problem u vezi sa turističkim uslugama, putovanjima, izletima, godišnjim odmorom i dr. – na adresu Omladinskih brigada 1, Novi Beograd, telefon 011 3139-676;

Veterinarskoj inspekciji – ukoliko imaju problem sa zdravstvenom ispravnosti i kvalitetom namirnica životinjskog porekla (mleko i proizvodi od mleka, meso i proizvodi od mesa, riba i proizvodi od ribe, med i drugi proizvodi) – na adresu Omladinskih brigada 1, Novi Beograd, telefon 011 3117-272; ili veterinarskom inspektor u okrugu ili opštini;

Sanitarnoj inspekciji – ako imaju problema sa zdravstvenom bezbednosti i kvalitetom vode, soli za ljudsku upotrebu, dijetetskih proizvoda, sa higijensko-sanitarnim uslovima i dr. – na adresu Omladinskih brigada 1, Novi Beograd, telefon 011 3130-886;

Poljoprivrednoj inspekciji – ukoliko imaju problema sa zdravstvenom ispravnosti i kvalitetom namirnica biljnog porekla (povrće i proizvodi od povrća, voće i proizvodi od voća, voćni sokovi, marmelade, razne vrste džemova, gljive i proizvodi od gljiva, hleb, pecivo, keks, čips, osvežavajuća bezalkoholna pića i dr.) – na adresu Omladin-

skih brigada 1, Novi Beograd, telefon 011 3117-473 ili poljoprivrednom inspektor u okrugu ili opštini;

Fitosanitarnoj inspekciji – ako imaju problema sa herbicidima, pesticidima i teškim metalima u namirnicama koje su kupili – na adresu Omladinskih brigada 1, Novi Beograd, telefon 011 3117-729;

Republičkoj agenciji za telekomunikaciju (RATEL) – ako imaju problema sa mobilnim telefonom, kablovskom televizijom i dr. – na adresu Višnjičeva 8, Beograd, 011 3242-673 (za mobilne telefone), 2026-905 (za TV i radio);

Inspekcija za zaštitu životne sredine – ako imaju potrebu da prijave zagađivanje životne i radne sredine; Dr Ivana Ribara 91, tel. 2157-997;

Zdravstvenoj inspekciji – ukoliko imaju problema sa kupovinom lekova – na adresu Omladinskih brigada 1, Novi Beograd tel. 011 314 96 77;

Zaštitniku pacijenata – ako imaju problema sa uslugama zdravstvenih organizacija (domovi zdravlja, bolnice, klinike i dr.);

Centru za zaštitu potrošača pri Narodnoj banci Srbije – ukoliko imaju problema sa us-

lugama banaka, osiguravaju ih organizacija, sa novanim berzama i dr.

Komunalnoj inspekciji – ako imaju problema sa održavanjem komunalne higijene;

Finansijskoj inspekciji – ukoliko imaju problema sa izdavanjem fiskalnog računa;

Ministarstvu trgovine i usluga – prijava nepravilnosti u radu tržišnih inspektora 0800-102-101.

Nadležnim inspekcijama potrošača, po pravilu, treba da se obrati u pisanoj formi. Tada će oni dobiti pisani odgovor. Za potrošača, inspekciji se može uputiti prijava zbog nepoštovanja zakonskog roka za odgovor na reklamaciju potrošača.

Zahtev, prijava, molba, žalba ili neka druga forma obrambene akcije obavezno treba da sadrži:

- podatke o organizaciji kojoj se potrošač obračunava (pun naziv i adresa),
- naziv predmeta koji se upućuje,
- neophodne informacije o predmetu i
- osnovne podatke o potrošaču (ime, prezime, ulica i broj, predbroj – broj pošte i mesto).

Potrošač i prodavac treba da budu ljubazni u međusobnoj komunikaciji. Taj odnos je merilo njihove potrošačke kulture, koja podrazumeva poznavanje i primenu pravila lepog ponašanja u poslovanju u kupovini.



Sektor poljoprivredne inspekcije

Nenad Vujović

načelnik poljoprivredne inspekcije Srbije



Sektor poljoprivredne inspekcije (u daljem tekstu: Sektor) obavlja poslove inspeksijskog nadzora nad primenom zakona i drugih propisa koji se odnose na: oblast zaštite, ureenja i koriš enja poljoprivrednog zemljišta; kontrolu redovne obrade poljoprivrednog zemljišta; kontrolu promene namene poljoprivrednog zemljišta; kontrolu donošenja godišnjeg programa zaštite, ureenja i koriš enja poljoprivrednog zemljišta jedinica lokalne samouprave; kontrolu plodnosti obradivog poljoprivrednog zemljišta; kontrolu izvo enja radova na zaštiti i ure enju poljoprivrednog zemljišta; ostvarivanje programa mera za unapre enje poljoprivredne proizvodnje i sto arstva; kontrolu isplate premija, regresa i drugih subvencija i podsticajnih sredstava namenjenih unapre enju poljoprivredne proizvodnje i sto arstva i sredstava za podsticaj izvoza poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda; ostvarivanje programa mera selekcije za unapre enje sto arstva; kontrolu uklju ivanja poljoprivrednog zemljišta u organsku biljnu proizvodnju; kontrolu ispunjenosti uslova za zasnivanje organske proizvodnje biljnog porekla, organske sto arske proizvodnje i organske proizvodnje vina, rakije i drugih alkoholnih pi a, piva i bezalkoholnih pi a; kontrolu metoda tehnoloških postupaka u preradi, skladištenju, pakovanju i prevozu organskih proizvoda; kontrolu ispunjenosti uslova za zasnivanje organske proizvodnje vina, rakije i drugih alkoholnih pi a, piva i bezalkoholnih pi a; kontrolu ispunjenosti uslova za ovlaš ivanje sertifikacionih organizacija za organsku proizvodnju; kontrola kontrole kvaliteta hrane za životinje biljnog porekla koju je obavezan da vrši proizvo a ; kontrolu u oblasti bezbednosti hrane biljnog i mešovitog porekla u fazi proizvodnje, prerade i prometa na veliko; kontrolu kvaliteta duvana i duvanskih proizvoda; pregled poslovnih prostorija, objekata, postrojenja, ure aja, predmeta i roba u proizvodnji, preradi i prometu na veliko za hranu biljnog i mešovitog porekla; pregled poslovnih prostorija, objekata, postrojenja, ure aja, predmeta i roba u proizvodnji duvanskih proizvoda i obradi duvana; kontrolu javnih skladišta; ispunjenost uslova za proizvodnju vina, rakije, drugih alkoholnih pi a, etanola, piva i bezalkoholnih pi a; ispiti-

vanje i utvr ivanje kvaliteta ovih proizvoda i sirovina upotrebljenih za njihovu proizvodnju; kontrolu proizvodnje grož a, vo a, vina i rakije sa zašti enim geografskim poreklom; kontrolu prometa i kvaliteta vina, rakije, drugih alkoholnih pi a, etanola, piva i bezalkoholnih pi a u unutrašnjem prometu; kontrolu rada kontrolnih organizacija, akreditovanih ovlaš enih laboratorija; kontrolu bezbednosti pošiljaka grož a za industrijsku preradu, vina, rakije, drugih alkoholnih pi a, etanola i piva nakon uvoza i u izvozu, osim grož a za industrijsku preradu; kontrolu vo enja evidencije o proizvodnji i prometu ovih proizvoda; organizaciju i vo enje Centralnog registra objekata za proizvodnju i promet hrane i hrane za životinje; obavlja i druge poslove iz ove oblasti.

OBLASTI NADZORA

Shodno delokrugu rada, odnosno oblastima inspeksijskog nadzora, u Sektoru su obrazovane uže unutrašnje jedinice sa svojim delokrugom rada, i to:

- Odeljenje poljoprivredne inspekcije za poljoprivredno zemljište
- Odeljenje poljoprivredne inspekcije za kontrolu podsticajnih sredstava u poljoprivredi, organsku proizvodnju i sto arstvo
- Odeljenje poljoprivedne inspekcije za bezbednost hrane biljnog i mešovitog porekla i kontrolu obra iva a duvana i proizvo a a duvanskih proizvoda
- Odeljenje poljoprivredne inspekcije za vino, rakiju, alkoholna i bezalkoholna pi a
- Grupa za vo enje Centralnog registra objekata.

Adresa:

Omladinskih brigada 1, SIV 3, Beograd

Telefon: 011/ 311 74 73



Potrošačka internacionala 2015. godine

piše Borka Visnić

Povodom Svetskog dana prava potrošača u ovoj 2015. godini, Potrošačka Internacionala je pozvala da se donese nova globalna konvencija za zaštitu i promovisanje zdrave ishrane. Ona treba da pruži potrebnu podršku vladama da rešavaju globalni problem nezdrave ishrane.

Globalna konvencija treba da obezbedi okvir da vlade donesu i izvršavaju politike kao što su:

- Smanjenje veoma visokog nivoa svakodnevnog unosa masti, šećera i soli u ishrani;
- Zabranu reklamiranja nezdrave hrane deci;
- Pružanje jasnih informacija koje potrošači imaju o izboru zdrave ishrane; i
- Donošenje sporazuma podrške trgovinskim i proizvodnim organizacijama, kojim se obavezati da ne otežavaju zdravu ishranu stanovništva.

Pokret za zaštitu potrošača - Srbije podržava kampanju i u znak podrške bezbednosti i kvalitetu hrane i ishrane posvetiće značajan deo Prvog izdanja elektronskog glasila.

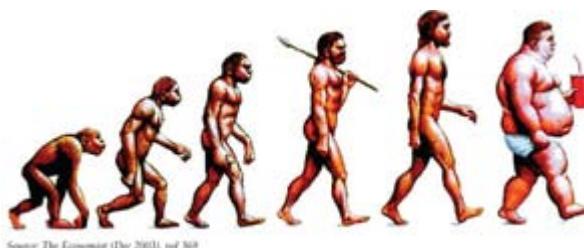
Pokret je podržao i podržava kampanju koja se vodi širom sveta pod sloganom: *Želim svet u kome će potrošači imati pravo na zdravu hranu.*

Pozivamo sve zainteresovane da podržavaju globalni sporazum za promovisanje zdravije ishrane, zahtevaju da vlada donese i izvršava Program mera koji će doprinosti ostvarivanju prava potrošača na bezbednu i kvalitetnu hranu, proizvođači i trgovci da podrže i učestvuju u konkurentnoj bezbednoj i kvalitetnoj hrani, potrošači da se aktivno uključe u donošenje, implementaciju i praćenje sprovođenja Programa mera.

Konvenciju o zdravoj ishrani treba da donese Svetska zdravstvena organizacija. U njoj treba zahtevati podršku vlada širom sveta. Potrošači u Srbiji treba svojim glasom da podrže akciju promocije i zaštite zdrave ishrane u Srbiji i na taj način daju najveći doprinos bezbednosti hrane i kvalitetu ishrane.

Ne očekuju i donošenje Konvencije Svetske zdravstvene organizacije, Vlada Republike Srbije treba da, u funkciji primene Zakona o zaštiti potrošača, Zakona o bezbednosti hrane, Zakona o zaštiti zdravlja stanovništva i drugih propisa o bezbednosti i kvalitetu hrane, utvrdi osnove potrošačke politike *Želim svet u kome će potrošači imati pravo na zdravu hranu*, da definiše sistem monitoringa i usklađivanja propisa za efikasno ostvarivanje politike zaštite zdravlja stanovništva, proizvodnjom, distribucijom i prometom bezbedne hrane za sve. U predlaganju ovih mera imamo u vidu i jake otvorene i prikrivene otpore, kojih ima i bitno ih. Oni proizilaze iz, za potrošače, zemlju i znatan deo biznis sektora, neodrživu politiku maksimiranja profita po svaku cenu, dela biznis sektora i tolerantan odnos vlade prema ovakvoj politici.

Nezarazne bolesti kao što su dijabetes, srčana oboljenja i neke vrste raka, sve su prisutnije i u Srbiji. To je poseban problem u svetu, gde imamo više od 11 miliona smrtnih slučajeva godišnje. Podatak obavezuje da se pokrenu široke koordinirane aktivnosti za zaustavljanje, a potom i smanjenje smrtnosti stanovništva od nezaraznih bolesti, jer su osnovni uzroci nepravilna i nezdrava ishrana, koja počinje od detinjstva. Pored nenadoknadivih gubitaka ljudskih života, treba imati u vidu i finansijske gubitke.



Procenjuje se da samo gojaznost košta svetsku ekonomiju oko \$ 2 triliona dolara godišnje. Samo delom ovih troškova uloženi u preventivu, može se bitno promeniti stanje, ako bi bilo spremnosti da se problem rešava za dobrobit oveka.

Ovo je pravi globalni problem sa jednom od najbržih stopa rasta u nerazvijenim i srednje razvijenim zemljama, u koju spada i Srbija. Mnoge zemlje su donele politike za poboljšanje ishrane

stanovništva, ali ni jedna država još nije uvela mere za postizanje značajnog smanjenja nivoa gojaznosti.

Uprkos ovom zabrinjavajućem trendu, zapravo postoji širok konsenzus o sveobuhvatnom paketu politika koja treba da se pozabave ovim problemima. Potrebna je samo politička volja političke i biznis elite i iskrena posvećenost ovom problemu.

Kratak osvrt na Smernice OUN iz 1999.g.

Smernice OUN iz 1985. godine o Osnovnim pravima potrošača, imale su i imaju veliki uticaj na promociju društvenog i ekonomskog razvoja i potrošačke politike. U Izveštaju Generalnog sekretara OUN iz 1993.g. se ukazuje da ostaje u mnogim zemljama još mnogo da se uradi da bi se postigla efikasna primena propisa, da tržište funkcioniše efikasno i ravnopravno i da se promoviše ekonomski i socijalni razvoj.

Odredbe o održivoj potrošnji nisu bile obuhvaćene Smernicama o Osnovnim pravima potrošača iz 1985.g.

1999. godine, značajno su proširene Smernice Ujedinjenih nacija za zaštitu potrošača. Posebno su velika unapređenja u oblasti prava potrošača na zdravu životnu sredinu.

Pod uticajem nauke i informatičke revolucije na jednoj i sve vidnije ekonomske i društvene krize u svetu na drugoj strani, pokrenute su nove inicijative za još veće inoviranje Smernica UN o osnovnim pravima potrošača, koje treba da se završi u 2015.g. Ovo inoviranje Smernica, polazeći od međunarodno prihvaćenih obavezujućih akata (povelja, rezolucija, politika, direktiva i dr.), obuhvata suštinska i vrlo bitna proširenja svih osam osnovnih grupa potrošačkih prava i uključuje nova, koja proizlaze iz nastalih potreba za bitnim promenama na globalnom, regionalnom i lokalnom nivou, uključujući i velike promene u ponašanju potrošača, promenu

razvojne filozofije, obrazaca potrošnje, navika, ekonomskih i društvenih odnosa...

Republika Srbija i Grad Beograd su ostali izvan velikih promena. U zakonskoj i podzakonskoj regulativi, isključujući i deo formalno preuzete regulative o pravima potrošača u EU, imali smo i imamo suprotna kretanja.

Produbljeno je zaostajanje u oblasti zaštite potrošača u odnosu na stanje u EU. Ono se posebno vidi kada se poredimo sa najdinamičnijim i najdubljim globalnim promenama.

Beograd je u jednom periodu bio u grupi najnaprednijih nosilaca razvoja zaštite potrošača u svetu. Primenjena rešenja u Beogradu su ocenjena kao jedinstvena i originalna.

Srbija i Beograd se sada nalaze na zaostajaju razvoja zaštite potrošača. Formalno, delimično usklađeni delovi zakonske regulative sa regulativom u EU, ne primenjuju se. Preuzimaju se i rešenja u oblasti zaštite potrošača koja su u većini evropskih zemalja napuštena.

Opširnije o Smernicama OUN iz 1999.g. u narednom broju



Sudsko i vansudsko rešavanje potrošačkih sporova

Dragoljub Simonović, advokat

Dragoljub – Lune Simonović rođen je u Suvom Lukavcu (Istok, Metohija) 1953. godine. Pravni fakultet je završio 1976. godine. Pravnom zaštitom potrošača bavi se od 1998. godine.

Objavio je preko 250 članaka u pravnim časopisima.

Objavio je 19 knjiga iz oblasti prava. Među njima je i Komentar prvog Zakona o zaštiti potrošača Srbije, 2006. godine.

Gospodin Dragoljub – Lune Simonović je plodan književnik. Objavio je trinaest knjiga iz oblasti književnosti.

U pripremi za objavljivanje u 2016. godini ima dve knjige iz oblasti prava.



U uvodnoj rečenici želim da istaknem da sudsko i vansudsko rešavanje potrošačkih sporova spada u celovit korpus problematike ukupne zaštite potrošača, pravne zaštite potrošača, potrošačkog prava, potrošačkih sporova ..., a sve navedene kategorije su u Republici Srbiji još uvek daleko od zadovoljavajućeg stanja, a predaleko od nivoa pravne zaštite potrošača u razvijenim evropskim zemljama i onog stepena zaštite koji potrošači i zaslužuju kao ustavna kategorija i, može se reći, univerzalna kategorija u faktičkom smislu (*Svi smo mi potrošači*, Džon Kenedi).

Sudsko rešavanje potrošačkih sporova

Odredbom člana 5. tačka 1. Zakona o zaštiti potrošača – dalje: ZZP („Sl. glasnik RS“, broj 62/2014, koji je stupio na snagu 21. 6. 2014, a primenjuje se od 22. 9. 2014. godine) potrošač je definisan kao fizičko lice koje na tržištu pribavlja robu ili usluge u svrhe koje nisu namenjene njegovoj poslovnoj ili drugoj komercijalnoj delatnosti.

Na samom početku zakonodavac je poseo sa komplikovanim formulacijama, ovde po prirodi negatornom, odnosno eliminacionom – u svrhe koje nisu namenjene njegovoj poslovnoj ili drugoj komercijalnoj delatnosti. Da bi razumeo definiciju potrošača iz našeg zakona, građanin bi trebao da poznaje šta je to svrha namenjena poslovnoj delatnosti, odnosno svrha namenjena drugoj komercijalnoj delatnosti, zatim kakva je razlika između poslovne i komercijalne delatnosti, koje su to komercijalne delatnosti, a da istovremeno nisu poslovne itd.

Smatram da bi bila zadovoljavajuća i jednostavnija, na afektivno izražena, definicija potrošača kao fizičkog lica koje na tržištu pribavlja robu i usluge za ličnu potrošnju, odnosno korišćenje.

Kako proističe iz zakonske definicije, potrošač je u smislu ZZP, samo fizičko, a ne i pravno lice.

Podsećajući poređenja radi, prema Zakonu o zaštiti potrošača iz 2005. godine (član 2. st.

1. i 2), potroša u smislu ovog zakona jeste svako fizičko lice koje kupuje proizvode ili koristi usluge za lične potrebe ili potrebe svog doma instanca. Potroša jeste i privredno društvo, preduzeće, drugo pravno lice i preduzetnik, kada kupuje proizvode ili koristi usluge za poslovne potrebe.

Put sudskog rešavanja potrošačkih sporova je građanska parnica. Ona je u našim realnim uslovima još uvek dugotrajna, neefikasna i skupa, uprkos tome što je novi Zakon o parničnom postupku – dalje: ZPP (koji se primenjuje od 1. februara 2012) stvorio preduslove za bržu i efikasniju parnicu, naročito uvođenjem instituta vremenskog okvira parnice, putem kojeg se veoma brzo pripremnom rokom utvrđuje koliko se parnica trajati.

