

УНИВЕРЗИТЕТ У ПРИШТИНИ
ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ

 РЕПУБЛИКА СРБИЈА АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА КОСОВО И МЕТОХИЈА УНИВЕРЗИТЕТ У ПРИШТИНИ - ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ ПРИШТИНА - КОСОВСКА МИТРОВИЦА			
ПРИМЉЕНО 14. 10. 2025 ГОДИНЕ			
ОЈ	БРОЈ	ПРИЛОГ	ВРЕДНОСТ
0815	207	1	1

ИЗВЕШТАЈ МЕНТОРА О ЗАВРШНОМ МАСТЕР РАДУ

I ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ
1. Име, име једног родитеља, презиме Арсо (Радомир) Лабан
2. Датум рођења, општина, Република: 09.01.2001. године Краљево, Србија
3. Година уписа на мастер академске студије права 2023/2024 школска година
II НАСЛОВ МАСТЕР РАДА
“Заштита индивидуалних и колективних права потрошача са посебним освртом на непоштену пословну праксу”
III ПРЕГЛЕД МАСТЕР РАДА
Мастер рад кандидата, Арса Лабана под насловом “Заштита индивидуалних и колективних права потрошача са посебним освртом на непоштену пословну праксу” обима је 50 страна компјутерски обрађеног текста. Текст је писан ћириличним писмом, фонт Times New Roman, величина слова 12, проред 1,5. Структуру рада чини седам тематских целина, не рачунајући Садржај, Увод, Закључак, Списак коришћене литературе, Правне изворе. У наведеним деловима кандидат излаже резултате предметног истраживања.
У уводним разматрањима кандидат нас ближе упознаје са предметом рада, указујући на значај теме истраживања. Заштита права потрошача представља једно од кључних питања савременог правног поретка, посебно у периоду глобализације и тржишне конкуренције. Успешна и ефикасна политика у овој области кључан је елемент тржишта које правилно функционише, али и доприноси квалитетнијим решењима за све потрошаче, посебно оне у осетљивим групама потрошача, а у смислу права које остварују у односу на трговце. Заштита потрошача се, стога, не односи само на добијање најбољих понуда за нови рачунар, већ и наше право на приступ основним стварима потребним за живот, укључујући храну, дом или безбедну воду за пиће. Осим тога, заштита потрошача нам гарантује да аутомобил који купимо заиста има карактеристике и технологију да нас заштити, да подаци које компаније прикупљају о нама на друштвеним мрежама нису изгубљени или украдени, или да знамо да ћемо бити заштићени ако нам се нови телевизор поквари након неколико месеци. Заштита потрошача има за циљ успостављање фер односа између надмоћног трговца и просечног потрошача, који често није довољно упућен у своја права. Кандидат у свом раду истиче да у односу између потрошача и трговца, често можемо наићи на

неправичну пословну праксу јер трговци уносе неправичне уговорне одредбе у потрошачким уговорима. Велики број законских и других механизма за заштиту потрошача се развија како на националном тако и на међународном нивоу, а све са циљем да се обезбеди транспарентност, поштење и равнотежа у правним односима који настају приликом куповине производа или коришћења услуга. У сузбијању непоштене пословне праксе, ефикасан правни оквир и институционална заштита значајно доприносе остваривању индивидуалних и колективних права потрошача. Спровођење непоштене пословне праксе олакшава недовољно информисање потрошача о својим правима и механизмима заштите. Потребно је не само да се постојећи закони боље спроводе, већ и да се сами потрошачи оснаже кроз знање и едукацију. У том процесу, како кандидат истиче, кључну улогу имају државне институције, невладине организације и образовне установе. Права потрошача у Србији уређена су Законом о заштити потрошача, а циљ је обезбедити равнотежу између трговаца и потрошача. У ери дигиталне трговине, онлајн куповина и електронских услуга, закон је додатно усклађен са европским стандардима како би се грађанима пружила већа сигурност. Још је битније јачати институционалне механизме заштите и у том м смислу кандидат помиње колективну тужбу, а ту су могућа решења и бољи модел финансирања потрошачких организација. Рад кандидата је подељен у две целине. У првој већој целини су обрађена теоријска питања, док се друга мања целина рада односи на анализу резултата анкетног истраживања, које је спроведено са циљем процене нивоа свести потрошача у Србији о њиховим правима и најчешћим проблемима са којима се сусрећу у пракси.