U praksi, naši sudovi i dalje znatno probijaju zakonom ustanovljene procesne rokove, u prvom i drugom stepenu, uprkos imperativnim propisima i na kraju su rešenja u razumnom roku.

Ako se na sudsku neefikasnost dodaju troškovi parnice (sudska taksa, advokatska tarifa, troškovi veštčenja i dr.), notorna je činjenica da se zanimljivo mali broj potrošača usuđuje da zasnuje potrošački spor na klasičan način – tužbom u parničnom postupku.

Ovo tvrdim uprkos tome što je ZPP 2012. godine uveo novo poglavlje (35. sa 1. 488 – 493) pod nazivom *Postupak u potrošačkim sporovima*, što znači da je potrošački spor određen kao posebna parnica (uz radni spor, spor povodom kolektivnih ugovora, spor zbog smetanja državnine, izdavanje platnog naloga, spor male vrednosti i privredni spor).

Za potrošački spor važe neka posebna zakonska pravila, koja su u nastavku ista, a u svemu ostalom primenjuju se opšta pravila parničnog postupka. Posebna pravila su u funkciji brže i efikasnije parnice u odnosu na one sporove kod kojih se primenjuju samo opšta pravila parničnog postupka.

To znači da potrošački spor, s obzirom da je u normativnom statusu posebne parnice, i u praksi treba da bude efikasniji i ekonomičniji. Takav cilj potrošački spor u realnosti još nije postigao.

Da u praksi potrošački spor nije značajnije zaživeo – potvrđuje činjenica da uvođenjem

potrošačkog spora u ZPP kao posebne parnice nije dovelo do stanja da se znatniji broj potrošača opredeljuje za parnicu kao put rešavanja spornih situacija u koje dolaze sa trgovcem (prodavcem robe, pružiocem usluga).

Im je zakonodavac opredelio pojam i doseg potrošačkog spora (član 488 st. 1. ZPP), propisao je izuzetak (?!), odredbama koji se sporovi ne rešavaju prema odredbama ZPP iz poglavlja *Postupak u potrošačkim sporovima*.

Odredbe o potrošačkim sporovima ne mogu se primenjivati na sporove koji nastanu usled smrti, telesne povrede ili narušavanja zdravlja, pružanja zdravstvenih ili pravnih usluga i prenosa prava na nepokretnostima (član 488 st. 2. ZPP).

U postupku o potrošačkim sporovima tužba se ne dostavlja na odgovor. U ovom postupku ne zakazuje se i ne održava pripremnom rokom. Rok za glavnu raspravu zakazuje se i održava najkasnije u roku od 30 dana od dana prijema tužbe u sud (član 489 st. 1., 3 i 4 ZPP).

Ovo su normativne pozicije koje bi naročito trebale da potrošački spor učine bržim i efikasnijim. Samo nepostojanje faze nedostavljanja tužbe na odgovor u potrošačkom sporu znači vremensku uštedu od dva meseca u proseku. Ovo je realna pretpostavka, s obzirom da je zakonski rok za odgovor na tužbu 30 dana od dana prijema tužbe.

Potom sledi dostavljanje tužiocu odgovora na tužbu koji na isti može pismeno da se izjasni (replika), što znači trajanje postupka još najmanje mesec dana.

Takođe, značajnu vremensku uštedu predstavlja to što se u potrošačkom sporu ne zakazuje i ne održava pripremnom rokom.



Prema odredbi člana 301. st. 1. ZPP, sud će da zakáže i održi pripremno ročište u roku od 30 dana od dana dostavljanja tužiocu odgovora na tužbu. To je vremenska ušteda od najmanje dva meseca. Sve zajedno, nedostavljanje tužbe tuženom na odgovor i neodržavanje pripremnog ročišta, u poređenju sa opštim pravilima parnog postupka, predstavljaju pravni i procesni osnov da potrošački spor u realnosti bude znatno kraći i efikasniji od *obične* parnice za koju važe samo opšta pravila parnog postupka.

Kad bi se, uz navedene vremenske uštede i pojednostavljeni postupak, strogo poštovale imperativne zakonske odredbe iz opšteg delatnog postupka, potrošački spor bi u praksi mogao biti brz i efikasan.

Ovde je naročito relevantna odredba člana 10 st. 2. ZPP, koja obavezuje sud da postupak sprovede bez odugovlačenja, u skladu sa određenim vremenskim okvirom i sa što manje troškova.

Tako će, u još većoj meri, pojedine odredbe člana 309. ZPP omogućiti brži i efikasniji parnicu, u poređenju sa ranijim zakonima koji su uređivali parnicu postupak (pre 2012. godine).

Po pravilu, sud zakazuje jedno ročište za glavnu raspravu, radi izvođenja svih dokaza koje je izvođenje dozvolio ili odredio po službenoj dužnosti. Ako sud oceni da je za izvođenje dokaza potrebno održati više od jednog ročišta, zakazuje ih u najkraćem vremenskom razmaku, vodeći računa o koncentraciji glavne rasprave (član 309. st. 2 i 3. ZPP).

Sud je dužan da poštuje utvrđeni vremenski okvir, kao i da spreči svaki pokušaj neosnovanog odlaganja ročišta i sankcioniše svaku povredu ili zloupotrebu procesnih prava i narušavanje procesne discipline (član 309. st. 4. ZPP).

Stroge zakonske procesne norme!

Ovome treba dodati odredbu člana 10 st. 3. ZPP, koja propisuje da je nepostupanje sudije u utvrđenom vremenskom okviru osnov za pokretanje disciplinskog postupka u skladu sa odredbama Zakona o sudijama.

Međutim, ovako stroge zakonske procesne norme u praksi još uvek nisu delotvorne, tako da parnica u proseku i dalje znatno izlazi iz okvira obaveznih rokova koje ZPP propisuje.

To potvrđujem i konkretnim slučajevima iz sopstvene advokatske prakse: u aprilu i maju 2015. ročišta u radnom sporu, koji je prema ZPP hitan, sud mi je zakazao za septembar, oktobar i novembar (!), gotovo pola godine između dva ročišta.

Tako će, slučajevima iz sopstvene prakse (detalji) potvrđujem da i drugostepeni postupak kod nas još uvek traje nedopustivo dugo: u tzv. reformisanom pravosuđu (reforma od pre pet godina, kada su nas ubeđivali da će sa manjim brojem sudija postupak biti kraći i efikasniji - ?!) na drugostepene odluke suda čekam u proseku dve - dve i po godine (u jednom ekstremnom slučaju - duže od četiri godine).

Iole informisani potrošači, svesni fakti ke dugotrajnosti, neefikasnosti i neekonomičnosti parnice u Srbiji, prosto se ne usuđuju da pokrenu potrošački spor, uprkos novinama koje je ZPP uveo 2012. godine (potrošački spor kao posebna parnica).

Imaju li u vidu odredbe ZPP, koje se odnose na opšta pravila parnog postupka (redovna parnica) i posebna pravila u potrošačkom sporu, naš zakonodavac se opredelio da uina i obiman potrošački zakon - ZZZP (čak 165 članova, prvi srpski ZZZP iz 2005. godine imao je 81 član - upola manje i daleko kraće i jasnije norme) ubaci samo dve kratke odredbe koje se odnose na potrošački spor pred sudom.

Pravno - tehnička jedinica ispred člana 143. ZZZP nosi naziv *Pravo na sudsku zaštitu*.

Iz takvog naslova osnovano je očekivanje da ZZZP bar sa nekoliko odredaba uredi specifična pitanja koja se odnose na potrošački spor pred sudom.

Međutim, u preobimnom ZZZP, po pitanju prava potrošača na sudsku zaštitu zakonodavac je bio više nego škrt.

On čak nije direktno uputio potrošača na poglavlje *Postupak u potrošačkim sporovima* iz ZZZP. U čl. 143. ZZZP, pravo na sudsku zaštitu zakonodavac je razradio samo ovom rečenicom: *Pokretanje i vođenje postupka vansudskog rešavanja potrošačkog spora, ne isključuje niti utiče na ostvarivanje prava na sudsku zaštitu, u skladu sa zakonom* (!!).

Baš se *pretrgao* naš zakonodavac u pogledu sudске zaštite potrošača?! Bolje da je izostavio i ovu

kratku rečenicu, koju ocenjujem i nepotrebno – podrazumeva se da vansudsko rešavanje potroša kog spora ne isključuje sudsku zaštitu.

Samo se donekle škrti zakonodavac *iskupio* odredbom člana 140 st. 2 ZZZP, kojom je propisano da se u postupku pred sudom u potroša kom sporu, u smislu zakona kojim se uređuje parni ni postupak, ne plaća sudska taksa za tužbu ako vrednost predmeta spora ne prelazi iznos od 500.000 dinara.

Faktički, ovo je značajna poštena finansijska ušteda za potrošače. Recimo, ako bi potroša podneo tužbu na vrednost predmeta spora od tačno 500.000 dinara, oslobođen se plaćanja sudske takse u iznosu od 9.800 dinara, uvećanu za 2% od vrednosti predmeta spora (10.000 dinara), dakle ukupno 19.800 dinara, što je visina celokupne penzije za ne mali broj potrošača u Srbiji.

Ovo je veoma značajna olakšica za potrošače, ali ni ona, po mom saznanju, nije doprinela da se potrošački sporovi pred sudom znatno uvećaju.

Inače, smatram da odredba člana 140 st. 2 ZZZP u pravnom smislu nije dobro sročena ili je, makar, nedorečena. Ona upućuje na zakon kojim se uređuje parni ni postupak (ZZP), a tim zakonom se uređuje vrednost predmeta spora i troškovi parni nog postupka, bez regulative koja se direktno odnosi na sudsku taksu (što je predmet uređivanja Zakona o sudskim taksama).

Vansudsko rešavanje potrošačkih sporova

U uporednom pravu, računajući i ne samo visoko razvijene evropske zemlje i SAD, već i neke zemlje koje su bile u sastavu Jugoslavije (naročito Slovenija), normativno i realno (u praksi) razvijeni su sistemi vansudske zaštite potrošača za koje dostignute u Srbiji treba još mnogo volje (naročito mislim na državu) i novca (opet protivam državu, u prvom redu).

Vansudska zaštita potrošača u zemljama Evropske unije, u poslednje dve decenije, doživela je afirmaciju i razvila se naročito kroz instituciju sudova za sporove male vrednosti. Oni postoje u mnogim zemljama Evrope i sveta.

Iako je u njihovom nazivu sadržana reč *sud*, za razliku od klasičnog (parni nog) suda, sudovi za sporove male vrednosti (*potrošački sudovi*) deluju po principima vansudskog rešavanja potrošačkih sporova: brzo, efikasno i ekonomično.

Vrednost sporova kod ovih sporova novčano je limitirana. U granicama utvrđene novčane vrednosti, potrošači se za zaštitu svojih prava rado obrađuju sudovima za sporove male vrednosti. Zbog jednostavnog postupka, potrošači se ovim sudovima, po pravilu, obrađuju direktno – bez pomoći advokata. Po saslušanju potrošača u svojstvu tužioca i tuženog trgovca, u najvećem broju slučajeva sud za sporove male vrednosti odmah donosi meritornu odluku.

S obzirom na činjenice brzog donošenja odluke i relativne rasterećenosti ovih sudova (za razliku od redovnih parničnih sudova koji su opterećeni, zasrpskesudovemožesere i – preopterećeni), uz primenu načela jednostavnosti i ekonomičnosti, evropski potrošači se masovno opredeljuju za obrađivanje sudovima za rešavanje sporova male vrednosti.

Bezbroj puta smo čuli javne izjave zvaničnika kako je naš novi ZZZP u potpunosti usklađen sa komunitarnim pravom Evropske unije (desetine direktila).

Postavljam dva pitanja: Zašto se naš zakonodavac (država) nije novim ZZZP opredelio za navedeni, kod potrošača veoma popularan, model sudova za rešavanje sporova male vrednosti?! Da li naša država istinski želi da na valjan način (primenom načela jednostavnosti, efikasnosti, ekonomičnosti, pravičnosti ...) uredi problematiku vansudske zaštite potrošača?

Evropska komisija je još pre više od dve decenije (1993) usvojila tzv. Zelenu knjigu koja se, između ostalog, odnosi na pitanja dostupnosti mehanizama za zaštitu potrošača. U Zelenoj knjizi je navedeno da je sudski postupak za sporove male vrednosti (*potrošački sporovi*) u mnogim zemljama pojednostavljen, bilo reformom klasičnog parni nog postupka, bilo formiranjem posebnih sudova za rešavanje sporova male vrednosti.

Kako smo videli, kod nas je u izvesnoj meri normativno reformisan ZPP pre tri i po godine (februar 2012) uvođenjem poglavlja *Postupak u potrošačkim sporovima*. To je o igledno nedovoljno.

Kako se pokazalo u prethodne tri i po godine, ovim zakonodavnim *reformskim potezom* srpski potrošači i nisu mnogo dobili, tako da nisu *pohrlili* na tužbe i sudove, ni izdaleka onako kako evropski potrošači i hrle na posebne sudove za rešavanje sporova male vrednosti.

Veliki je broj država u kojima se potrošači koji su u sporu rešavaju vansudskim putem (putem arbitraže, potrošačkog ombudsmana, koncilijacije za individualne potrošačke sporove itd.), a zaštita kolektivnih interesa potrošača ostvaruje se preko njihovih organizacija ili preko upravnih tela.

U vezi sa vansudskim rešavanjem potrošačkih sporova, Komisija Evropske unije usvojila je više preporuka, opštih odluka i direktiva.

U normativnim aktima Evropske unije predviđeno je da se tela koja se obrazuju za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova moraju pridržavati naročito sledećih načela: nezavisnosti, transparentnosti, saslušanja suprotstavljenih strana u sporu, legaliteta, efikasnosti, slobode i predstavljanja.

Na polju nezavisnosti tela koje rešava potrošački spor vansudskim putem obezbeđuje se objektivnost i nepristrasnost u delovanju i odlučivanju.

Na polju transparentnosti uključuje detaljan opis slučaja povrede prava potrošača; stavljanje potrošača u mogućnost da vidi pravila postupka koji će se primeniti; orijentacioni iznos troškova; pravnu snagu odluke i precizno navođenje na koga se ona odnosi.

Primenom načela saslušanja suprotstavljenih strana u sporu omogućava se svima zainteresovanim (potrošačima, trgovcima) da iznesu činjenice i mišljenja u vezi predmeta spora.

Na polju efikasnosti u vansudskom rešavanju potrošačkih sporova znači i da potrošači imaju pravo direktnog pristupa telu, bez obaveze da angažuju advokata; da je postupak besplatan ili sa veoma malim troškovima; da je protek roka od podnošenja zahteva za vansudsko rešavanje potrošačkog spora do donošenja meritorne odluke kratak.

Na polju legaliteta omogućuje se pravo potrošača da se koristi obaveznim propisima države u kojoj je osnovano telo za vansudsko rešavanje spora, te da odluka mora potrošaču i protivnoj strani da se dostavi u najkraćem roku, uz obavezno obrazloženje.

Primena načela slobode znači i da je odluka koju donese merodavno vansudsko potrošačko telo

obavezuju a za strane u sporu jedino ako su one unapred obavestene o obaveznosti odluke i ako su se one sa tim složile.

Na kraju, na polju predstavljanja omogućuje stranama u potrošačkom sporu da ih u njemu predstavlja treće lice tokom celog postupka, odnosno da im pomaže u sporu (na strani potrošača, treće lice u funkciji predstavljanja ili pomaganja bile bi potrošačke organizacije (udruženja).

U državama koje su donele posebne zakone koji regulišu zaštitu potrošača, vansudsko rešavanje potrošačkih sporova povereno je raznim telima (savetima, biroima, odborima itd.) na državnom ili lokalnom nivou.

U ovoj oblasti značajem i autoritetom izdiže se institucija potrošačkog ombudsmana, formiranog u brojnim razvijenim evropskim zemljama (prednjače skandinavske zemlje), po uzoru na najstariji – švedski potrošački ombudsman.

Na kom stepenu razvoja se nalazi Republika Srbija u oblasti vansudske zaštite potrošača?

Usvojivši da kažem – na niskom, sa izvesnim normativnim napretkom, ali koji još nije adekvatno propisan i onim drugim – faktičkim (životnim, realnim) napredovanjem.

U odnosu na prvi srpski ZZP (2005) koji je o vansudskoj zaštiti potrošača sadržao samo jednu kratku, na elnu, fakultativnu i upućujuću u odredbu (član 61 – Za povrede prava potrošača mogu se obrazovati arbitražna tela za rešavanje sporova potrošača a u okviru lokalne samouprave ili komore za rešavanje sporova potrošača, u skladu sa zakonom), novi ZZP je u ovom značajnom normativni iskorak – znatno obimnijom i sadržajnijom regulativom, mada sa dosta nepotrebnog administriranja.

Pre izlaganja rešenja novog ZZP o vansudskom rešavanju potrošačkih sporova, treba ukazati na još jednu novinu u zakonu – rečeno je o Nacionalnom registru potrošačkih prigovora (član 139 ZZP).

Potrošački prigovor je svaka predstavka ili pritužba kojom se prijavljuje povreda prava potrošača a iz ovog i drugih zakona. Ministarstvo trgovine vodi Nacionalni registar potrošačkih prigovora. Jednom godišnje, najkasnije do 1. marta tekuće godine za prethodnu godinu, Mini-

starstvo javno objavljuje i dostavlja Nacionalnom savetu za zaštitu potrošača a izveštaj o radu Nacionalnog registra potrošača kih prigovora (lan 139 st. 1 – 3 ZZP).

Izveštaj o radu Nacionalnog registra potrošača kih prigovora naročito sadrži: 1) podatke o prigovorima potrošača a i pruženoj pravnoj pomoći; 2) uočene nedostatke u prikupljanju, evidenciji i rešavanju potrošača kih prigovora; 3) oblasti u kojima je zabeležen najveći broj prigovora potrošača a; 4) predloge za unapređenje postupka za prikupljanje, evidenciju i rešavanje potrošača kih sporova (lan 139 st. 4 ZZP).

Zakonska novina Nacionalnog registra potrošača kih prigovora, verujem, nema neki veliki značaj za sveukupnu zaštitu potrošača a, posebno za vansudsko rešavanje potrošača kih sporova.

Registar prigovora – registar stanja, bez ocenjivanja – i on ima određenu ulogu, ali nam u velikoj meri nedostaju radnje, akcije, normativni i stvarni potezi koji vode poboljšanju stanja i razvoju vansudske zaštite prava potrošača a, kao i zaštite potrošača a u celini.

Registar prigovora više je stvar administriranja i privida da resorno ministarstvo nešto radi na polju zaštite potrošača a. Voenje registra, izveštaj o radu Nacionalnog registra potrošača kih sporova ... Od kakvog je to suštinskog značaja za potrošača e?

Smatram da ovo administriranje može da ima mali, čak zanemarljiv, značaj za suštinu i realno poboljšanje vansudskog rešavanja potrošača kih sporova.

Izvučeno iz konteksta odredbe lana 139 st. 4 ZZP koja reguliše sadržinu izveštaja o radu Nacionalnog registra potrošača kih sporova, jedini suštinski značaj za potrošača e može imati odredba (naravno, ako se bude ostvarivala u praksi) koja kazuje da taj izveštaj sadrži i predloge za unapređenje postupka za rešavanje potrošača kih sporova.

Taj istrgnuti deo pravne norme lana 139 st. 4 ZZP, vezan za predloge unapređenja postupka za rešavanje potrošača kih sporova, pozdravljam. Doduše, uslovno – kako napred saopštih, ako ti predlozi za unapređenje istinski zažive. Priznajem da sam skeptičan na tom planu, kao i mnogo puta u protekloj deceniji, od donošenja prvog ZZP u Srbiji (2005).