IV ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА РАДА

Први део рада се односи на појам потрошача. Кандидат истиче да су кључне карактеристике: потрошача, прво, да је физичко лице, и друго, да стиче добра или услуге у сврхе које су искључиво личне, односно немају везе са обављањем професионалне или привредне делатности. Кандидат у раду указује такође да у појединим државама чланицама Европске уније, преовладава приступ који се одликује ширим тумачењем појма потрошача, па се тако, поред физичких лица, под потрошачем сматрају и одређена правна лица. Критеријум који је у основи оваквих дефиниција јесте функција крајњег корисника добара или услуга, независно од правне форме субјекта. Тако, кандидат даље образлаже да, на пример, француско право признаје својство потрошача и правним лицима, уколико се уговор не односи на њихову пословну или професионалну делатност. Слична нормативна решења присутна су и у правним системима Мађарске, Грчке и Шведске. Даље, кандидат објашњава да су и оваква решења прихватљива јер одређена правна лица, као што су непрофитне организације, немају комерцијалну сврху, па таква правна лица не би требало издвајати из система заштите потрошача због саме чињенице да не спадају у физичка лица.

У Другом делу под насловом Правни оквир заштите потрошача у Републици Србији,

Кандидат наводи све законе којима је регулисана заштита потрошача. Тако даље наводи, да пре доношења Закона о заштити потрошача, потрошачи нису били без правне заштите, имајући у виду чињеницу да је Закон о облигационим односима од 1978. године регулисао заштиту купца. Иако ЗОО није познавао термин “потрошач”, тиме се не умањује чињеница да су права потрошача донекле била регулисана. Први закон који је директно уређивао права потрошача је Закон о заштити потрошача из 2002. године. Након спроведених уставних промена 2003. године, приступило се изради нацрта истоименог закона који је донет 2005. године. Сматра се да је овим законом знатно унапређен положај потрошача, међутим због Споразума о стабилизацији и придруживању Европских заједница и Републике Србије, приступило се изради новог закона који је донет 2010. године. а постоји жеља да се направи значајан искорак у правцу стандарда заштите потрошача који је већ присутан у земљама ЕУ. Актуелни закон је донет 2021. године, међутим, потреба за јачањем институционалних механизма заштите, као и могућа нова решења и бољи модел финансирања потрошачких организација, намеће потребу за доношењем нових правила у овој области.

Трећи део рада посвећен је посебним правима потрошача. Класификација посебних права потрошача, која је кандидат анализирао у трећем делу рада, заснива се пре свега на позитивноправним изворима и она је развијена кроз законе и подзаконске акте. Издвајањем ових права омогућава се систематично разматрање најважнијих сегмената правног положаја потрошача, с обзиром на то да су она призната као засебни правни институти, сваки са својим нормативним оквиром, механизмима заштите и релевантном судском праксом. Кандидат је детаљно анализирао право на заштиту здравља и сигурности, право на обавештење, право на једнострани раскид уговора, право на заштиту од неправичних уговорних одредаба, право на саобразност купљене робе са уговором и право на заштиту од непоштене пословне праксе.

У Четвртм делу који носи наслов Право на заштиту од непоштене пословне праксе савременом праву заштите потрошача, непоштена пословна пракса се препознаје као један од најозбиљнијих облика нарушавања равноправности између трговца и потрошача. Кандидат у овом делу рада наглашава да основна сврха уређивања ове појаве није само сузбијање неправилности у поступању трговаца, већ и у стварању стабилног и предвидивог тржишног амбијента у коме потрошачи могу доносити одлуке засноване на тачним, транспарентним и поузданим информацијама. Даље, кандидат наводи да је реч о поступању које је супротно захтевима професионалне пажње, и друго, да је такво поступање способно да битно наруши економско понашање потрошача, односно да утиче на његову способност да донесе информисану и рационалну одлуку. Управо ова комбинација субјективне и објективне компоненте у анализи понашања трговца јесте оно што дефиницију чини истовремено комплексном и прилагодљивом конкретним животним ситуацијама. Појам непоштене пословне праксе обухвата понашања трговаца која нису нужно незаконита у