Potrošači ki spor može se rešiti vansudskim rešavanjem potrošača kih sporova (lan 141. st. 1. ZZP).

Ovu uvodnu odredbu ZZP iz pravno – tehničke jedinice pod nazivom *Vansudsko rešavanje potrošača kih sporova* želim dvostruko da izložim kritički.

Prvo, u jezičko – gramatičkom smislu, kreatori teksta novog ZZP nisu mogli da smisle nepravilniju i ružniju rečenicu. Zaista, veoma ružna i nepotrebna kumulacija reči – pleonazam. U kratkoj rečenici od devet reči dva puta se pominje *potrošački spor* – prvo u jednini, zatim u množini: *Potrošački spor (jednina) može se rešiti vansudskim rešavanjem potrošača kih sporova (množina)*.

Primer nedozvoljene nepravilnosti i ružnosti, u pravno – jezičkom smislu. Šta su radili stručni kreatori zakona? Gde su im lektori? Gde su lektori u zakonodavnom procesu? Izgleda, davno su išli ezli, te nam tekstovi zakona neretko sadrže nedopustivo veliki broj jezičkih i gramatičkih grešaka.

Predlažem jednostavan, a dovoljan, tekst odredbe koju jezički iskritikovah: *Potrošači ki spor može se rešiti vansudski. Ni reči više!*

Drugo, kritika odredbe lana 141. st. 1. ZZP ima suštinski značaj.

Potrošački spor može se rešiti vansudskim ... znači ova zakonska norma ima fakultativni karakter, što tumačim u dvostrukom smislu: vansudski put rešavanja potrošača kog spora je fakultativan ne samo za potrošača e, nego i za državu – u smislu da se tela za vansudsko rešavanje mogu obrazovati, a ne moraju.

Verujem da naponi za poboljšanje vansudske zaštite potrošača a mogu biti istinski i plodotvorni samo ukoliko navedene fakultativnosti bude na strani potrošača a, a da zakonska norma koja se odnosi na državu (resorno ministarstvo i dr.) umesto fakultativne (neobavezujuće) treba da bude obligatna (obavezujuće, imperativne) prirode, što znači da država bude dužna da obezbedi potrebne preduslove i uslove za afirmaciju i razvoj vansudskog rešavanja potrošača kih sporova.

Ministar (ministar trgovine, resorno opredeljen za zaštitu potrošača a) bliže uređuje uslove za vansudsko rešavanje potrošača kih spo-

rova, a naročito pravila i kriterijume za rad tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova, kao i obrazac za upis na listu tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova i obrazac za pokretanje postupka vansudskog rešavanja spora, kako bi se obezbedilo da proces rešavanja sporova potrošača bude nezavisan, nepristrasan, delotvoran, brz i pravičan (član 141. st. 2 ZZZP).

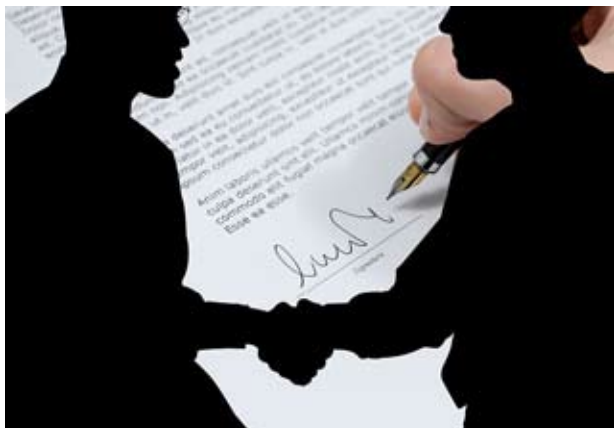
Prvi stav u članu 141. ZZZP sam kritikovao, a ovaj susedni stav hvalim.

Ova norma je obilježne (obavezujuće) prirode, upravo onakva za kakve sam se založio u kritici prethodnog zakonskog stava.

Dakle, resorni ministar je dužan da bliže uredi uslove za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova.

To su veoma odgovorne i sadržajne obaveze ministra: da uredi pravila i kriterijume za rad tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova, te da uredi (propíše) obrazac za pokretanje postupka vansudskog rešavanja potrošačkog spora. Ova druga obaveza resornog ministra od posebnog je značaja za potrošače. Ona će im omogućiti da pred telom za vansudsko rešavanje potrošačkog spora sami zastupaju svoje interese u ostvarivanju prava, bez profesionalne (advokatske) pomoći.

Ipak, po mom shvatanju, najznačajnija je završnica odredbe člana 141. st. 2 ZZZP, koja ukazuje da će ostvarenjem svojih zakonskih obaveza resorni ministar obezbediti da proces rešavanja sporova potrošača bude nezavisan, nepristrasan, transparentan, delotvoran, brz i pravičan.



Zaista, veoma značajna, sadržajna i obećavajuća zakonska norma.

Obećavajuća (?!).

Ova rečenica, priznajem, izaziva strepnju... mislim na ispunjenje navedene obećavajuće odredbe ZZZP.

Podsećam da je ZZZP stupio na snagu pre 13 meseci (21. 6. 2014), a da je u primeni već deset meseci (od 22. 9. 2014).

Prema prelaznoj odredbi člana 162 ZZZP, podzakonski akti koji se donose na osnovu ovlašćenja iz ovog zakona biće doneti u roku od šest meseci od dana njegovog stupanja na snagu.

Rok za donošenje podzakonskih akata (izmeću ostalog, pravila i kriterijume za rad tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova i obrazac (zahteva) za pokretanje postupka vansudskog rešavanja potrošačkog spora) istekao je u decembru 2014. godine.

Sada smo u ekstremno toplom julu 2015. godine. Još jedan šestomesečni rok je istekao. Ili ja nisam uspeo da se na adekvatan način informišem o donošenju podzakonskih akata (ograničujem se) ili resorni ministar ni posle godinu dana nije izvršio napred navedene zakonske obaveze (?!).

U istom članu (141) kojim regulišu mogućnost rešavanja potrošačkog spora vansudskim putem i obaveze resornog ministra za donošenje podzakonskih akata u ovoj oblasti, ZZZP eliminatornom normom propisuje kada se neće primenjivati vansudsko rešavanje potrošačkih sporova.

Vansudsko rešavanje potrošačkih sporova, u smislu ovog zakona, ne primenjuje se: 1) za rešavanje sporova po procedurama koje je ustanovio sam trgovac; 2) kod neposrednih pregovora između potrošača i trgovca; 3) prilikom nastojanja sudija da spor u toku sudskog postupka reše mirenjem strana; 4) u postupcima koje je trgovac pokrenuo protiv potrošača; 5) u sporovima čija vrednost prelazi 500.000 dinara (član 141. st. 3 ZZZP).

Interesantna zakonska norma i pravna situacija prisutne su u članu 141. ZZZP: rešavanje potrošačkog spora vansudskim putem je fakultativne prirode, a njegovo nerešavanje, tj. neprimenjivanje vansudskog rešavanja potrošačkog spora je obilježne prirode (?!).

Priznajem da mi je nejasna eliminatorna odredba iz tač. 3 stava 3 u članu 141. ZZZP. Kakvo je to *nastojanje* suda da se spor reši mirnim putem? Kako i koliko sud *nastoji* u navedenom smislu?

Da li je to *nastojanje* suda veće, sadržajnije i dugotrajnije od onog koje ZZZP, kao stožerni (parni) ni zakon, za sud predviđa?

Prema odredbi člana 11. ZZZP, *nastojanje* suda je jednokratno i kratko i svodi se na upućivanje i ukazivanje strankama na mogućnost vansudskog rešavanja spora: Sud će da uputi stranku na medijaciju ili na informativno ročište za medijaciju, u skladu sa zakonom, odnosno da ukaže strankama na mogućnost za vansudsko rešavanje spora medijacijom ili na drugi sporazuman način.

Kako smo videli, iz odredbe člana 141. st. 2. ZZZP, izmeđ u ostalog, resorni ministar bliže uređuje obrazac zahteva za upis na listu tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova.

U nastavku regulative, celina obimnog člana 142. ZZZP posvećena je problematici tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova.

Ministarstvo sačinjava listu tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova koji ispunjavaju uslove propisane članom 141. st. 2. ovog zakona i javno je objavljuje (član 142. st. 1. ZZZP).

Tela iz stava 1. ovog člana su lica koja imaju svojstvo posrednika, u skladu sa zakonom kojim se uređuje posredovanje u rešavanju sporova (medijacija), odnosno stalne arbitražne institucije u skladu sa zakonom kojim se uređuje arbitraž (član 142. st. 2. ZZZP).

Smatram da je u ovoj regulativi došlo do terminološke zbrke.

Kad je odlučivanje u pitanju (u bilo kojoj materiji) reč *telo* ima značenje kolegijalnog organa (kolegijalno telo) sastavljeno od najmanje tri lica (pojedinci) u svojstvu člana odgovarajućeg tela. U najmanju ruku, neobičajeno je (po mom uverenju – i nepravilno) da se reč *telo* u sferi odlučivanja identifikuje sa licem, tj. pojedincem, kako je to naš zakonodavac učinio u odredbi člana 142. st. 2. ZZZP.

Ako bih komentarisao zakone koji uređuju posredovanje (medijaciju) i arbitraž (član 142.

st. 2. ZZZP), otišao bih predaleko, a to želim da izbegnem. Jedino želim da naglasim da se ovde radi o Zakonu o posredovanju u rešavanju sporova („Sl. glasnik RS“, broj 55/2014) i Zakonu o arbitraži („Sl. glasnik RS“, broj 46/2006).

Još samo želim da istaknem da kao pravnik koji se preko 15 godina predano bavi problematikom zaštite potrošača (još pre 17 godina, 1998. godine, u monografiji *Pravo o električnoj energiji* obradio sam problematiku zaštite potrošača (električne energije) nisam zadovoljan ovom *suvom* upućivanjem regulativom na dva navedena zakona.

Ovo tim pre što smatram da ni arbitraž ni medijacija nisu *sui generis* oblici vansudskog rešavanja potrošačkog spora, nego imaju dejstvo opšte primene, pa se (shodno) mogu primeniti na sporove potrošača.

Po mom shvatanju, pravo *sui generis* i najbolje rešenje za potrošače predstavlja sud za rešavanje sporova male vrednosti, kome sam na početku ovog teksta posvetio dužnu i zasluženu pažnju, a koji je uveliko afirmisan i popularan kod potrošača u razvijenim evropskim zemljama.

Lista tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova sadrži: 1) naziv, sedište, adresu i internet adresu svih tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova; 2) podatke o njihovom unutrašnjem uređenju i načinu funkcionisanja, uključujući i podatke o fizičkim licima koja su zadužena za rešavanje sporova, njihovom profesionalnom iskustvu, naknadi i od koga su angažovani; 3) poslovnik o radu; 4) prosečnu dužinu trajanja spora; 5) jezik, odnosno jezike na kojima se može podneti prigovor i sprovesti postupak; 6) vrste potrošačkih sporova koje su obuhvaćene procedurom; 7) razloge zbog kojih telo može da odbije vansudsko rešavanje potrošačkog spora (član 142. st. 3. ZZZP).

Jednom godišnje, najkasnije do 31. januara tekuće godine za prethodnu godinu, tela nadležna za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova dužna su da javno objave i dostave Ministarstvu izveštaj koji sadrži podatke o primljenim zahtevima za pokretanje spora, pokrenutim i okončanim sporovima, uo čijim značajnim problemima i slučajevima, a u skladu sa članom 141. st. 2. ovog zakona (član 142. st. 4. ZZZP).

Ukoliko tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova prestanu da ispunjavaju propisane us-

love i javno ne objave i ne dostave izveštaj iz stava 4. ovog člana, bit će brisana sa liste tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova (član 142. st. 5. ZZZP).

Veoma obiman član 142. ZZZP, koji zauzima više od polovine prostora u pravno – tehničkoj jedinici pod nazivom „Vansudsko rešavanje potrošačkih sporova“, u ovom delu se svodi na pukom administriranje: na sastavljanje lista tela za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova, na sadržaj te liste, na javno objavljivanje podataka, na dostavljanje izveštaja resornom ministarstvu ...

Ovakva regulativa samo može da stvori privid da je novi ZZZP problematiku vansudskog rešavanja potrošačkih sporova posvetio „dužnu i značajnu pažnju“.

Ključna pitanja koja se tiču potrošača i njihove istinske zaštite u sferi vansudskog rešavanja potrošačkih sporova u ovoj pravno – tehničkoj jedinici ostala su po strani (nije me zavarao naslov *Vansudsko rešavanje potrošačkih sporova*). Ta pitanja je nadjačala brzina administriranja.

Ovakvom regulativom svi su na gubitku, pa i sam zakonodavac (država) zbog stvorenog privida da je novi ZZZP unapredio problematiku vansudskog rešavanja potrošačkih sporova (!?).

Ipak, na najvažnijem gubitku su – potrošači, nedovoljno zaštićeni i uskraćeni za istinski kvalitetnu i životno korisnu regulativu u ovoj značajnoj problematici.

Prodavac je dužan da potrošaču pruži sve bitne informacije o proizvodu koji prodaje, da istakne cene proizvoda, da proda proizvod koji je potrošač izabrao.

Pored toga, dužan je da razmotri i što pre reši reklamaciju potrošača, da propiše i primenjuje postupak prijema i rešavanja reklamacija (prigovora) i da u roku od osam dana obavesti potrošača o načinu rešavanja reklamacije.

Dužan je, takođe, da izda garantni list i tehničko uputstvo za tehničku robu na zahtev potrošača (na srpskom jeziku i jeziku nacionalne manjine koji je u upotrebi u mestu kupovine), da obezbedi servis u garantnom roku, kao i rezervne delove za prodatu tehničku robu u primerenom roku upotrebe.

Svaku reklamaciju potrošača prodavac je dužan da primi i, ukoliko je opravdana, da je prosledi ovlašćenom servisu. Ako servis kvar ne može da otkloni, ili ga nije otklonio u zakonom propisanom roku, prodavac je dužan da proizvod zameni ili vrati novac.



Prof. dr Milan Ž. Baltić

Potroša i, informisanje i izbor proizvoda

Provi u svetu izučavao primenu zeolita u sprečavanju polnog mirisa mesa. Saopštavao radove po pozivu na više međunarodnih i domaćih skupova.

Član Uređivačkog odbora časopisa Tehnologija mesa i Veterinarski žurnal Republike Srbije. Recezent za radove koji se objavljuju u domaćim i stranim časopisima.

Pomoćnik Saveznog Ministra za poljoprivredu od februara 1999. godine do oktobra 2000. godine (volonterski, bez nadoknade). Član Saveta ATS-a dva mandata (drugi u toku).

Član Matičnih odbora za Biotehnologiju i poljoprivredu i Interdisciplinarnog naučnog odbora za poljoprivredu i hranu Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i član Naučnog veća Instituta za higijenu i tehnologiju mesa u Beogradu, Naučnog instituta za veterinarstvo Srbije i Naučnog instituta za veterinarstvo, Novi Sad.

Sarađuje sa svojim vetrinarskim organizacijama u Srbiji, Institutom za higijenu i tehnologiju mesa u Beogradu, Medicinskim fakultetom u Beogradu, Poljoprivrednim fakultetima u Beogradu i Novom Sadu, Tehnološkim fakultetom u Novom Sadu, Tuzli i Leskovcu i Vojskom Srbije. Više od 20 godina je član Komisije za ocenu proizvoda od mesa Novosadskog sajma.

Redovni član Akademije veterinarske medicine Srpskog veterinarskog društva. Predsednik naučnog odbora Kongresa veterinarara održanog 2009. godine. Autor tekstova iz oblasti veterinarske medicine za Srpsku enciklopediju.

1. Uvod

Na osnovu oznaka pravi se razlika između proizvoda i deklarisanje se sve više koristi kao na in na koji se saopštavaju informacije o kvalitetu proizvoda i procesu proizvodnje. Deklarisanje može da ima više različitih funkcija. To su identifikacija, rangiranje, opis, reklamiranje proizvoda, brendiranje. Deklarisanje omogućava razlikovanje svojih, od proizvoda drugih konkurentskih firmi, na taj način što povećava atraktivnost proizvoda, i što se potrošači uveravaju u određeni nivo kvaliteta. Deklarisanje o kvalitetu ustvari predstavlja označavanje vrednosti proizvoda. Ono ima uticaja na reklamiranje proizvoda i uveravanja potrošača u kvalitet proizvoda, a utiče i na edukaciju potrošača o pitanjima ishrane i zdravlja. Deklarisanjem se može obnoviti poverenje potrošača u ove proizvode o kojima je stvorena negativna slika, a istovremeno i štiti interes potrošača a zato što pravilnici o deklarisanju ograničavaju pravo na reklamiranje.

Sve ove funkcije se mogu posmatrati sa nekoliko aspekata: potencijal deklarisanja kao sredstva u marketingu; značaj deklarisanja sa tačke gledišta kompanija i industrija; i potencijalna korist koju potrošači imaju od deklarisanja.

Iako se već neko vreme na osnovu deklarisanja proizvoda dobijaju informacije o kvalitetu i vrši diferencijacija proizvoda, sada na deklaracijama i pakovanjima ima puno informacija i ambalaža je postala bitno sredstvo informisanja na tržištu. Obzirom da deklarisanje predstavlja spoljašnji faktor kvaliteta, ono omogućava potrošaču da ocene neku hranu i da na osnovu dostupnih informacija naprave izbor. U cilju planiranja efektivnih marketinških kampanja i potencijalno najboljeg prezentovanja namirnica, neophodno je da proizvođači i distributeri razumeju koja je veza između informacija koje se pružaju, odnosno koje su dostupne i informacija koje se traže pre kupovine proizvoda, kako bi informacije o karakteristikama proizvoda koje su najvažnije potrošaču ima jasno označene ili na pakovanjima. Da bi se definisao na in na koji bi se javnost navela

da više obrati pažnju na karakteristike kvaliteta proizvoda, kao što su bezbednost hrane i hranljiva vrednost, potrebno je da se zna koliko su deklaracije važne i koliko im se veruje, i da se razume kako se potrošači i odnose prema sadržaju i informacijama koji se na deklaracijama nalaze.

2 Faktori koji utiču na ponašanje potrošača

Potrošači su poslednja karika u proizvodnom lancu i značajno je ispuniti njihova očekivanja i potrebe koje određuju ponašanje potrošača. Zato je bitno razumeti koji sve faktori utiču na ponašanje potrošača. Ti faktori se mogu podeliti na: psihološke faktore (individualne faktore), senzorne faktore (senzorne karakteristike proizvoda) i marketing (faktore okruženja). Ovi faktori međusobno interreaguju i dodatno zavise i od drugih faktora koji utiču na donošenje odluke pri odabiru namirnica. Važnost svakog od ovih faktora zavisi od samih potrošača, konteksta, dostupnih informacija, kulture i oni mogu u različitim stepenima da utiču na ponašanje pojedinačno.

2.1 Psihološki faktori

Na potrošača, kao racionalna bića, utiču različiti spoljašnji stimuli koji mogu da menjaju njihove kognitivne, emocionalne, voljne, pa čak i automatske radnje. Uloga psiholoških uticaja na ponašanje ljudi dosta je analizirana i opisivana u naučnoj literaturi, naročito u korelaciji sa odabirom i kupovinom različitih proizvoda i usluga. U svakodnevnom životu vodimo se motivacijom, opažanjima, stavovima i očekivanjima i na osnovu toga se može predvideti ponašanje pojedinačno iz socijalne, ekonomske, kulturološke i psihološke perspektive.