класичном смислу, али нарушавају равнотежу у односу између трговца потрошача. У пракси се овај концепт, према наводима кандидата, врло често односи на три кључна облика: обмањујућу праксу, агресивну праксу и радње које спадају у тзв. „црну листу“. Овакве непоштене трговачке стратегије утичу на способност потрошача да одлуке доносе слободно и информисано. Реч је о строго дефинисаном списку трговачких радњи које се аутоматски сматрају непоштеним, без потребе да се у сваком појединачном случају посебно испитује да ли је потрошач претрпео штету или да ли је одлука тог потрошача била стварно угрожена. Довољно је утврдити да је трговац поступио на начин који се налази на тој листи, и његово понашање се правно квалификује као непоштено, без додатних услова и доказа. Врло „популарна“ непоштена пословна пракса, која се налази на црној листи, односи се, према речима кандидата на праксу трговаца где се одређени производ оглашава по веома ниској цени са намером да се привуку потрошачи. Та ниска цена служи како мамац, да потрошач дође у продавницу када добија информацију да тај производ више није доступан или се представља као неисправан, а купцу се затим нуди алтернатива. Ова врста пословне праксе је забрањена чланом 6 „Црне листе“ Директиве 2005/29/ЕЗ, са којом је и наш закон усклађен.

Пети део рада односи се на колективна права потрошача. То су права која не штите само једну особу, већ све потрошаче као групу. Она постоје чак и кад нико конкретно није поднео приговор или тужбу, већ је довољно да постоји угрожавање интереса шире јавности на пример, ако неки трговац систематски обмањује купце кроз рекламу или продаје производ који није безбедан. Њихова суштина је у превенцији, односно, у томе да се на време реагује када је угрожена тржишна равноправност или поверење потрошача у систем. То су, на пример, права која се тичу тога да оглас мора бити истинит за све, не само за једног читаоца, или да услови уговора морају бити фер без обзира ко их потписује. Кандидат објашњава у раду да колективна права потрошача имају двоструку улогу, са једне стране, она служе као превентивни механизам, да спрече трговце да се понашају непоштено, док са друге стране, она делују као инструмент обнове поверења у тржиште кад до повреде ипак дође.

У шестом делу који носи назив Институционални механизми заштите права потрошача кандидат је детаљно образложио све механизме заштите права потрошача. Судска заштита представља основни облик остваривања потрошачких права када добровољно извршење обавеза од стране трговца изостане. У зависности од конкретног случаја, тужени може бити трговац, произвођач или добављач услуге. Уколико постоји колективни интерес, тужбу могу покренути и удружења потрошача. У пракси је велики број тужби, како наводи кандидат, усмерен ка произвођачима због неисправности производа, посебно када је реч о храни, техничкој роби и медицинским производима. Пресуде у овим споровима често потврђују солидарну одговорност продавца и произвођача. Произвођач одговара чак и ако није знао за недостатак, у складу са чланом 179. Закона о облигационим односима. Међутим, према наводима кандидата, судови у Србији немају системски приступ у решавању потрошачких спорова, већ их третирају као уобичајене грађанске парнице, без уважавања специфичности положаја потрошача као слабије стране, што говори о слабости овог облика заштите. Судска заштита потрошачких права у Србији формално постоји, али у пракси пати од бројних ограничења, као што је недовољна развијеност процесних норми, преко

недовољне стручности. Како би овај механизам заиста добио своје место у систему заштите потрошача, неопходно је радити на неколико ствари у циљу унапређења: реформи законодавног оквира, едукацији судија, финансијској доступности поступка, увођењу специјализованих судских одељења, као и активној подршци од стране потрошачких удружења и државних органа, закључује кандидат. За разлику од судске заштите која се углавном односи на појединачне спорове, инспекцијска заштита има за циљ да се на време реагује и отклони штетну праксу која може угрозити широку групу потрошача. У домаћем законодавству овај облик заштите је јасније дефинисан од 2014. године, када је нови Закон о заштити потрошача укинуо могућност да судови одлучују о тзв. колективним тужбама и ту надлежност пренео на министарство. Од тог тренутка, поступак заштите колективних интереса води се као управни поступак, уз примену правила Закона о општем управном поступку, али и са одређеним специфичностима које су уређене самим Законом о заштити потрошача. Заштита потрошача од неправичне пословне праксе у Републици Србији спада у оквир колективне управноправне заштите и представља један од најефикаснијих механизма за интервенисање у случајевима када трговци користе своју економску надмоћ да би потрошачима наметнули неравноправне услове. Врло је значајно да надлежни органи препознају непоштenu пословну праксу, како би се благовремено реаговало. На тај начин држава има могућност да делује превентивно, али и да ефективно заштити тржиште у целини. Кандидат указује на важност заштите од непоштене пословне праксе која није препуштена само појединачним потрошачима, већ се механизми активирају системски, чак и када се конкретан потрошач не жали.