2.1.1 Uverenja i stavovi

Uverenja predstavljaju informacije koje neka osoba ima o nekom predmetu, odnosno radnji ili događaju koji se mogu povezati sa nekom osobinom. Uverenja se mogu konceptualizovati kao "kognicija" i predstavljaju opažanje pojedinačno (mišljenje) o vezi između datog predmeta, radnje ili događaja i određene osobine koja je njima pridodata. Formiranje uverenja je doživotni dinamički proces i nastaje direktnim posmatranjem (deskriptivna uverenja o proizvodu - većinom se kod potrošača formiraju na osnovu ličnog iskustva), na osnovu informacija (informativna uverenja - koja se formiraju na osnovu informacija koje se dobijaju iz različitih izvora kao što su mediji, rođaci, prijatelji, lekari itd.) i na osnovu zaključivanja (inferencijalna uveren-

ja - koja se formiraju na osnovu zaključivanja iz ličnog iskustva i prethodnog znanja). Uverenja su zasnovana na iskustvu ili stečenom znanju, ličnim karakteristikama koje određuju stavove potrošača, nameri pri kupovini i na tome šta se potrošač ima više sviđati i smatra da su ta uverenja istina ili laž, odnosno ta na ili neta na. Za razliku od uverenja, stavovi se odnose na to šta osoba oseća prema nekom predmetu, odnosno prilikom procene nekog predmeta, osobe, problema ili događaja, pa na osnovu toga stav karakteriše emocija i procena. Bitno je napomenuti da afektivna komponenta stava teži da ima jači i efekat na opažanje i prihvatanje od kognitivne komponente.

Stavovi i uverenja o karakteristikama određeno proizvoda i namirna na koji se proizvodi, rukuje ili distribuira mogu uticati na percepciju potrošača. Generalno ljudi teže da više pokazuju pozitivne stavove i uverenja u svom ponašanju, a negativne stavove i uverenja više imaju o pitanjima ponašanja koje se najviše razlikuje od njihovog.

Očekivanja se mogu definisati kao grupa osećanja i/ili uverenja svojstvena ljudima koja se tiču verovatnoće da će se nešto desiti na određeni način ili da će neki proizvod imati određene karakteristike. Očekivanja podrazumevaju naslućivanje i određeni stepen racionalnog razmišljanja i kao takva obuhvataju procenu sličnih ili povezanih prethodnih iskustava sa dostupnim informacijama i po definiciji su subjektivna.

U svakodnevnom životu svi imaju neka očekivanja koja utiču na reakcije i odluke, mada je to ponekad i podsvesno. Očekivanja imaju bitnu ulogu u prihvatanju ili odbijanju proizvoda, koncepta, inženice ili događaja zato što mogu da izmene percepciju i sliku o tome i pre nego što potrošač i nešto probaju ili i pre nego što se nešto desi. Većina očekivanja generalno podrazumevaju i veće zahteve i potrebe potrošača, a posledno je i veća mogućnost nezadovoljstva i razočaranja potrošača. Proces formiranja očekivanja počinje sa prethodnim informacijama i iskustvima koje se predstavljati prethodno očekivanje. Ta prethodna očekivanja zajedno sa dostupnim informacijama na mestu kupovine (npr. sam proizvod, pakovanje, izgled, deklaracija, kontekst, reklama ili cena) stvorile nova očekivanja. Ako su ova novostvorena očekivanja manja od očekivanih, proizvod će najverovatnije biti odbačen, ali ako su očekivanja veća, velika je verovatnoća da će

se taj proizvod odabrati i kupiti. Nakon odabira proizvoda, potrošač ga proba i koristi i na osnovu toga ga odabira i njegovo odobravanje (slaganje se sa onim što je rekao) ili ne odobri (ne slaže se sa onim što je rekao, bilo da je to bilo u pozitivnom ili u negativnom smislu). Postoje različite teorije koje opisuju ponašanje ljudi kada kvalitet proizvoda ne zadovoljava njihova očekivanja. Iako ljudi mogu različito da reaguju kada nisu zadovoljni njihovim očekivanjima, čini se da se najčešće reakcije poklapaju sa teorijom izjednačavanja. Teorija asimilacije, odnosno izjednačavanja (ili kongnitivni nesklad) podrazumeva da u cilju smanjenja "mentalne nelagodnosti" koja nastaje zbog toga što očekivanja nisu zadovoljena, svaka razlika između očekivanja i karakteristika proizvoda se smanji ili izjednači kod potrošača, i oni će izmeniti svoju percepciju proizvoda kako bi ga približili onome što su očekivali.

2.2 Marketing

Većina informacija koje potrošači dobijaju, a odnose se na kvalitet proizvoda i usluga, proizilaze iz reklama, reklamnih kampanja, deklaracija i brendova. Te informacije, zajedno sa raznim drugim faktorima, potrošači koriste pri formiranju svojih očekivanja vezanih za kvalitet, a one pak utiču na to da li će se neki proizvod izabrati, utiču na donošenje odluka prilikom kupovine i na spremnost da se plati. Dokazano je da različite promocije i reklamne kampanje imaju uticaj na očekivanja potrošača kada je reč o kvalitetu. Takođe, kako bi se poboljšala prodaja i kako bi se lakše pristupilo nekim prodajnim objektima, razvijeno je nekoliko marketinških strategija, između ostalih kupovina preko interneta, telemarketing i direktna prodaja.

Pakovanje i označavanje hrane predstavlja atraktivna činjenica na osnovu koje potencijalni potrošači i prave razliku između proizvoda i to ne samo vizuelno, nego i na osnovu informacija koje utiču na potrošača i pri donošenju odluka u situacijama kada kupuju. Spoljašnji faktori kojima se veruje ili ne veruje u vezi su sa informacijama o samim proizvodima, kao i sa tehnologijom proizvodnje i pakovanja tih proizvoda (npr. vakuum pakovanje mesa).

Ispitivanje o tome koje informacije potrošači traže sastoji se iz tri dela: a) količine traženih informacija (obimnost), b) vrste ispitivanih informacija (sadržaj) i c) redosleda kojim se informacije nude. Proces donošenja odluka od

strane potrošača a sastoji se iz više faza u toku kojih selektivna pažnja na stimulanse kojima su izloženi potrošači i se koristi kako bi se sortirale informacije na osnovu određenog kriterijuma (važnosti), nakon čega se ispituje sadržina odabranih informacija. Pored toga što se dosta informacija zahteva i traži, smatra se da potrošači odluke pri kupovini donose na osnovu relativno malo informacija. Primenjeno je da su zahtevi vezani za deklarisanje dosta varijabilni, što je najverovatnije posledica različitih pogleda na to šta je kvalitet.

Kako se povećava broj informacija na proizvodima koji se kupuju, razumevanje i intepretacija tih informacija postaje jako komplikovan proces i zato se kod potrošača može očekivati da će oni odluke donositi samo upoređivanjem proizvoda na osnovu informacija koje im se nude. Dok se neki izbori prave na osnovu poređenja brenda, drugi se zasnivaju na procesu eliminacije, kada se proizvod odbacuje zbog nekih karakteristika, a pored ova dva načina, postoji i treći koji se odnosi na upoređivanje dva proizvoda i biranje onog koji ima poželjnije karakteristike, što znači da tu postoje određeni prelazi. Uzimajući to u obzir, na prvom mestu, označavanje upravo tih informacija koje govore o kvalitetu proizvoda i njihovo korišćenje, utiče na to da se bolje shvati važnost i da se bolje istaknu takve karakteristike koje su najvažnije za proizvod. Smatra se da su nedovoljno naglašavanje i mala atraktivnost karakteristika proizvoda i kompleksnost donošenja odluka odgovorni za olako donošenje izbora i nezainteresovanost potrošača da prave razliku između proizvoda.

3 Pravilno deklarisanje hrane na primeru mesa i proizvoda od mesa

Evropski parlament i Savet ministara poljoprivrede 17. jula 2000. godine složili su se o novim regulativama koja obavezuje industriju govećeg mesa u Evropskoj uniji da deklariraju poreklo junetine i proizvoda od govećeg mesa koji se nalaze na tržištu (EC regulativa 1760/2000). Na ovaj način su zaštićeni interesi potrošača obaveznim pravilima deklarisanja širom Evropske unije. Pored obaveznog sistema obeležavanja, proizvoljna šema omogućava da se na deklaracijama junetine i proizvoda od govećeg mesa stave i druge karakteristike kvaliteta.

Na osnovu člana 30 stav 3 Zakona o bezbednosti hrane u aprilu mesecu 2015. godine u Srbiji je stupio na snagu Pravilnik o deklarisanju,

označavanju i reklamiranju hrane, nije odredbe se primenjuju na hranu namenjenu krajnjem potrošaču i objektima javne ishrane. Njime su određeni opšti zahtevi deklarisanja koji se sprovode na način kojim se ne sme obmanjivati potrošač u pogledu karakteristika osobina hrane (njene prirode, identiteta, sastava, količine, trajnosti, porekla i načina proizvodnje), i u pogledu pripisivanja hrani osobina koje ne poseduje. Podaci o deklarisanju moraju da budu napisani na srpskom jeziku, razumljivo, vidljivo, jasno, da ne mogu lako da se obrišu na bilo koji način i da ne mogu biti prekriveni ili isprekidani nekim drugim tekstom ili slikovnim prikazom. Ovim pravilnikom se određuju i odgovornosti koje imaju subjekti u poslovanju hranom.

Međutim postoje problemi ili određeni izazovi koji se tiču deklarisanja mesa, a u vezi su sa prirodnom varijabilnošću i održavanjem konstantnog kvaliteta. Činjenica da meso obično nema neki brend, i da se prodaje u manjim količinama koje obično rasecaju i pripremaju maloprodaje i mesare, još više doprinosi ovom problemu.

Označavanje je bitan faktor koji može da utiče na izbor potrošača, na jedan ili na drugi način, u zavisnosti od zemlje. U nekim zemljama veći uticaj potrošača više voli da kupuje meso od poznatih mesara koje nije označeno pečatom koji stavlja republički veterinarski inspektor, verovatno zato što ne veruju dovoljno vladi i ministarstvima koji su odgovorni za kontrolu bezbednosti hrane. Međutim u zemljama gde potrošači veruju vladinim institucijama odgovornim za označavanje i deklarisanje, više se veruje deklaracijama na proizvodima.

Još jedan bitan aspekt vezan za označavanje proizvoda odnosi se na muslimane, koji žive u nemuslimanskim zapadnim zemljama i koji zahtevaju halal oznaku na deklaracijama, na osnovu koje oni znaju da meso i proizvodi od mesa koje kupuju ispunjavaju taj standard. Oznaka za halal ima veću vrednost kod mladih, manje obrazovanih muslimanskih žena koje su spremne da za takvo meso više plate.

Neki autori su naglasili da potrošači ne veruju dovoljno, niti u potpunosti razumeju deklaracije na namirnicama i da na deklaracijama nema dovoljno informacija koje zahtevaju sami potrošači. Postoji malo istraživanja o tome kako potrošači koriste deklaracije na namirnicama i o tome koji tip informacija potrošači traže da vide na deklaracijama.

Deklarisanje samo po sebi nije dovoljno i mora da bude podržano od strane promotivnih strategija koje za cilj imaju da se razvije svest o deklarisanju. Kada je u pitanju reklamiranje i promocija mesa i proizvoda od mesa, pokazano je da to može da bude problematično zbog trenutnog lošeg imidža i negativnog mišljenja o mesu koje vlada među potrošačima. Tako da sve dok je deklarisanje korisno u informisanju potrošača, njemu treba posvetiti pažnju.

4 Informacije na deklaracijama i faktori koji utiču na izbor namirnica na primeru mesa i proizvoda od mesa

Neke od najvažnijih informacija koje se nalaze na deklaracijama mesa i proizvoda od mesa, koje i sami potrošači traže i zahtevaju, pa su zbog toga i naročito bitne u trenutku kupovine, su: naziv brenda, poreklo mesa, nutritivne informacije, zrenje mesa, rok trajanja, preporuke za pripremu mesa, kategorija mesa, informacije o sistemu proizvodnje (npr. uzgoj na pašnjaku, proizvodnja u skladu sa ekološkim principima), informacije o sledljivosti i kontroli kvaliteta.

Različiti faktori utiču na to da li će se obaviti kupovina i kako će se doneti odluka pri izboru namirnica. Neki od tih faktora su veliki uticaj porodice potrošača, da li ima dece u porodici, koliko brinu o zdravlju i ishrani, koliko im je bitna bezbednost proizvoda, da li im je bitno da namirnicu mogu lako da kupe, da je laka za pripremu, da znaju kako da je pripreme, koliko im je bitna tradicija, cena, koliko vole i uživaju u konzumiranju mesa i kojim povodom idu u kupovinu i pripremaju obroke.

Neki od spoljašnjih faktora koji se smatraju bitnim pri proceni kvaliteta mesa i proizvoda od mesa su: poreklo mesa/ oblast u kojoj se proizvodi, proizvodnja pri kojoj se vodi računa o zaštiti životne sredine, briga za dobrobit životinja, ishrana životinja, uzgoj životinja, obrada, pakovanje i skladištenje proizvoda i izvori informacija na osnovu kojih se procenjuje kvalitet mesa u prodavnicama (maloprodaje/ dobavljači, direktna ocena boje i prisustva masti itd., deklaracije/ brendovi i cena). Veći uticaj ovih faktora, naročito oni koji se odnose na proces proizvodnje, predstavljaju kvalitativne osobine kojima se veruje.

Informacija o roku trajanja direktno govori o svežini mesa i ona je glavni pokazatelj kvaliteta pa se u prodavnicama na nju najviše obrađuje pažnja i na osnovu nje se određuje kvalitet pri-

likom konzumacije. Prikupljeni podaci od strane AGB/Europanel pokazali su da je svežina bila jedan od glavnih kriterijuma prilikom ocene kvaliteta i izbora namirnica. Svežina je tako e ocenjena kao glavni kriterijum u oceni bezbednosti mesa u šest evropskih zemalja.

Poreklo mesa esto se oznaava kao osobina kvaliteta kojoj se veruje, a vezana je za bezbednost mesa, dok neki nisu utvrdili ovu vezu. Važnost koju potroša i pridaju faktorima kvaliteta zavisi od regionalnog indentiteta potroša a, što je predstavljeno lokalitetom ili ose ajem pripadnosti. Ona je više u vezi sa procenom kvaliteta nego sa verovatno om da e se neki proizvod kupiti. Uticaj zemlje porekla je ve i kada su proizvodi poreklom iz razvijenijih zemalja, nego kada su iz manje razvijenih zemalja. U Norveškoj, Italiji i Albaniji više se cenii jagnjetina poreklom od jagnjadi iz planinskih predela, nego jagnjetina od jagnjadi iz ravni arskih predela. Potroša i radije biraju doma e proizvode verovatno zato što ih povezuju sa svežinom, odgovaraju im ukusom i dobrim kvalitetom. Zbog toga se sve više razvijaju marketinške strategije kojima se potroša i navode da kupuju doma e proizvode.

Od srednje važnosti su informacije vezane za hranljivu vrednost, vreme zrenja i kategorije mesa. Više pažnje hranljivim sastojcima posve uju potroša i u SAD-u i one su glavni faktor na osnovu koga se potroša i odlu uju za neki proizvod. Me utim, utvr eno je da su potroša i u Evropi više informisani o hranljivim sastojcima mesa. Vreme zrenja je relevantni faktor sa aspekta organoleptikih karakteristika (sost i ukus) prilikom konzumiranja mesa (naro ito junetine), a u zemljama Mediterana, to je i bitan faktor pri oceni svežine mesa. Kategorija mesa predstavlja bitan pokazatelj kvaliteta, a ona tako e uti e i na razlike u ceni.

Cena je bitan spoljašnji faktor kvaliteta koji uti e na odluke koje potroša i donose prilikom kupovine, ali ona tako e može da ima i pozitivni efekat na o ekivani kvalitet, njena veza sa stvarnim kvalitetom proizvoda još uvek nije razjašnjena i na nju uti u demografske karakteristike. Utvr ena je veza između slabijeg kvaliteta junetine i nižih cena kada su popusti, jer se tada nudi junetina koja je pred istekom roka trajanja. U pore enju sa drugim faktorima, cena uti e na percepciju mesa tek nakon sticanja utiska o kvalitetu, ukusu, injenici da ne sadrži hormone i zdravlju. Neke studije pokazuju da je cena jag-

njetine važniji faktor u pore enju sa bezbenoš u, kvalitetom, sledljivoš u i poreklom. Druge studije su pokazale da cena jagnjetine i junetine ima najmanji uticaj prilikom kupovine kada se poredi sa zemljom porekla i na inom uzgoja, iako manji broj potroša a smatraju cenu najbitnijim faktorom prilikom kupovine, pri emu se odlu uju za proizvode koji imaju najnižu (ili u nekim slu ajevima srednju) cenu. Sli ni podaci su dobijeni i za junetinu kada se cena poredila sa na inom proizvodnje, poreklom i kvalitetom deklaracija. Tako e i za jagnjetinu, kada se cena poredila sa vrstom mesa, poreklom i deklaracijama, utvr eno je da za neke potroša e bila bitna niska cena, dok je za druge bila manje bitna. Utvr ene su i grupe potroša a koje se radije odlu uju za višu cenu junetine. Na to za koju cenu proizvoda e se pre odlu iti uti e i starost i pol potroša a. Tako da iako se ini da cena nije najbitniji faktor prilikom kupovine, kada se kupuje obi no se biraju proizvodi sa nižim cenama i takve cene su naro ito važne potroša ima koji imaju manju kupovnu mo i onim potroša ima kojima karakteristike mesa i vrste mesa nisu bitne. Naime visokim cenama se može objasniti i smanjena potrošnja jagnje eg mesa u nekim zemljama u kojima je ona visoko cenjena. Neki ljudi ne mogu sebi da priušte da esto kupuju takvo meso, pa ga samo povremeno konzumiraju, i esto ga u ve ini obroka menjaju sa drugom, pristupa nijom vrstom mesa. Dok je u drugim zemljama, zbog niže cene, jagnjetina najpopularnije meso.

Informacije vezane za proces proizvodnje su tako e jako bitne za brojne potroša e. U novije vreme potroša i mnogo više pažnje posve uju uticaju metoda intenzivnog uzgoja na životnu sredinu, dobrobit životinja i bezbednost namirnica. Na primer u Norveškoj, nakon prisustva aditiva u hrani, proces obrade je postao oblast o kojoj su potroša i želeli da budu bolje informisani preko deklaracija na namirnicama. Informacije o sistemu proizvodnje, sledljivosti i sistemu kontrole kvaliteta mesa koje su dostupne potroša ima, mogu uticati na sticanje poverenja u kvalitativne osobine (bezbednost, zdravlje, eti ka pitanja). Na taj na in karakteristike kvaliteta kojima se veruje mogu da postanu i karakteristike kvaliteta koje potroša i traže, zato što informacije na deklaracijama mogu da uti u na to da primat dobiju neke druge informacije o namirnicama.

Na naziv brenda se ve ina potroša a manje oslanja. injenicom da se esto kupuje meso bez

oznake brenda i da se meso tretira drugačije od ostalih namirnica, može se delimično objasniti manjak poverenja koji potrošači imaju prema brendovima mesa. Međutim, ova situacija se brzo menja obzirom da se na tržištu pojavljuju brendovi privatnih distributera i proizvođača. S tačke gledišta industrije mesa, brendiranje predstavlja dobar način pomoću kojega se može povećati vrednost mesa, na osnovu kojega se može napraviti razlika nekog proizvoda od drugog i koji omogućava da se pobegne cenama od konkurenata. Ranija istraživanja pokazuju da su brend i cena faktori od izuzetne važnosti i da među njima postoji određena povezanost. Međutim kada se govori o mesu nije utvrđena podudarnost sa ovim nalazom. S aspekta potrošača, brendovi su bitni pokazatelji kvaliteta i povezavaju u stalnost ponovne kupovine proizvoda, zato što predstavljaju oznaku prethodno proverenog kvaliteta. Brendiranje takođe omogućava utvrđivanje odgovornosti koje subjekti u poslovanju imaju nad kontrolom i dostavom mesa određenog kvaliteta.

Po važnosti najniže su rangirane informacije vezane za preporuke pripreme mesa. To može značiti ili da su potrošači u Evropi već ovladali tehnikama kuvanja, ili da do ovih informacija dolaze na drugi način, kao npr. od mesara ili prodavaca, koji mogu imati aktivnu ulogu u informisanju potrošača o kvalitetu i načinima upotrebe različitih kategorija mesa.

5. Profilisanje potrošača na osnovu prioriteta informacija na deklaracijama i faktora koji utiču na kupovinu i ocenu kvaliteta mesa i proizvoda od mesa

Postoje brojne razlike između grupa potrošača koji imaju različite prioritete u vezi deklarisanja mesa, kupovine mesa i zahteva u kvalitetu. Te grupe potrošača se mogu definisati kao: potrošači orijentisani prema kvalitetu i bezbednosti proizvoda; potrošači naklonjeni tradiciji; potrošači koji nisu zainteresovani za kvalitet, već se vode pogodnošću u proizvoda; i potrošači kojima je bitno poreklo proizvoda.

Potrošači koji konzumiraju junetinu spadaju u grupu potrošača koji su orijentisani prema kvalitetu i bezbednosti proizvoda i oni generalno smanjuju potrošnju mesa. Razlog njihove smanjene potrošnje mesa može se tražiti u tome da su poželjnije da veruju u kvalitet i bezbednost mesa, pa zbog toga i zahtevaju više informacija. Pojedinci koji dosta pažnje posvećuju ishrani,

više veruju informacijama koje se nalaze na deklaracijama. Značajno je to da su ovi potrošači izuzetno zahtevni što se tiče informacija vezanih za sistem proizvodnje i kontrolu kvaliteta u proizvodnom lancu. Među potrošačima ima onih koji biraju juneće meso postoje i oni koji malo važnosti pridaju nazivu brenda i posledično ne veruju da je naziv brenda dobar izvor informacija o kvalitetu, dok drugi nazivu brenda pridaju dosta važnosti i u njega veruju. Prethodna istraživanja pokazuju da potrošači koji su lojalni nekom brendu, manje pažnje obraćaju na cenu.

Označavanje geografskog porekla proizvoda na deklaracijama je jako bitan faktor koji pozitivno utiče na potrošače prilikom kupovine juneg mesa, zato što se to povezuje sa poreklom, kompanijom koja pravi proizvod i standardima koje ispunjava taj proizvod. Ovim potrošačima je bitna sopstvena procena kvaliteta mesa, dok su im manje važne informacije koje im pružaju prodavci i dobavljači. Mladi potrošači generalno više pažnje obraćaju na naziv brenda i informacije na deklaracijama od starijih potrošača i potrošača srednjih godina.

Postoje i potrošači koji pored toga što obraćaju pažnju na naziv brenda, dosta važnosti pridaju i označenim preporukama za pripremu. Takvim potrošačima obično nisu bitni spoljašnji faktori kvaliteta, a informacije o nekom proizvodu dobijaju od prodavaca ili čitanjem deklaracija i obično se ne vode svojom sopstvenom procenom kvaliteta. Oni se uklapaju u profil potrošača koji se vode pogodnošću u proizvoda, koji se generalno ne interesuju za kvalitet i bezbednost mesa i ne žele da preuzmu odgovornost prilikom kupovine.

Potrošači koji su više tradicionalno orijentisani najviše pažnje obraćaju na hranljivu vrednost i svežinu mesa, odnosno na rok trajanja i vreme zrenja mesa. Pored toga, važni su im i faktori kao što su cena, porodica/decu, ishrana/zdravlje, i bezbednost, a naročito su im bitne informacije vezane za preradu, pakovanje i kuvanje mesa i proizvoda od mesa, koje direktno govore o svežini proizvoda. Tu spadaju i potrošači kojima je bitno poreklo proizvoda, naročito kada se govori o namirnicama kao što je jagnjeće meso. Jako im je bitno da imaju informaciju u kojoj regiji je proizvedena jagnjetina koju kupuju, pa zbog toga dosta pažnje obraćaju na naziv brenda.



Usklađenost propisa Srbije u oblasti bezbednosti hrane sa propisima EU

dr Lazar Turubatović, Radoslav Turubatović

Lazar Turubatovi

U zvanje naučnog savetnika izabran je 2006

Za direktora Instituta za higijenu i tehnologiju mesa izabran je 2000, i ponovo na istu dužnost od 2006 do 2010

Ivan je Upravnog odbora Akreditacionog tela R. Srbije i Komisija za akreditaciju laboratorija (kao ekspert za oblast hrane), Odbora udruženja akreditovanih tela za ocenu usaglašenosti Privredne komore Srbije.

Do 2010 stalni je učesnik godišnjih međunarodnih kongresa nauke i tehnologije mesa, u kome je i *kontaktna ličnost* za našu zemlju.

U domaćim i inostranim časopisima objavio je oko 200 naučnih i stručnih radova. Posle skoro 40 godina rada u Institutu za higijenu i tehnologiju mesa, 2012. godine napušta ga i prelazi u Institut za vodoprivredu. *Jaroslav Černi* nastavlja i dalje sve aktivnosti koje je do tada imao.

2014. godine dobio je nagradu Privredne komore Srbije za inovativnost i postignute rezultate u nauci.

Kratak sadržaj

U Srbiji je donet veliki broj zakona i podzakonskih akata koji tretiraju oblast bezbednosti namirnica. Osnova za donošenje propisa su direktive EU 852, 853 i 854 iz 2004. godine i na osnovu ovoga doneti propisi. Koliko je oblast bezbednosti hrane važna, pokazuje i stalno donošenje novih propisa i dopuna postojećih, pooštavanjem propisanih mera, da bi se proizveli što bezbedniji prehrambeni proizvodi.

Otvaranje tržišta za slobodan protok robe, krije opasnost za plasman proizvoda koji nisu bezbedni. Svi propisi usmereni ka subjektima koji učestvuju u proizvodnji i prometu prehrambenih proizvoda i podizanju njihove odgovornosti na zaštitu potrošača.

U radu se diskutuje usklađenost propisa o bezbednosti hrane sa propisima EU. Navode se propisi koji su doneti i koji treba da se donesu. Razmatra se njihova primerljivost u praksi, njihovom praktičnom primenom, šta treba u praksi izmeniti da bi se oni u potpunosti primenjivali.

Zaključuje se da doneti propisi uglavnom odgovaraju zahtevima EU koji se odnose na bezbednost hrane. Veoma je kratak rok da se donesu svi propisi koji se zahtevaju, imaju i u vidu težnju Srbije da u toku ove godine postane kandidat za prijem u EU. U praktičnoj primeni propisa postoje poteškoće, koje su rezultat određenih navika i otpora u industriji, neshvatanja obaveza u primeni propisa, ali i pomalo blagonaklonog stava nadležnih organa da se oni u potpunosti ne primene.

Uvod

Serija ozbiljnih kriza u pogledu zdravstvene bezbednosti hrane proteklih nekoliko godina (BSE, dioxin) izbacila je u prvi plan pitanja unapređenja zakonske regulative EU u ovoj oblasti. To je navelo Evropsku komisiju da regulativu u oblasti zdravstvene bezbednosti hrane uvrsti među prioritete svoje politike u tekućem periodu, a što je u skladu sa zaključkom Evropskog saveta iz Helsinkija, decembra 1999. godine, da se posebna pažnja mora posvetiti unapređenju standarda o kvalitetu i jačanju sistema kontrole kroz lanac proizvodnje i prometa hrane, od njive do trpeze. Da bi se ispoštovao navedeni pristup, zakonskom regulativom moraju se pokriti sve karike u lancu proizvodnje i prometa hrane: primarna proizvodnja, prerada poljoprivrednih proizvoda, distribucija i prodaja hrane za humanu potrošnju i hrane za životinje. Pri tome, odgovornost za poštovanje propisanih normi u pogledu zdravstvene bezbednosti ostaje na privrednim subjektima, nosiocima pobrojanih aktivnosti.

U Evropskoj uniji propisani su postupci upravljanja rizikom, praćenja i monitoringa za pojedine kontaminante ili grupe kontaminata u zemljištu, poljoprivrednim kulturama, finalnim proizvodima i namirnicama biljnog i životinjskog porekla (mikrobiološki, hemijski i fizički agensi). Evropski program za zdravstvenu bezbednost hrane sprovodi se od 1990. godine. Sve evropske zemlje su uključene u Evropski sistem za kontrolu kvaliteta i zdravstvene bezbednosti hrane. Oblasti na koje se ovaj sistem odnosi pre svega su maksimalno dozvoljene koncentracije aditiva i aroma u prehrambenim proizvodima, genetski modifikovana hrana, dijetetski proizvodi, zdravlje biljaka i životinja, zagađivači i u lancu ishrane i biološki rizici.

U EU je 2000. godine doneta *Bela knjiga o bezbednosti hrane* koja obuhvata plan aktivnosti i propisa da bi se uspostavio integrisani sistem kontrole hrane. Rezultat toga je uredba 178/2002 (koja uvodi sistem brzog uzbunjivanja ukoliko se ustanovi da je proizvod neispravan) i čitav set propisa, takozvani *higijenski paket*, koji reguliše oblast bezbednosti hrane. Osim toga podrazumeva se i ujednaenost regulative za kvalitet proizvoda i poslovanje izvoznika i uvoznika. Ograničavanje ili zabrane upotrebe pojedinih sredstava ili postupaka u procesu proizvodnje hrane baziraju se i na praćenju korišćenja kontaminata u pojedinim karikama proizvodnje. *Bela knjiga o evropskoj strategiji za ishranu, višak telesne težine i zdravstvene probleme vezane za go-*

jaznost iz 2007. godine obuhvata samoregulišuće mere u oblasti proizvodnje hrane. Ova strategija je predviđala razvijanje partnerstva na nivou Unije i lokalnih mreža u oblasti boljeg informisanja potrošača, dostupnosti izbora zdravstveno bezbedne hrane, potenciranja fizičke aktivnosti, usmerenosti na decu i starije osobe, razvoja istraživanja kao baze za definisanje politika, razvoja sistema monitoringa i sl.

U stoarskoj proizvodnji težište je na preventivnim akcijama sa ciljem obezbeđenja što bolje higijene i kvaliteta mesa i mleka. U tom pogledu, u Evropi se na farmama veterinarske akcije ispoljavaju primenom programa za nadzor zdravlja stada (HHSP – Herd Health Surveillance Programs). Zakonom o bezbednosti hrane uređuju se u Srbiji uslovi za proizvodnju i promet bezbedne hrane i hrane za životinje, obaveze i odgovornosti subjekata u poslovanju sa hranom i hranom za životinje, sistem brzog obaveštavanja i uzbunjivanja, hitne mere i upravljanje kriznim situacijama, higijena i kvalitet hrane i hrane za životinje. Cilj ovog zakona je da obezbedi visok nivo zaštite života i zdravlja ljudi, zaštitu interesa potrošača, zaštitu zdravlja i dobrobiti životinja, kao i zdravlja bilja i zaštitu životne sredine. Zakon o bezbednosti hrane uvodi nove principe u kontroli namirnica: transparentnost, analizu rizika (koriste je nadležni državni organi koji donose mere radi zaštite potrošača), na elo predostrožnosti, sledljivosti (proizvođač mora da ima podatak od koga je nabavio određenu sirovinu) i na elo zaštite potrošača.

U Evropskoj uniji razvijen je skup direktiva iz oblasti zaštite potrošača u cilju unifikovanja stava pojedinih država prema ovoj problematici. Te se direktive odnose na zdravlje i hranu, sigurnost proizvoda, zaštitu ekonomskih interesa, sudsku zaštitu i obaveštavanje. Za zaštitu potrošača poljoprivredno-prehrambenih proizvoda najbitnije su direktive koje se odnose na ograničavanje upotrebe genetski modifikovanih mikroorganizama, sigurnost proizvoda, kontrolu prehrambenih proizvoda i obaveštavanje potrošača.

Zakon o zaštiti potrošača u Srbiji reguliše širi spektar prava potrošača koja se odnose ne samo na njihovu pravnu i ekonomsku već i zdravstvenu bezbednost.

Pravo na bezbednost postavlja zahtev da proizvodi i proizvodni procesi obezbede kvalitetnu hranu. Nekvalitetni i kontaminirani proizvodi

koji se koriste u ishrani mogu imati veoma negativne posledice po ljudsko zdravlje. Pravo na informisanost zna i da kupci poljoprivredno-prehrambenih proizvoda ne smeju biti obmanuti

Kontrola kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i njihovih prerađevina koji se izvoze ili uvoze, utvrđuje da li ti proizvodi ne samo u pogledu kvaliteta, već i količine, pakovanja deklarisanja, označavanja, ambalaže, prevoznih sredstava i transporta odgovaraju propisanim normama. Naravno, neophodno je i postojanje prethodne samokontrole od strane samih proizvođača.

Slobodno kretanje zdravstveno bezbedne hrane određenog nivoa kvaliteta na zajedničkom tržištu ključni je princip funkcionisanja jedinstvenog unutrašnjeg tržišta Unije a to zahteva odgovarajuću i nivo usklađenosti zakonodavstva u oblasti zdravstvene bezbednosti hrane na nivou Unije. Za pridružujuće zemlje izuzetno je važno što potpunije prihvatanje i primena *acquis-a* u ovoj oblasti.

Osnovni dokumenti EU u oblasti bezbednosti hrane

Bela knjiga o zdravstvenoj bezbednosti hrane

Belom knjigom iz januara 2000. godine Evropska komisija je imala za cilj obezbeđenje visokog stepena bezbednosti hrane putem definisanja seta mera, neophodnih za zaokruživanje i unapređenje postojećeg EU zakonodavstva u oblasti hrane, koje uključuju:

- formiranje nezavisne Evropske uprave za hranu (European Food Authority), nadležne za pružanje savetodavnih usluga, funkcionisanje sistema ranog upozoravanja i obaveštavanja o rizicima,
- unapređenje zakonodavne regulative koja pokriva prehrambene proizvode od njive do trpeze; uočavajući i nedostatak spremnosti zainteresovanih strana za rano upozoravanje o potencijalnim rizicima, Komisija je predložila zajedničke principe koji bezbednost hrane postavljaju za primarni cilj zakona o hrani i obezbeđuju osnovna zajednička načela u oblastima koje nisu pokrivena posebnim harmonizovanim aktima;
- harmonizaciju nacionalnih sistema kontrole njihovim redefinisanjem u pravcu usklađivanja sa novouspostavljenim zajedničkim okvirom na nivou Unije koji počinje na tri osnovna elementa: jedinstvenim operativnim kriterijumima, razvoju zajedničkih uputstava o

kontroli i unapređenju administrativne saradnje na uspostavljanju i funkcionisanju nacionalnih sistema kontrole; Komisija, takođe, razmatra preuzimanje dodatnih odgovornosti u slučajevima značajnijih odstupanja nacionalnih kontrolnih mera od ustanovljenog zajedničkog okvira na nivou Unije; kontrolori i inspekcija sa nivoa Unije, u saradnji sa Kancelarijom za hranu i veterinu (Food and Veterinary Office – FVO), kontrolišu usaglašenost nacionalnih sistema kontrole sa zajedničkim okvirom;

- uspostavljanje dijaloga potrošača i ostalih učesnika u lancu proizvodnje i prometa hrane – svaka od faza u donošenju odluka vezanih za zdravstvenu bezbednost i kvalitet hrane mora biti transparentna i pružena interaktivnom komunikacijom između svih učesnika u prehrambenom lancu; unificiranjem pravila obeležavanja proizvoda obezbeđuje se potrošaču pravo izbora a, pored toga, Komisija se zalaže za pooštavanje ovih obaveza u pravcu navođenja svih sastojaka u proizvodu (ne samo onih koje su u esenciji najmanje 25% finalnog proizvoda, kako je sada slučaj); Komisija razmatra mogućnosti uvođenja odredbi u odgovarajuće zakonodavne akte na nivou Unije o obavezama navođenja tzv. funkcionalnih svojstava proizvoda (pozitivni efekti za organizam) i nutritivnih svojstava proizvoda (prisustvo, odsustvo, nivo određenih sastojaka u proizvodu).

Opšti zakon o hrani

Opšti principi Zakona o hrani redefinisani su 2002. godine, kao i procedure vezane za bezbednost hrane i ishranu životinja. U skladu sa preporukama Bele knjige, kontrola i monitoring sprovode se na nivou celokupnog prehrambenog lanca, od njive do trpeze. Regulativa koja propisuje opšte principe i harmonizovanu kontrolu, takođe, reguliše i nadležnosti tzv. Evropske uprave za bezbednost hrane (European Food Safety Authority – EFSA), evropske agencije koja obezbeđuje nezavisnu naučnu podlogu za kontrolu i ocenu nivoa bezbednosti hrane, umrežavanjem i saradnjom sa odgovarajućim telima na nacionalnom nivou.

Osnovni principi na kojima počinje Zakon o hrani su:

- zaštita života i zdravlja ljudi, zaštita interesa potrošača, uz dužnu pažnju zdravlju i dobrobiti životinja, zdravlju biljaka i očišćenju životne sredine,

- obezbe enje slobodnog protoka prehrambenih proizvoda i sto ne hrane širom Unije,
- vo enje ra una, pritom, o važe im i o ekivanim me unarodnim standardima u ovoj oblasti.

Osnovni zahtevi subjektima u prehrambenom lancu mogu se sažeti u slede em:

- ukoliko se posumnja u zdravstvenu ispravnost proizvoda koji je uvezen, proizveden, prera en ili distribuiran, isti se mora hitno povu i sa tržišta a ukoliko je ve dospo do potroša a, isporu ilac ih mora obavestiti i izvršiti povra aj kupljene robe;
- kretanje proizvoda (prehrambenih proizvoda, sto ne hrane, životinja za proizvodnju hrane) kroz prehrambeni lanac mora biti registrovano i poznato u svakoj ta ki procesa proizvodnje, prerade i distribucije;
- u svakoj ta ki procesa proizvodnje, prerade i distribucije privrednici moraju da obezbede poštovanje odredbi Zakona o hrani a države lanice su dužne da se staraju o tome i preduzmu odgovaraju e kaznene mere protiv prekršioa.