Будући да је један од метода истраживања, анкетно истраживање, кандидат је седми део рада посветио спровођењу анкете међу потрошачима у Републици Србији ради процене свести потрошача о њиховим правима и њиховим искуствима. Анкета је показала да је свест о потрошачким правима у Србији на релативно добром нивоу јер 84% испитаника препознају релевантност механизма заштите, као што су право на рекламацију, повраћај новца и право на информисање али је забрињавајуће је што само 8% њих идентификује право на рекламацију као главни механизам заштите. Ова диспропорција може указивати на површну информисаност потрошача о специфичним правима, што их може довести до пропуштања важних могућности за заштиту својих интереса. Резултати анкетног истраживања потврдили су и другу хипотезу кандидата, да грађани нису довољно информисани о својим правима, што директно утиче на то колико су заштићени. Управо тај недостатак знања отежава и појединачну и колективну заштиту, посебно када је реч о прикривеним или системским облицима непоштеног пословања.

У Закључку кандидат сумира резултате свог истраживања и закључује да је заштита потрошача у Србији добро уређена законски, али да постоји јасна разлика између права која су прописана и начина на који се она заиста примењују у пракси. Анализа важећих закона, прописа и судске праксе показује да је прва хипотеза оправдана, да правни оквир и институције које штите потрошаче јесу основа за остваривање њихових права, нарочито када је реч о спречавању и кажњавању непоштених пословних пракси. Међутим, у пракси овај систем има проблема, од тога што се закони не примењују увек једнако, преко недостатка довољне едукације потрошача, до слабе координације између институција. На крају, кандидат закључује да је потребно не само да се постојећи закони боље спровode, већ

и да се сами потрошачи оснаже кроз знање и едукацију. У том процесу кључну улогу имају државне институције, невладине организације и образовне установе, јер само заједничким напором може да се постигне боља равнотежа између права потрошача и обавеза трговаца. То је једини начин да тржиште постане праведније, транспарентније и безбедније за све учеснике.

V ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ РАДА И ИСТРАЖИВАЊА

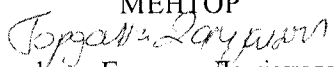
Тренутно, ниједан постојећи механизам заштите потрошача није ефикасан и поуздан. Донекле је то последица генерално лошег стања у правосуђу, па је тужба у потрошачком спору, као главни инструмент заштите, прилично обесмишљен. Уведен је и нови модел заштите, вансудско решавање потрошачких спорова, али и он пати од практичних, али и формалних недостатака, као што је неопходност да трговац добровољно прихвати препоруку медијатора, да би потрошач успео у свом захтеву. У крајњој линији, у пракси, ниво заштите потрошача и даље највише зависи од добре воље трговца, а не механизма принуде да се заштити право гарантовано законом. Ни један већи трговац се не осврће за појединачним потрошачким тужбама, али и те како зазире од колективних тужби, драстичне репутационе штете коју оне доносе. Закони који се баве овом темом, посебно Закон о заштити потрошача, јесу велики корак напред у правној заштити грађана, посебно у деловању против непоштеног пословања. Међутим, када се погледају институције које спроводе ову заштиту, као што су судови, инспекције и колективни механизми, види се да њихова ефикасност често остаје само на папиру, због недовољног броја кадрова, техничких ресурса и организационих проблема, ал и због тога што сами потрошачи нису довољно активни у заштити својих права.

VI КОНАЧНА ОЦЕНА МАСТЕР РАДА

Мастер рад под насловом: **“Заштита индивидуалних и колективних права потрошача са посебним освртом на непоштену пословну праксу”** испуњава захтеване критеријуме и услове. Обим, језик, садржина и квалитет примерени су овој врсти рада. За истраживање је коришћена релевантна и завидна литература, као и адекватни правни извори.

VII ПРЕДЛОГ

На основу вредносне анализе садржаја и укупне оцене мастер рада, ментор предлаже да се извештај о завршеном мастер раду под насловом: **“Заштита индивидуалних и колективних права потрошача са посебним освртом на непоштену пословну праксу”** одобри јавна одбрана мастер рада.

МЕНТОР

Проф. др Гордана Дамјановић