Nadležnosti Evropske uprave za bezbednost hrane su:

- obezbe enje evropskim institucijama i zemljama lanicama stru nih saveta po sopstvenoj inicijativi ili na zahtev Komisije, Evropskog parlamenta ili zemlje lanice iz oblasti bezbednosti hrane (zdravlje životinja i biljaka, GMO, ishrana) a u cilju formiranja nau ne podloge za donošenje političkih odluka o upravljanju rizikom;
- promocija i koordinacija razvijanja uniformnih metoda procene rizika;
- bezbe enje teku e nau ne i tehni ke podrške Komisiji i u slu ajevima upravljanja krizama;
- straživanje, prikupljanje, pore enje, analiza i sinteza nau nih i stru nih podataka u oblasti bezbednosti hrane (izloženost rizicima u konzumiranju odre enog proizvoda, biološkim rizicima, zaga iva ima i reziduama); Komisija ima obavezu da publikuje izveštaje zasnovane na ovim nalazima na nivou Unije;
- preduzimanje akcija na identifikovanju i karakterisanju nadolaze ih rizika uspostavljanjem odgovaraju ih monitoring procedura;
- izgra uje mrežu organizacija na nivou Unije, nadležnih za o uvanje bezbednosti hrane;
- Uprava u estvuje u sistemu ranog upozor

renja, vezanog za Komisiju i zemlje lanice tako što ohrabruje razmenu informacija, znanja i dobre prakse, koordinaciju akcija i implementaciju zajedni kih projekata;

- obezbe enje, na zahtev Komisije, nau ne i stru nepodrškeunapre enjusaradnjeizme u Komisije, zemlja kandidata, me unarodnih organizacija i tre ih zemlja;
- pružanje pravovremenih i objektivnih informacija široj javnosti i ostalim zainteresovanim subjektima;
- saopštavanje sopstvenih stavova i zaklju aka iz predmetne oblasti istraživanja (Commission Regulation (EC) No 1304/ 2003).

Agenciju ine: Upravni odbor (14 lanova koje bira Savet u konsultaciji sa Evropskim parlamentom, sa liste predložene od strane Komisije – usvaja pravila procedura, program rada, nacrt budžeta i budžet i godišnji izveštaj), Izvršni direktor, Savetodavni forum (ine ga predstavnici nacionalnih tela nadležnih za procenu rizika, na elu sa izvršnim direktorom pospešuju saradnju država lanica), Nau ni savet (ine ga predsednici nau nih panela i 6 nezavisnih eksperata; odgovoran je za koordinaciju rada panela i organizaciju javnih debata i radnih grupa o pitanjima koja su van nadležnosti panela) i Nau ni paneli (8 panela za: aditive, boje, pomo ne materije u preradi i materijale koji dolaze u kontakt sa hranom; aditive i proizvode odnosno supstance koje se nalaze u sto noj hrani; zdravlje biljaka, sredstva za zaštitu bilja i njihove rezidue; genetski modifikovane organizme; dijetetska sredstva, ishranu i alergije; biološke rizike; zaga iva e u prehrambenom lancu; zdravlje i dobrobit životinja. U svom radu, Izvršni direktor i lanovi svih navedenih organa Uprave su nezavisni i podre eni opštem interesu.

Procedure vezane za bezbednost hrane

Sistemom ranog upozoravanja, kojim su pokriveni svi prehrambeni proizvodi i hrana za životinje, zemlja lanica obaveštavaju Komisiju, koja informaciju odmah prosle uje kroz mrežu ostalim zemljama lanicama i Upravi za bezbednost hrane o potrebi preduzimanja mera:

- povla enja proizvoda sa tržišta,
- prevencije i kontrole proizvoda u upotrebi,
- zaustavljanju kontigenta proizvoda na granicama Unije.

Informacije koje se prosle uju sistemom ranog upozoravanja moraju biti dostupne javnosti.

U slu aju *vanrednih situacija*, kada odre eni proizvod predstavlja opasnost za zdravlje ljudi i

životinja i životnu sredinu a mere države lanice nisu u stanju da otklone rizik, Komisija po hitnom postupku, na svoju ili inicijativu zemlje lanice, a po proceduri *Stalnog komiteta za prehrambeni lanac i zdravlje životinja* (ine ga predstavnici zemalja lanica, na elu sa predstavnikom Komisije, radi po sekcijama i pokriva pitanja iz svih faza lanca proizvodnje i prometa hrane i sto ne hrane – Commission Decision 2004/ 613/ EC), usvaja jednu ili više mera povla enja proizvoda sa tržišta ili iz upotrebe, obustavljanja uvoza i sl.

Opšti plan upravljanja kriznim situacijama predvi a formiranje kriznih timova u vanrednim situacijama uz aktivnu nau nu i stru nu podršku Uprave za bezbednost hrane koji imaju zadatak da prikupljaju i ocenjuju sve relevantne informacije i na osnovu njih sagledaju opcije za prevenciju, eliminisanje ili smanjenje rizika po zdravlje ljudi (Commission Decision 2004/ 478/ EC).

Podzakonska akta

Upotreba pesticida regulisana je direktivama br. 76/ 895/ EEC (utvr uje maksimalno prisustvo rezidua u vo u i povr u), 86/ 362/ EEC (utvr uje maksimalno prisustvo rezidua u žitima i proizvodima od žita), 86/ 363/ EEC (utvr uje maksimalno prisustvo rezidua za proizvode animalnog porekla), 90/ 642/ EEC (utvr uje maksimalno prisustvo rezidua u proizvodima biljnog porekla, uklju uju i vo e i povr e).

Upotreba sredstava za lečenje životinja regulisana je Uredbom (EC), br. 2377/ 90 (utvr uje maksimalno prisustvo rezidua veterinarskih lekova u namirnicama animalnog porekla) i Uredbom (EC), br. 2011/ 2003 (utvr uje proceduru za def nisanje maksimalnog prisustva rezidua veterinarskih medicinskih preparata u namirnicama animalnog porekla).

Genetski modifikovana hrana i stočna hrana regulisana je Uredbom (EC), br. 1829/ 2003 o genetski modifikovanoj hrani i sto noj hrani i Uredbom (EC), br. 1830/ 2003 o utvr ivanju i obeležavanju genetski modifikovanih organizama (GMO) i utvr ivanju hrane i sto ne hrane proizvedene od GMO. Kao osnovni zadaci Uredbe 1829/ 2003 navode se:

- obezbe enje visokog stepena zaštite života i zdravlja ljudi, zdravlja i dobrobiti životinja, zaštite životne sredine i interesa potroša a u odnosu na GMO i sto nu hranu, s ciljem obezbe enja ef kasnog funkcionisanja doma eg tržišta;

- propisivanje postupka za odobrenje i kontroli genetski modif kovane hrane i sto ne hrane;
- donošenje odredbi za ozna avanje genetski modif kovane hrane i sto ne hrane.

Da bi se ova hrana našla na tržištu potrebno je odobrenje Evropske uprave za bezbednost hrane. Kona nu odluku o dozvoli donosi Komisija po pribavljenom mišljenju EFSA. Obaveza obeležavanja odnosi se na proizvode namenjene krajnjim potroša ima ili veletrgovini u EU i predvi a da na etiketi hrane ili sto ne hrane jasno i vidljivo stoji da je *proizvedeno od genetski modifikovanog (ime) organizma*, ili *sadrži genetski modifikovan (ime) organizam*. Ozna avanje treba da istakne svaku karakteristiku proizvoda, naro ito u slu aju postojanja razlike izme u genetski modif kovanoj i proizvoda dobijenog konvencionalnim metodom: sastav, hranljivu vrednost, na in upotrebe, uticaj na zdravlje ljudi i životinja. U Aneksu ove Uredbe istaknute su obaveze i zadaci referentne laboratorije u Uniji – Zdrženog istraživa kog centra Komisije (Commission's Joint Research Centre), u saradnji sa konzorcijumom nacionalnih referentnih laboratorija ozna enoim kao Evropska mreža laboratorija za GMO. Ove laboratorija je odgovorna za:

- primanje, pripremanje, skladištenje, održavanje i distribuciju odgovaraju ih uzoraka;
- testiranje i utvr ivanje metoda za otkrivanje i identifikaciju transformacije u hrani i sto noj hrani;
- procenu podataka dobijenih od podnosioca prijave za dozvolu proizvoda;
- podnošenje kompletnog izveštaja EFSA.

Uredba 1830/ 2003 je doneta s ciljem da obezbedi zakonski okvir za otkrivanje proizvoda koji se sastoje od GMO i hrane za životinje proizvedene od GMO, kao i za unapre enje obeležavanja hrane i sto ne hrane koje sadrže GMO, pra enje njihovog efekta na životnu sredinu i zdravlje ljudi i životinja i primenu odre enih mera, uklju uju i povla enje proizvoda sa tržišta.

Klju na stvar za otkrivanje GMO u proizvodima na tržištu je da svaku transakciju proizvoda prati dokumentacija, u kojoj e biti nazna eno da proizvodi sadrže GMO i njihov jedinstveni identifikacioni broj a zadatak Komisije je da oformi centralni registar na nivou Unije koji e sadržavati sve relevantne informacije za dobijanje dozvole za proizvode sa GMO, odnosno informacije o proizvodima sa GMO iji promet nije

dozvoljen na tržištu EU. Distributeri imaju obaveznu da uvaju informacije o svakoj transakciji u roku od pet godina.

Direktiva 93/43/EEC, dopunjena Uredbom 1882/2003 Evropskog parlamenta i Saveta utvrđuje:

- opšta pravila higijene za namirnice,
- procedure za proveru poštovanja propisanih pravila o higijeni namirnica,
- podsticaj primeni i razvoju smernica za dobru higijensku praksu, koju su preporu ili Codex Alimentarius, FAO i WHO,
- najavljuje HACCP principe.

Ovom Direktivom (l. 3) se posebno naglašava obaveza pripreme, proizvodnje, prerade, pakovanja, smeštaja, prevoza, distribucije, rukovanja, skladištenja i prodaje životnih namirnica u skladu sa higijenskim pravilima a što sve obuhvata i HACCP koncept.

Uredba (EC) br.852/2004 Evropskog parlamenta i Saveta odnosi se na proceduru vezanu za higijenu prehrambenih proizvoda i definiše:

- sve subjekte u prehrambenom lancu kao odgovorne za bezbednost hrane;
- uvodi se obaveza primene procedura koje se zasnivaju na HACCP principima i pravilima dobre higijenske prakse, u cilju povećanja stepena odgovornosti subjekata koji se bave hranom;
- uputstva dobre prakse (proizvođačke, laboratorijske) su pomoć subjektima, koji se bave hranom sa ciljem da se usaglase sa propisima iz oblasti higijene hrane i primene HACCP principa;
- utvrđivanje mikrobioloških kriterijuma i kontrole temperature na osnovu naučne prakse a u cilju upravljanja rizicima vezanim za hranu;
- hrana koja se uvozi mora da zadovoljava iste higijenske standarde kao i hrana koja se proizvodi u EU, što važi i za kvalitet hrane;

Uredba se odnosi na sve faze proizvodnje, prerade i distribucije hrane, kao i kod izvoza a bez povrede specifičnih zahteva iz oblasti higijene hrane.

Uredba (EC) br.853/2004 Evropskog parlamenta i Saveta reguliše posebno higijenu prehrambenih proizvoda animalnog porekla i predstavlja primenu Uredbe (EC) br.852/2004 na proizvode animalnog porekla. Uredba sadrži sledeće principe:

- primenjuje se na neprerađene proizvode

animalnog porekla;

- ukoliko nije izričito navedeno suprotno, Uredba se ne primenjuje na hranu koja sadrži i proizvode biljnog porekla i obrađene proizvode animalnog porekla;
- nabavka i rukovanje prerađenim proizvodima animalnog porekla upotrebljenih za pripremanje hrane moraju biti u skladu sa ovom Uredbom.

Uredba (EC), br. 854/2004 Evropskog parlamenta i Saveta definiše organizaciju službene kontrole proizvoda animalnog porekla namenjenih za ljudsku ishranu.

EU i Komisiji Codex Alimentarius (CAC), osnovne HACCP koncepta i saradnja sa WTO

Odlukom Saveta 2003/822/EC, EU je pristupila Komisiji Codex Alimentarius (CAC), koja je osnovana od strane FAO i WHO sa ciljem da definiše međunarodne standarde i preporuke o zdravstvenoj bezbednosti u oblastima poljoprivrede i ribarstva, namirnica, aditiva i zagađivača hrane, ostale hrane i rezidua veterinarskih proizvoda i pesticida, ali i da definiše procedure inspekcije i sistema sertifikacije, metode uzorkovanja i analize, kodekse dobre proizvodnje i prakse higijene u proizvodnji hrane. Značaj CAC standarda je posebno došao do izražaja posle 1994. godine, po usvajanju Sporazuma o sanitarnim i fitosanitarnim merama i Sporazuma o tehničkim barijerama u trgovini u okviru WTO, kojim prilikom su CAC standardi izabrani kao referentni za utvrđivanje saglasnosti nacionalnih standarda sa odredbama navedenih WTO sporazuma.

Posebna pogodnost CAC članstva po EU je uvođenje HACCP koncepta u sistem mera za bezbednost hrane (CAC/RCP 1-1969, REV. 4-2003 ALINORM 93/13 Anex II) i "Preporu o međunarodnom kodeksu prakse - "Osnovni principi higijene hrane" u okviru aneksu je HACCP). Uz ovaj dokument neophodna je primena pripadajuće horizontalne legislative i standarda koji se odnose na zahteve iz horizontalnih direktiva kao što su za:

- mleko i mlečni proizvodi (Direktiva 92/46/EEC),
- ribu (Direktiva 9/493/EEC),
- meso i mesne prerađevine (Direktiva 92/46/EEC),
- začin (Direktiva 88/388/ECC) i dr.

Koncept *Analize rizika i kritične kontrolne tačke - HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)* predstavlja sistem koji identifikuje,

ocenjuje i kontroliše rizike koji su značajni za bezbednost hrane. Suština ovog koncepta je obezbeđenje sigurnosti hrane, preventivno delovanje kroz integrisani vid kontrole od njive do trpeze a glavna odgovornost je na samom proizvođaču.

Uslov za primenu HACCP koncepta je prethodno poštovanje opštih principa higijene hrane, odgovarajućeg Kodeksa higijenske prakse i odgovarajućih propisa koji regulišu bezbednost hrane. Preispitivanje uspostavljenog HACCP koncepta je, takođe nužan uslov primene HACCP, zbog mogućih izmena na injenih u bilo kom koraku primene ovog koncepta, jer ne treba zaboraviti da se uspostavlja za konkretan proizvod.

Uspostavljen HACCP koncept se može koristiti za samocenjivanje uspešnosti proizvodnje bezbedne hrane ili sertifikovanje od strane priznatih sertifikovanih tela u oblasti sertifikacije bezbednosti hrane.

ISO 22000:2005 - Sistemi upravljanja bezbednošću hranom

Svetski forum za bezbednost hrane (The Food Business Forum - CIES), kao globalna prehrambena mreža, smatra kao dobro rešenje za usaglašavanje standarda za bezbednost hrane, međunarodni standard ISO 22000:2005, koji u sebi objedinjuje sve elemente HACCP i pravila dobre poslovne prakse (ISO 9001:2008), te sledljivost i označavanje namirnica.

Globalni pristup (moduli i sertifikacija)

Savet EU je 1989. godine usvojio Rezoluciju o globalnom pristupu sertifikaciji i ispitivanju ispravnosti proizvoda. Rezolucija je imala za cilj obezbeđenje kvaliteta proizvoda na tržištu Unije. Poverenje potrošača zasniva se na tehnici koje kompetenciji proizvođača, laboratorija za ispitivanje i merenje, organa odgovornih za provere kvaliteta, sertifikacionih i inspeksijskih tela, ali i na transparentnosti procedura za ocenjivanje usaglašenosti. Rezolucija obuhvata sledeće elemente globalnog pristupa u ocenjivanju usaglašenosti:

- uvođenje modula globalnog pristupa koji se koriste u postupku ocenjivanja usaglašenosti;
- promociju primene standarda sistema upravljanja kvalitetom (serija ISO 9000) i sertifikata sistema upravljanja kvalitetom,
- obezbeđenje primene serije standarda i kojih određuju zahteve za ispitivanje (EN

45000), izdavanje sertifikata (ISO 17021) i akreditacije (ISO 17025),

- uvođenje nacionalnog centralnog akreditacionog sistema,
- osnivanje evropske organizacije za ispitivanje i izdavanje sertifikata,
- usklađivanje infrastrukture sistema testiranja i izdavanja sertifikata u državama članicama,
- podsticanje sklapanja sporazuma sa trećim zemljama na osnovu međusobnog priznavanja ispitivanja i sertifikata,
- promovisanje međunarodne trgovine između EU i trećih zemalja.

U pitanju su tzv. Direktive *Novog pristupa*, koje zahtevaju označavanje proizvoda oznakom CE, što je razumljivo, s obzirom da su zahtevi, njima propisani, ograničeni na zaštitu zdravlja i bezbednosti korisnika, u nekim slučajevima i zaštitu imovine, domaćih životinja i okoline. Direktive *Novog pristupa* u nekim oblastima i ne zahtevaju obaveznost utvrđivanja usaglašenosti, odnosno stavljanja oznaka CE.

Sertifikati o CE kontroli, koje izdaju ovlašćeni organi u okviru pojedinačnih modula globalnog pristupa, jesu dokumenti koji su vlasnici ovlašćeni organi a proizvođači samo dobijaju na upotrebu. CE-deklaracija o usaglašenosti je dokument kojim proizvođač izjavljuje (na sopstvenu odgovornost) da njegov proizvod odgovara bitnim zdravstvenim i bezbednosnim zahtevima direktiva *Novog pristupa*. U cilju postizanja jednobraznosti definisana je obaveza označavanja CE znakom, koja utvrđuje principe označavanja, proizvode koji treba da nose znak i postavljanje znaka.

Postupci sertifikacije u industriji hrane okrenuti su trenutno ka bezbednosti hrane i upravljanju bezbednošću u hrane. Polazeći od Zakona o hrani, koji kroz svoje zahteve inicira staranje o bezbednosti hrane (Uredba (EC), br.178/2002), preporuka međunarodnog kodeksa prakse, koji daje opšte principe higijene hrane (CAC/RCP 1-1969, Rev. 4-2003, koja u aneksu sadrži odredbe o HACCP), međunarodnog standarda ISO 22000:2005, koji se odnosi na sistem upravljanja bezbednošću u hrane, bilo je i za očekivati da će HACCP sistem i njegova sertifikacija kao i sertifikacija usklađenosti sa ISO 22000:2005, po evropskim od 2006. godine postati nezaobilazna aktivnost, odnosno imperativ uspešnog poslovanja u svim članicama EU.

Posedovanje HACCP i ISO 22000:2005 sertifikata proizvođača ima van EU i omogućiti ravnopravan dogovor sa kupcima iz EU, ali ne i bezuslovno prihvatanje uvoza. Naime, potrebno je rešiti i probleme registracije, usvojiti u potpunosti regulativu EU i zaključiti sporazume sa zemljama uvoznicama članicama EU o međusobnom priznavanju sertifikata o usaglašenosti. Ako to nije slučaj, predstoji potvrđivanje domaćeg sertifikata od organa, tela ili organizacija zemlje uvoznice – članice EU.

EU je usvojila specijalni Protokol za zemlje Centralne i Istočne Evrope, imaju i u vidu izuzetnu složenost legislative zemalja kandidata. Protokol omogućava postepeno usaglašavanje celokupnog zakonodavstva i prakse zemalja kandidata sa zakonskom regulativom Unije, čime su u njihovu olakšice izvozu ovih zemalja na tržište EU.

nastaviće se...



Prodavac je dužan da obezbedi higijenske i sanitarne uslove za prodaju robe, da prodaje zdravstveno bezbednu i ispravnu robu i da nadoknadi štetu potroša u ukoliko je nastala zbog prodaje neispravnog proizvoda.



dr. sci. Slađana Šobajić

Bezbednost korišćenja dijetetskih suplemenata – istine i zablude

Slađana Šobajić je redovni profesor na Katedri za bromatologiju Farmaceutskog fakulteta Univerziteta u Beogradu. Naučno-istraživački interes prof. Šobajić je u sledećim oblastima bromatologije: hemija hrane i dijetetskih proizvoda; fiziološki, biohemijski, zdravstveni efekti sastojaka hrane; procena unosa nutrimenata, aditiva i kontaminanata, lipidologija, funkcionalne namirnice. Koautor je preko 100 naučnih i stručnih radova štampanih u celini, od čega 32 radova u časopisima sa SCI liste. Na savetovanjima i kongresima učestvovala je sa preko 100 naučnih saopštenja štampanih u izvodu i koautor je jednog udžbenika za univerzitetske studije. Član je Saveta Farmaceutskog fakulteta, član je veće a grupacije medicinskih nauka Univerziteta u Beogradu, predsednik je Društva za ishranu Srbije, član Farmaceutskog društva Srbije, predsednik sekcije za sanitarnu hemiju Saveza farmaceutskih udruženja Srbije, član TaskForce za istraživanje Evrope evropske federacije udruženja za ishranu (FENS), član radnih grupa za inovaciju zakonske regulative iz oblasti hrane pri Ministarstvu zdravlja.

Izraz «dijetetski suplement» je američkog porekla i relativno novijeg datuma. Godine 1994. američki kongres je usvojio Dietary Supplement Health and Education Act (DSHEA) kojim je kategorija dijetetskih suplemenata izdvojena kao nova grupa namirnica. Prema ovom aktu, dijetetski suplementi su proizvodi koji treba da dopune hranu, a sadrže jedan ili više sastojaka kao što su vitamini, minerali, biljke i biljni preparati, amino kiseline, supstance koje povećavaju ukupan dijetarni unos, koncentрати, ekstrakti ili njihove kombinacije. Prilikom donošenja ovog zakonskog akta o izdavanju dijetetskih suplemenata u posebnu grupu proizvoda, američki kongres je imao u vidu značaj ishrane u promociji zdravlja i prevenciji bolesti, sve veći broj podataka o povezanosti unosa pojedinih nutrimenata sa prevencijom hroničnih oboljenja, kao i potrebu da se potroša ima omogućiti izbor kvalitetnih preventivnih programa zasnovanih na naučnim ispitivanjima zdravstvenih efekata pojedinih suplemenata.

Pre 13 godina i Evropska Unija (EU) je pokrenula proces pravnog regulisanja ove grupe proizvoda donevši Direktivu 2002/46 EC o harmonizaciji propisa zemalja članica o dijetetskim suplementima. Ova direktiva definiše suplemente kao namirnicu čija je svrha da suplementiraju normalnu ishranu, a predstavljaju koncentrisane izvore nutrimenata ili drugih supstanci sa nutritivnim ili fiziološkim efektima, same ili u kombinaciji, proizvedene u doziranim oblicima (kapsule, pastile, tablete, pilule i drugi slični oblici, kesice praškova, ampule i druge forme, ašice sa kapaljkom i drugi slični oblici te njihovi preparati i praškovi), namenjene da se koriste u merljivim malim količinama.

U Srbiji su dodaci ishrani regulisani novim Pravilnikom o zdravstvenoj ispravnosti dijetetskih proizvoda (Sl. Glasnik RS br 45/2010, 27/2011, 50/2012) koji je usaglašen sa regulativom EU i standardima Codex alimentarius-a, a propisane su i maksimalno dozvoljene količine



vitamina i minerala u dnevnoj dozi dodataka ishrani, kao i zahtevi za biljne suplemenete. Definisana je procedura za notifikaciju dodataka ishrani kod Ministarstva zdravlja Republike Srbije, koja obuhvata izradu stručnog mišljenja i kategorizaciju od strane Farmaceutskog fakulteta, ispitivanje zdravstvene ispravnosti od strane ovlašćenih laboratorija i upis u bazu podataka Ministarstva zdravlja RS. Od 2012. godine, da bi se proizvodi pustili u promet kao dodaci ishrani, potrebno je da imaju i odobren tekst deklaracije koji je usklađen sa zahtevima novog Pravilnika, ali i sa zahtevima ostalih relevantnih podzakonskih akata (Pravilnik o prehranbenim aditivima i Pravilnik o deklarisanju, označavanju i reklamiranju hrane). Stupanjem na snagu seta podzakonskih akata koji pokrivaju ovu oblast tržišta dodataka ishrani je u velikoj meri regulisano, jer se u prometu mogu naći i samo proizvodi koji su zavedeni u bazu podataka Ministarstva zdravlja i koji o tome imaju na deklaraciji dokaz u vidu broja i datuma upisa. Ova informacija je značajna za potrošače jer povećava bezbednost korišćenja dodataka ishrani i uvodi sistem kontrole proizvoda pre puštanja u promet.

U razvijenim zemljama suplementi predstavljaju veoma popularnu grupu proizvoda, a njihova prodaja i promet beleže porast iz godine u godinu. U Nemačkoj je još 2004. godine potrošeno 383 miliona eura samo na suplemenete sa vitaminima i mineralima, pri čemu je u proseku 18,4% muškaraca i 24,9% žena redovno koristilo suplemenete. U Velikoj Britaniji 15% osoba starijih od 65 godina koristi neki biljni suplement, a u Meksiku 17,6% žena koristi suplemenete skoro svakodnevno. Sve veći broj zemalja počinje da prati podatke o prometu suplemenata, kao i podatke o najpopularnijim proizvodima. Na žalost, u našoj zemlji još nema sistematski obradenih podataka o prometu suplemenata, kao i uestalosti njihovog korišćenja. Takođe, nije još uvek dostupan kompletan spisak suplemenata notifikovanih kod Ministarstva zdravlja, iako je njegovo objavljivanje na sajtu ministarstva i redovno ažuriranje bilo planirano još pre dve godine. Ovakav spisak bi bio od velike koristi, kako zdravstvenim radnicima, tako i potrošačima, jer bi na jednom mestu pružio uvid u proizvode koji su prošli proces notifikacije, koji uključuje i ispitivanje osnovnih parametara zdravstvene ispravnosti prilikom prvog uvoza/puštanja u promet.

Neka od najčešćih pitanja koja potrošači postavljaju zdravstvenim radnicima, a odnose se na

bezbednost primene dijetetskih suplemenata, su sledeće:

1. Ima li razlike između dijetetskih suplemenata i lekova i mogu li suplementi zameniti lekove

Dijetetski suplementi se smatraju posebnom vrstom hrane koja ima za cilj da dopuni ishranu odabranim sastojcima i tako joj poboljšaju kvalitet, ali ne mogu zameniti lekove niti se koristiti umesto lekova. U tom smislu se deklaracijom, prezentacijom i reklamiranjem dijetetskih proizvoda ne mogu pripisivati svojstva prevencije, tretiranja i lečenja bolesti, ili se pozivati na takva svojstva, osim u slučaju kada postoje ubedljivi naučni dokazi o povoljnom zdravstvenom delovanju nekog od sastojaka suplementa, kada se pod takvim definisanim uslovima mogu koristiti tzv. *zdravstvene tvrdnje* koje odobrava Ministarstvo zdravlja. U svakom slučaju, bilo bi korisno da potrošači, kad mogu da razmisle o korišćenju suplemenata, prvo razmisle o svojoj ishrani i na njemu da poboljša njen kvalitet.

2. Ko je odgovoran i da li se kontroliše kvalitet i bezbednost suplemenata u Srbiji

U našoj zemlji najveću odgovornost za kvalitet i bezbednost hrane, a samim tim i dijetetskih suplemenata, imaju proizvođači, odnosno uvoznici i to je u skladu sa zahtevima regulative u Evropskoj Uniji. Jedan od uslova za puštanje dijetetskog suplementa u promet u Srbiji je da je proizveden u skladu sa principima analize opasnosti i kritičnih kontrolnih tačaka (HACCP), koji predstavlja integrisani preventivni sistem kontrole. Glavni cilj obezbeđenja proizvodnje zdravstveno bezbednih namirnica. Ovaj sistem, između ostalog, podrazumeva redovnu ulaznu i izlaznu kontrolu, kao i kontrolu samog procesa, međutim u praksi sami proizvođači biraju stepen uestalosti kontrole, kao i kvalitet ulaznih sirovina, na šta u najvećoj meri utiču finansijski razlozi. Nakon početne obavezne evaluacije sastava, kvaliteta i zdravstvene ispravnosti, koja se vrši u okviru procesa notifikacije pre prvog puštanja proizvoda u promet, za dalju kontrolu dijetetskih suplemenata nadležna je sanitarna inspekcija Ministarstva zdravlja. Inspekcija kontroliše kvalitet i bezbednost ovih namirnica prilikom uvoza i u okviru procesa monitoringa za proizvode iz prometa metodom slučajnog uzorkovanja. Na žalost, broj uzoraka koji se tokom godine ispita u okviru monitoringa je godinama sve manji jer je ograničen finansijskim sredstvima koja se obezbeđuju iz budžeta. Zato je važno da potrošači i pokreti za zaštitu potrošača preuzmu

jedan deo odgovornosti i zapo nu pojedina ne, ali i organizovane akcije javne osude nesavesnih proizvo a a, prijavljivanja proizvoda koji ne odgovaraju propisima, kao i javne zahteve za dosledno sprovo enje zakonskih propisa.

3. Da li je bezbedno nabavljati suplemente preko interneta

Svi zahtevi zakonske regulative važe i za proizvode koji se nalaze u internet ponudi, a poreklom su od proizvo a a i distributera iz Srbije. To zna i da ti proizvodi moraju biti notifikovani kod Ministarstva zdravlja i pušteni u promet sa ispravnom deklaracijom. Me utim, pošto se preko interneta mogu naru iti i proizvodi direktno od proizvo a a i dostributera ije središte nije u Srbiji, u tom slu aju ti proizvodi bi trebalo da odgovaraju njihovim nacionalnim zakonskim propisima, koji se mogu razlikovati od onih u Srbiji. Tako se u ovim proizvodima esto mogu na i više koli ine vitamina i minerala nego što je to dozvoljeno u našoj zemlji, kao i neke supstance koje na našem tržištu nisu dozvoljene u suplementima (npr. srebro). Tako e je kod ovih proizvoda nemogu e proveriti da li su prošli neku proveru sastava i zdravstvene ispravnosti. Zbog toga se potroša ima savetuje da obrate posebnu pažnju kad naru uju proizvode preko inostranih sajtova i da, po potrebi, potraže savet stru njaka pre naru ivanja.

4. Da li korišćenje suplemenata može imati neželjene efekte

Najve i broj dijetetskih suplemenata za sastojke ima supstance koje su uobi ajene u hrani (vitamini, minerali, vlakna, masne kiseline i drugi nutrimenti), tako da se njihovo koriš enje generalno smatra bezbednim obzirom da se zasniva na dugoj istoriji koriš enja ovih supstanci u ishrani. Me utim, kao i kod lekova, i kod nutrmenata

bezbednost koriš enja zavisi od koli ine, odnosno od doze. U poslednjih 10 godina se dosta govori o tome da je potrebno biti oprezan sa megadozama vitamina, minerala, jer ima dokaza da u dužem vremnskom periodu njihovo koriš enje može poremetiti f nu ravnotežu fizioloških procesa u kojima u estvuju. Zbog toga su u našoj regulative uvedena ograni enja za koli ine vitamina i minerala u dijetetskim suplementima, a velike doze su ostavljene u domenu terapije i lekova. Na tržištu me utim, postoje i brojni drugi proizvodi koji za aktivne sastojke sadrže supstance koje se ne nalaze u redovnoj ishrani, kao što su npr. biljni ekstrakti poreklom od egzotnih biljaka, enzimi, jedinjenja udnih naziva (hondroitin-sulfat, kreatin, karnitin...), te je prose nom potroša u teško da se sna e i odabere proizvod koji mu najviše odgovara. Zbog toga je veoma važno da se potroša i posavetuju sa lekarom ili farmaceutom o izboru suplementa jer se na taj na in mogu izbe i brojne zabune i greške, kao i eventualni neželjeni efekti. Od najvažnijih potencijalnih neželjenih efekata dijetetskih suplemenata treba spomenuti mogu nost interakcija sa redovnom terapijom, jer istovremno koriš enje nekih suplemenata može poja ati ili oslabiti delovanje lekova. Zbog toga je zna ajno da osobe koje boluju od hroni nih ili akutnih bolesti za koje primaju terapiju obavezno obaveste svog lekara ili farmaceuta o koriš enju suplemenata i da sa njim prona u najbezbednije rešenje. Tako e je važno znati da pojedine osobe mogu biti poja ano osetljive na neke sastojke suplementa o emu se tako e mora voditi ra una. Zato je važno da deklaracija ovih proizvoda sadrži sve informacije o mogu im neželjenim efektima, o ograni enjima upotrebe (npr. da proizvod nije namenjen za decu, trudnice, dijabeti are i sl.) i o predvi enom na inu koriš enja koje ne treba prekora iti.



Kvalitet svežeg mesa u prodavnicama u Beogradu i Srbiji

Dr. vet. med. Milan Lončar

Sveže meso kao jedna od komponenti u sistemu hrane ima veoma važnu ulogu u ishrani ljudi, što zahteva maksimalno angažovanje nadležnih stručnih organa u procesu uzgoja životinja, klanja, uskladištenja, transporta, distribucije i prometa svežeg mesa. Postoje i sistemi praćenja sledljivosti po odredbama HACCP-a je dobro rešenje, ali samo u državama gde postoji jasna pravna regulativa, što u našoj zemlji nije slučaj pa imamo dosta improvizacija (pokrivanje papirima).

U Srbiji je sistem HACCP-a uvođen neorganizovano, stihijski, sa sertifikatom sumljivih, što je dovelo do toga da su sertifikate HACCP-a dobijali proizvođači koji nemaju osnovne uslove u pogledu izgradnje i opremljenosti proizvodnih pogona. Mnogi od njih i dalje nesmetano snabdevaju svežim mesom tržište Beograda i Srbije. U prilog tome otežavajući okolnost predstavlja poroznost naše granice, pa se u zemlju legalno i tajno uvozi svo meso koje strani prodavac ponudi, jer je za uvoznike bitna cena mesa bez obzira na kvalitet (starost mesa, da li je zamrzavano, odmrznuto pa iznova zamrzavano, rok upotrebe i slično).

esto nadležni organi države nemaju uvid u pravo stanje, a ponekad im se i osporava nadležnost.

Složenost sistema proizvodnje mesa, na ina kontrole, snabdevanja tržišta i opremljenost prodavnica za uslovno uvođenje istog, ugrožavaju



potrošača, kojima se nudi meso manje biološke vrednosti, loše obrađeno, i meso sa po etkom kvara, po kalkulacionim cenama zdravstveno ispravnog, sveže ohlađenog mesa, različitih vrsta i kategorija. Ukupnu problematiku još više usložava i podatak da se laboratorijske analize vrše neredovno, da se radi samo hemija i mikrobiologija a pretrage na rezidue antibiotika sulfonamida, pesticida i teških metala rade se samo izuzetno na zahtev nekog savesnog i odgovornog potrošača.

Stanje svežeg mesa u prodavnicama u Beogradu i Srbiji može se pratiti prema sledećem:

Veliki sistemi

Nabavka svežeg mesa vrši se organizovano, po jasno preciziranim normama koje proizvođači i treba da ispunjavaju, ali u praksi dolazi do odstupanja kada je reč o nabavci mesa iz uvoza. Takvo je meso namenjeno za preradu, ali ga pojedini veliki sistemi odmrzavaju i prodaju za konzum potrošača ima po nižoj ceni. Ovo meso mora biti posebno deklarirano, jer ima manju biološku vrednost.

Instalirana oprema u velikim sistemima uglavnom zadovoljava uslove za bezbedan promet mesa (dovoljan broj rashladnih komora, vitrina i frižidera) kao i donekle obučeno osoblje za pravilnu manipulaciju mesom.

Potrošači i u ovim sistemima mogu biti oštećeni dobijanjem mesa nižih kategorija.

Mesare i prodavnice STR

Potrošači u ovim prodavnicama su dosta ekonomski ugroženi jer su prisiljeni da kupuju meso za koje nemaju podatke o poreklu i zdravstvenoj ispravnosti. Osnovni problemi koji ugrožavaju higijensku i biološku ispravnost mesa u prodavnicama i mesarama su:

- nedovoljan broj i neispravnost rashladnih uređaja usled čega kvar mesa kreće brže, što ugrožava zdravlje potrošača
- neispravna i nepravilno održavana oprema za obradu mesa ugrožavaju higijensku ispravnost mesa

- nepravilno obrađeni veći komadi mesa, pri čemu se ne poštuje odnos kost - mišićno i masno tkivo, pa potrošači i plaćaju nešto što nisu tražili
- nestručno i nedovoljno obučeno osoblje koje radi na obradi mesa
- uvođenje različitih vrsta mesa u istim rashladnim komorama ugrožavaju higijensku ispravnost mesa (piletine i meso zajedno sa svinjskim i junjetinom) iako nadležni znaju da su pojedine vrste mesa podložnije kvaru, posebno živinsko meso.

Prodaja mesa po pijacama i na ulici

Javne gradske pijace imaju posebna odeljenja sa rashladnim vitrinama u kojima se za prodaju izlaže meso, prvenstveno živinsko. Često su one neispravne, a režim temperature u njima retko se kontroliše. Veterinarske potvrde o zdravstvenoj ispravnosti mesa ponekad se izdaju u kancelarijama inspektora blanko bez predhodnog pregleda mesa. Ugroženost potrošača u ovim sistemima je velika jer se često nudi meso o čijem se poreklu malo zna, a o zdravstvenoj ispravnosti gotovo da i nema potrebnih podataka.

Kod ove kategorije prodavaca ne vodi se dovoljno računa o normativima rashladnog sistema, ispravnosti opreme za obradu mesa i manipulaciji sa mesom.



Iz svega navedenog može se zaključiti da je kvalitet svežeg mesa u ponudi na teritoriji Beograda i Srbije zadovoljavajući, iako su u postojećim uslovima ugroženi naročito oni potrošači koji se snabdevaju u prodavnicama i pojedinačnim mesarama.

Stanje stočarstva u Srbiji, veliki broj klanica sa različitim higijenskim uslovima klanja stoke, nekontrolisan uvoz i nedoređeni važeći propisi usloznavaju problem snabdevanja mesom, što ugrožava zdravlje ljudi, a nerealna cena budžet potrošača.

Kao iskusan veterinarski inspektor, savetujem potrošače, da prilikom kupovine svežeg mesa vode računa o sledećem:

- meso kupovati isključivo od poznatih proizvođača koji se snabdevaju iz vlastitih klanica i koji imaju neophodne higijensko-tehnološke uslove za klanje stoke i promet mesa,
- voditi računa da prilikom kupovine svežeg mesa ne bude primarna cena mesa, već opšti izgled, svežina, uslovi uvođenja i obrada,
- eliminisati potpuno kupovinu od nepoznatih lica na ulici, na otvorenim pijacama i iz gepeka automobila, zbog toga što je cena povoljna ili uz obrazloženje prodavca *da se radi o domaćem proizvodu*,
- izbegavati prvenstveno kupovinu živinskog mesa koje nije veterinarski pregledano i koje se neuslovno uvođa na neodgovarajućoj temperaturi.

Potrošači bi trebalo da nadležnoj inspekciji prijavi kupovinu neispravnog proizvoda koji može da ugrozi njegovo zdravlje, pa i život.

Tako će zaštititi svoje, ali i zdravlje drugih potrošača.

Kvalitet hleba i peciva u prodavnicama u Beogradu i u Srbiji

*Muhamed Hašimbegović,
dipl. tehnolog*

Od poslednjeg ispitivanja kvaliteta hleba i peciva sa tržišta Beograda i Srbije (trgovinske mreže i direktno od proizvođača) prošlo je više od tri godine.

Tada je stanje kvaliteta hleba i peciva bilo na zadovoljavajućem nivou, uz opšte primedbe da je kvalitet sirovina za proizvodnju hleba i peciva relativno nizak i da se rešenje na podizanju kvaliteta tražilo u korišćenju aditiva – poboljšivača kvaliteta.

Sadašnje stanje po pitanju kvaliteta hleba i peciva na tržištu u Beogradu i Srbiji (po opštoj oceni) je sledeće:

- cene proizvoda se nisu značajno menjale u odnosu na period od poslednjeg ispitivanja;
- masa proizvoda po jedinicama mere je smanjena
- kvalitet proizvoda posebno hleba tipa *Sava* je snižen i znatno je skraćeno vreme održavanja *svežine*

- uopšte se snižen volumen običnih vrsta hleba i opšti je utisak da je pao kvalitet
- masovna je pojava novih, po cenama viših vrsta hleba, pod oznakama *specijalne vrste*, obogaćenih sa semenkama biljaka uljarica, koje objektivno poboljšavaju opšti kvalitet, ali znatno povećavaju cene proizvoda
- kod peciva je uopšte znatno povećanje asortimana proizvoda, kako slanog tako i slatkog (zaslaćenih).

Karakteristika ovih proizvoda je u tome da se za njihovu proizvodnju koriste masnoće sa višim sadržajem transmasnih kiselina (margarini). O opravdanosti korišćenja ovih masnoća, stručno mišljenje treba da daju specijalisti medicinske struke (dijetetičari, internisti, bromanolozi i dr.)



Potroša ka pitanja



Student je kupio skup elektronski muzički instrument. U garantnom roku nastao je kvar na elektronicama. Rok za otklanjanje nesaobraznosti, po starom Zakonu o zaštiti potrošača, bio je četrdeset pet dana. Potrošač je prodavcu uredno podneo reklamaciju u pisanom obliku. Posle isteka roka za rešenje reklamacije pozvao je prodavca i pitao da li je otklonjena nesaobraznost. Prodavac je rekao da je narukovao elektronski deo i da svakodnevno očekuje da će ga dobiti. Potrošač je čekao još dve nedelje, ali prodavac nije dobio elektronski deo od proizvođača instrumenta. Obratio nam se s pitanjem koja su njegova prava.

ODGOVOR:

Potrošaču je rečeno da ima pravo na zamenu muzičkog instrumenta, jer trgovac nije otklonio nesaobraznost u roku od 45 dana. Savetovan je da podnese zahtev prodavcu za zamenu muzičkog instrumenta, zbog neotklonjene nesaobraznosti u Zakonom propisanom najdužem roku. Prodavac je odmah po podnošenju zahteva zamenu muzički instrument. Potrošač prijatno iznenađen poslovnošću prodavca, javio se da je izvršena zamena muzičkog instrumenta.

Potrošač je kupio lek 1. septembra 2015. godine. Lek je proizveden 1. marta 2013. godine. Rok upotrebe leka je 18 meseci, odnosno do 30. novembra 2015. godine. Količina leka je za desetodnevnu upotrebu. Potrošač pita da li je lek mogao da se proda, s obzirom na skoriji istek roka upotrebe i da li pacijent sme da ga koristi i kako se određuje i šta znači rok upotrebe leka i hrane.

ODGOVOR:

Lek je mogao da se prodaje, jer je u roku upotrebe, nije proteklo 18 meseci od datuma proizvodnje. Pacijent sme da ga koristi, utoliko pre što je kupljena količina za desetodnevnu upotrebu. Biće iskorišćen pre isteka roka upotrebe.

Rokovi upotrebe lekova i hrane određuju se tako da se garantuje zadržavanje svih deklariranih svojstava u deklarisanom roku upotrebe, uključujući i vreme u kome se lek bezbedno upotrebiti. Lek sa rokom upotrebe od 18 meseci može se bezbedno iskoristiti i posle isteka ovog roka, ali najduže koliko traje terapija minimalnom dozom originalnog pakovanja leka u lečenju pacijenta. Ilustracije radi, ako je originalno pakovanje leka 30 tableta, a prepisano je lečenje jednom tabletom dnevno, lek može bezbedno da se koristi do 30. decembra 2015. godine.



Potroša je kupio mašinu za pranje sudova. Kao nagradu je dobio pakovanje praška za pranje rublja. Prodavac mu je rekao da trenutno nema na zalihama prašak za pranje rublja i da će ga doneti na kućnu adresu kada ga dobije. Prošlo je više od mesec dana, a prašak nije donet. Zvao je prodavca i dobijao odgovor: *Još nismo dobili prašak, čim ga budemo dobili dostavićemo vam ga.* Potroša pita šta da radi?

ODGOVOR:

Reklamna poruka prodavca o pravu potrošača da besplatno dobije pakovanje praška za pranje rublja koji kupi mašinu za pranje sudova je obavezujuća i dužan je da je izvrši u momentu kupovine, odnosno isporuke mašine za pranje posuđa. Ukoliko prodavac nije u mogućnosti da izvrši reklamnu poruku, dužan je da potrošaču odmah isplati novac u visini maloprodajne cene pakovanja praška za pranje rublja, koje je obećano kao nagrada. Ako prodavac oglašava nagradu koju ne može da izvrši, obmanjuje potrošača i nefer konkuriše drugim trgovcima. Potrošaču je predloženo da prodavcu podnese pismeni zahtev da mu na kućnu adresu, u skladu sa reklamnom porukom, dostavi pakovanje praška za pranje rublja u roku ne dužem od 15 dana i da ga pismeno, u zakonskom roku od 8 dana obavesti o rešenju njegove reklamacije, uz napomenu da će po isteku ovih rokova podneti prijave nadležnim državnim organima i etičkim telima za pomoć u ostvarivanju svojih prava. U zahtevu za dostavljanje praška za pranje rublja, treba da navede podatke o vremenu kupovine mašine za pranje posuđa, prodajnom objektu, uslovima prodaje, načinu oglašavanja reklamne poruke i datim obećanjima o isporuci i telefonskim razgovorima.

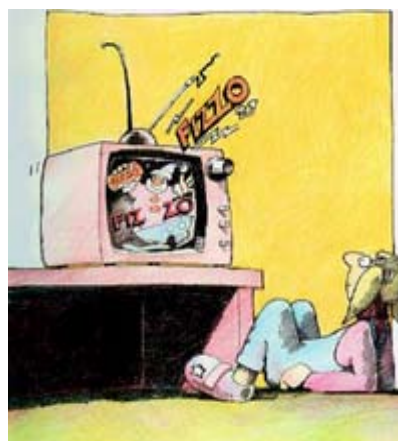
Potroša je kupio televizor u maju 2015. godine. Iako se gasi na trenutak. Nošen je u servis, koji tvrdi da je televizor ispravan. Po donošenju iz servisa pojavljuje se ista greška - televizor se ponovo gasi na trenutak. Servis tvrdi da je televizor ispravan i da do prekida dolazi usled prekida u napajanju električnom energijom.

ODGOVOR:

Preporučeno je potrošaču da reklamaciju podnese prodavcu, a ne servisu, u pisanoj formi, da opiše način pojavljivanja kvara i da zahteva da se nedostatak otkloni u što kraćem roku, ili da se izvrši zamena televizora za drugi televizor.

Zakonom je definisano da se reklamacija podnosi i rešava na mestu kupovine, znači u prodajnom objektu, a ne servisu. Prodavcu treba predati neispravan proizvod, sainiti zapisnik i u njemu tačno opisati problem i definisati zahteve. Njegova je obaveza da kontaktira servis, da prati tok popravke i posle dobijanja popravljenog televizora da obavesti potrošača da je popravka završena i da može da ga preuzme.

Potrošaču ovom slučaju nije imao sve informacije o svojim pravima. Pošto se nesaobraznost, odnosno kvar pojavila u prvih šest meseci, porazumeva se da je u pitanju skrivena



Source: Australian Consumers' Association, "KNOW WHAT ADS ARE", 1986.

fabrička greška. Otklanjanje nesaobraznosti, odnosno kvara, bilo je moguće samo uz saglasnost potrošača. Potrošač je mogao da se opredeli između popravke, zamene za drugi televizor, ili povraćanja novca. Pošto je potrošač prihvatio da se televizor popravi, ne može da uključuje druge opcije - zamenu za drugi televizor, ili povraćanje novca. Te opcije će, možda, moći da koristi kasnije, ako se na televizoru ponovo pojavi bilo kakav kvar. Preporučeno je potrošaču da izvrši proveru kvaliteta napajanja električnom energijom. Ako se utvrdi da je napajanje električnom energijom ispravno, treba da traži zamenu televizora i pravi novobezbedjenje, u visini dodatnih troškova i izgubljenog vremena.

Potroša i javljaju

Mr Jovan Jovanovi , predsednik Udruženja potroša a *Forum*- Niš, poslao nam je fotograf sano zapažanje akcijske prodaje energetskog napitka ULTRA ENERTGY 0,25L, COCA COLA HBC SRBIJA DOO 47000004 u Beogradu, 22. 06. 2015. godine.

Sa stanovišta potroša a, ovakvo oglašavanje cene se tretira kao obmanjuju e poslovanje, ima elemente nefer konkurencije i nije u skladu sa eti kim normama.





Potroša ki vremeplov

Nastanak potroša kih prava i Me unarodnog potroša kog pokreta

Borba za zaštitu prava potroša a vodi se preko 135 godina. Doživljava ubrzaniji razvoj od 1960 godine, od formiranja Me unarodne organizacije potroša a (IOCU). Njeni osniva i bile su organizacije potroša a Sjedinjenih Ameri kih Država, Velike Britanije, Francuske, Belgije, Holandije i Luksemburga.

Dve godine kasnije, 15.marta 1962.godine Džon F. Kenedi, tadašnji predsednik Sjedinjenih Ameri kih Država, u Deklaraciji ameri kom Kongresu predložio je etiri Osnovna prava potroša a: Pravo na bezbednost, Pravo da bude informisan, Pravo na izbor i Pravo da bude saslušan. U obrazloženju predloga Džon F. Kenedi je dao neprevazi eno objašnjenje suštine pojma potroša a rekavši: *Potrošači po definiciji uključuju sve nas. Oni su najveća ekonomska grupa, koja utiče i na koju utiče gotovo svaka javna i privatna ekonomska odluka. A ipak, oni su jedina značajna grupa... čiji se pogledi često ne čuju.*

U znak se anja i zahvalnosti na vizionara zaštite potroša a Džona F. Kenedija, Svetski dan prava potroša a je prvi put obeležen 15.marta 1983 godine. Od tada je postao zna ajna prilika za mobilizaciju građanskih akcija. Potroša ka Internacionala, da bi podstakla solidarnost, lokalne inicijative i medijsku promociju zaštite potroša a, pokre e i vodi kampanje, koje prerastaju u trajne aktivnosti organizacija potroša a, širom sveta. Naveš emo samo neke inicijative, kojim se potpunije prikazuje misija pokreta: *Bezbedna hrana za sve, Potrošači kažu ne genetski modifikovanoj hrani, Naš novac - Naše pravo, Voda kao roba i potrošačko pravo, Solidarnošću do energije za sve, Neetičko reklamiranje lekova, Standardi i potrošači-partneri za bolju budućnost, Kampanja protiv reklamiranja nezdrave hrane deci i brojne druge.* Cilj kampanja je da skrene pažnju javnosti, državnim organima

i nosiocima zaštite potroša a na ozbiljne probleme s kojim se susre u potroša i, primera radi neeti ku marketinšku praksu, izloženost opasnim tehnologijama i proizvodnim procesima, da ukaže na potrebu potroša ke regulative i njene primene.

Dve godine kasnije, 9 aprila 1985. godine, Generalna skupština UN je usvojila Direktivu br.39/ 288 o zaštiti potroša a. U njoj se pored etiri Kenedijeva, nalaze i etiri definisana prava potroša a Me unarodne organizacije potroša a, uz podršku potroša kih grupa širom sveta. Ona su: Pravo na zadovoljavanje osnovnih potreba, Pravo na obešte enje, Pravo na obrazovanje i Pravo na zdravu životnu sredinu. Usvajanjem Rezolucije UN, potroša ka prava su podignuta na poziciju me unarodnog priznanja i legitimnosti, priznata od svih članica UN. Ali i pored toga neretko su ignorisana i trivijalizovana od vlada, proizvo a a, trgovaca..

U Direktivi UN potroša ka prava su definisana kao:

Pravo na zadovoljavanje osnovnih potreba - imati pristup osnovnoj neophodnoj robi i uslugama: adekvatna hrana, ode a, obuća, smeštaj, zdravstvena nega, obrazovanje, komunalne usluge, voda i sanitarni ure aji.

Pravo na bezbednost - biti zašti en od proizvoda, proizvodnih procesa i usluga koji su opasni po zdravlje i život.

Pravo na informisanost - imati na raspolaganju informacije neophodne da se napravi izbor na bazi informacija i da se bude zašti en od nepoštenog ili obmanjuju ega oglašavanja ili oznaavanja.

Pravo na izbor - biti u mogućnosti da se izabere iz asortimana proizvoda i usluga, ponuđenih po konkurentnim cenama s pouzdanjem u zadovoljavaju i kvalitet.

Pravo da se uje glas potrošača - da potrošači koji su zainteresirani budu zastupljeni u pripremi i izvršavanju vladine politike, kao i u razvoju proizvoda i usluga.

Pravo na obeštećenje - da se dobije fer poravnaje za opravdane zahteve, uključujući i naknadu za lažno predstavljanje, robu lošeg kvaliteta ili nezadovoljavajuće usluge.

Pravo na potrošača ko obrazovanje - sticanje znanja i veština neophodnih da se napravi pravi-

lan, siguran izbor na bazi informisanosti o roblu i uslugama, istovremeno bivaju i svestan osnovnih potrošačkih prava i odgovornosti i kako delovati po njima.

Pravo na zdravu sredinu - da se živi i radi u okruženju koje nije pretnja dobrobiti sadašnjih i buduće generacije.

Sredinom šezdesetih godina prošlog veka su u Beogradu (na Savskom vencu i u Zemunu) i Leskovcu formirani prvi saveti potrošača. U to doba Ustav SFRJ i zakoni su uređivali zaštitu potrošača, u skladu sa njenim razvojem i dostignu ima u svetu.

Evropska regulativa o zaštiti potrošača i primena

- Direktiva 199/94/EZ – Direktiva o dostupnosti potrošačkih informacija;
- Direktiva 2001/95/EZ- Direktiva o ekonomskim kategorijama i ucesnicima na tržištu;
- Direktiva 1999/94/EZ i 98/27/EZ- Direktive kojom se uređuje zaštita interesa potrošača;
- Direktiva 93/13/EEZ, 11(2)- Direktiva kojom se definiše pojam potrošača;
- Direktive 85/577/EEZ, 97/7/EZ, 2002/65/EZ, C-240-244/1998 ocean, GRUPO EDITORAIL (2000) eci-4941- Direktive o bezbednosti proizvoda i ambalaže, samo delimično transponovane;
- Direktiva 2001/95/EZ- Direktivu o opštoj bezbednosti proizvoda i Direktiva EZ o opštoj bezbednosti proizvoda - potrebno je veće približavanje sa Direktivom 2001/95/EZ
- Ne postoji usaglašenost sa Direktivom EU o ambalaži, osim dve-tri deklarativne rešenice;
- Direktiva 90/219/EEZ- Direktiva o GMO, odredbe o GMO nisu usaglašene sa ovom direktivom;
- Direktiva 98/6/EZ - Direktiva o cenama;
- Direktiva 98/1/1999/44/EZ – Direktiva o garancijama;
- Direktiva Evropskog parlamenta Saveta 2002/65/EZ- uopšte nije obrađena;
- Direktive 85/577/EEZ I 97/7/EZ, 87/EZ I 87/102/EEZ – o potrošačkom kreditu, tek po ele da se primenjuju;
- Direktiva 85/374/EEZ- Direktiva o odgovornosti za proizvode i teret dokazivanja;
- Zahtev za odštetu - nije uređeno treba ga urediti u posebnom poglavlju;
- Direktiva 98/27/EZ- Direktiva relevantna za vansudsko rešavanje potrošačkih sporova, treba rešiti pitanje finansiranja ovih aktivnosti;
- Nevladine organizacije i organizacije potrošača treba da učestvuju u formulisanju i pripremnim mehanizmima Nacionalnog programa za zaštitu potrošača, Zakona o zaštiti potrošača i drugih propisa značajnih za zaštitu potrošača;
- Zakon o zaštiti potrošača predviđa nadležnosti organizacija potrošača, ali ne i izvore sredstava iz kojih se finansiraju aktivnosti. Treba ih finansirati iz Budžeta!
- Država - vlada treba da finansira podržava izvršavanje propisanih obaveza organizacija potrošača;
- Pojam organizacije potrošača nije definisan. Kriterijumi za upis u Registar nisu usklađeni sa Zakonom o udruženjima i Ustavom Srbije;
- Zakonom nije definisano da organizacije potrošača obrazuju Nacionalnu federaciju i/ili asocijaciju i ukoliko mogu, pod kojim uslovima.
- Finansijski status nije rešen. Ne dozvoljava izvore finansiranja koji su utvrđeni u Zakonu o udruženjima;
- Zakonodavne funkcije nisu odvojene od funkcija sprovođenja zakona (Tržišni nadzor).

Izdava

Pokret za zaštitu potrošača – Srbije je formiran 1991.g. kao nezavisna, neprofitna, nevladina, vanstrana i društvena organizacija za ostvarivanje i zaštitu prava i interesa potrošača i korisnika usluga.

2003.g. Pokret je registrovan za delovanje na teritoriji SRJ.

Od 2008.g. postaje pridruženi član Potrošačke Internacionalne i mreže FAO/NVO/CSO za borbu protiv siromaštva u Evropi.

2011. godine, Pokret je upisan u Registar udruženja pod nazivom Pokret za zaštitu potrošača – Srbije.

Programske ciljeve ostvaruje zalaganjem za: optimalan društveno-ekonomski razvoj, socijalnu pravdu, demokratiju, mir, solidarnost, iskorenjivanje siromaštva, humanost, slobodno delovanje tržišno-ekonomskih zakonitosti, ravnopravne partnerske odnose, saradnju sa organizacijama potrošača u svetu i dr.

Oblasti delovanja:

- Razvoj Pokreta potrošača;
- Stvaranje uslova i ostvarivanje pravne zaštite potrošača;
- Praćenje i unapređenje ekonomskog položaja potrošača;
- Uporedno ispitivanje i ocenjivanje kvaliteta životnih namirnica, predmeta opšte upotrebe i usluga;
- Potrošačko obrazovanje;
- Potrošačko informisanje;
- Uspostavljanje i razvoj institucionalne saradnje i učestvovanje u donošenju odluka od značaja za ostvarivanje i zaštitu prava i interesa potrošača;
- Razvoj informacionog sistema potrošača;
- Razvoj specijalizovanih i specifičnih potrošačkih organizacija.

Pravne osnove za delovanje Pokreta potrošača nalaze se, pored Zakona o zaštiti potrošača i u:

- Zakonu o obligacionim odnosima;
- Zakonu o udruženjima,
- Zakonu o informisanju i
- Zakonu o trgovini;
- Pravilnicima, standardima i drugim propisima, kao i u
- Smernicama OUN o osnovnim pravima potrošača iz 1985. i 1999.g.

