

Predsjedniku, Ranku Krivokapiću

PODGORICA

SKUPŠTINA CRNE GORE



CRNA GORA

SKUPŠTINA CRNE GORE

PRIMLJENO:	3. XII	20 13	GOD.
KLASIFIKACIONI BROJ:	28-1/13-1/4		
VEZA:			
EPA:	232 XXV		
SKRAĆENICA:			PRILOG:

Dostavljam Vam, u prilogu akta, shodno članu 148 Poslovnika Skupštine Crne Gore, amandmane na **Prijedlog zakona o zaštiti potrošača**, sa obrazloženjem.

POSLANIK,

Andrija Popović

Na osnovu člana 148 Poslovnika Skupštine Crne Gore, na **PRIJEDLOG ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA**, podnosim sljedeće amandmane:

AMANDMAN 1

U članu 7 stav 1 PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, poslije riječi zakonom, dodaju se riječi » takođe, trgovac je obavezan da vidno istakne obavještanje o sadržaju GMO (genetski modifikovanih organizama), u proizvodima koji služe za ljudsku ishranu. Isto obavještanje je dužan da istakne i kod proizvoda namijenjenih za prehranu domaćih životinja ili njihov uzgoj. «

Obrazloženje

Građani moraju biti obaviješteni o sadržaju proizvoda koje kupuju i koriste za svoju ishranu, ili kojima se služe prilikom uzgoja domaćih životinja, ili, im služe za prihranjivanje biljnog ili životnjskog svijeta čijim se uzgojem bave. Posebno, moraju biti obaviješteni o mogućem sadržajem genetski modifikovanih organizama u proizvodima koji se plasiraju na tržište Crne Gore. Genetski modifikovani organizami predstavljaju jedan od akutnih problema u ishrani modernog čovjeka, jer svojim sadržajem ne odgovaraju kvalitetu koji je podesan za ljudsko zdravlje, već naprotiv, na osnovu čitavog niza naučnih dokaza potvrđuje se njihov negativan uticaj na čovjeka. To je primarni razlog zbog kojeg na svakom proizvodu mora biti jasno istaknuto obavještanje o sadržaju GMO.

AMANDMAN 2

U članu 7 stav 3 PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, poslije riječi Podaci u obavještenju o robi moraju biti, umeće se riječ „odštampani „, a poslije riječi, uočljivo, dopisuje se „štampanim slovima na crnogorskom jeziku, kao i na odgovarajućem znakovnom jeziku koji koriste slabovide osobe.“

Obrazloženje

Evidentan je primjer da se umjesto štampanih često koriste obavještenja ispisana rukom, pri čemu rukopis nikada ne može imati čitljivost i razumljivost kako to ima teks koji je štampan i ima bolju prezentaciju i prikaz, posebno kada se radi o robama koje su iz grupe specifičnih i namjenskih pa se potrošač često dovede u zabludu u pogledu osnovnih informacija o proizvodu. Takođe, je praksa da se obavještenja, posebno ona o proizvodima za ishranu, ispisuju na jezicima nama bliskih naroda hrvatskom, srpskom, bosanskom, koji u sebi imaju specifične izraze i mogu da dovedu potrošača u zabludu dajući mu nerazumljivu ili pogrešnu informaciju, zato je sasvim logično i očekivano da jezik na kojem se pišu obavještenja, a isva ostala dokumentacija koja prati proizvode i usluga bude isključivo na crnogorskom jeziku koji je ujedno i, podsjetiću vas, službeni jezik u Crnoj Gori. Kada se radi o znakovnom jeziku za slabovide osobe, suviše je da elaboriramo kolike i kakve probleme imaju ove osobe kada žele da saznaju nešto o proizvodu ili usluzi koju žele da kupe. To je skoro nemoguća misija, jer ni na jednom proizvodu u Crnoj Gori nema ni jedne riječi koja je prilagođena slabovidim osobama i ta praksa se mora promijeniti i ove osobe dovesti u ravnopravan tretman sa ostalim potrošačima. Mi smo društvo koje se barem deklarativno zalaže za jednakost i ista prava za sve, pa na ovom primjeru to trebamo i potvrditi i prekinuti sa ovakvim primjerom diskriminacije.

AMANDMAN 3

U članu 8 stav 3 PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, poslije završnih riječi iz ovoga stava: drugih jezika, dodaje se “kao i na odgovarajućem znakovnom jeziku koji koriste slabovide osobe.”

Obrazloženje

Osobe koje su slabovide imaju ograničavajuću mogućnost da se informišu iz obavještenja koja prate proizvode i usluge na našem tržištu, jer ni jedno nije prilagođeno njihovim potrebama i mogućnostima, zato i predlažemo da se uz

uobičajeni format obavještenja istakne i ono koje je tehnički i suštinski napravljeno prema potrebama slabovidih osoba.

AMANDMAN 4

U članu 12 stav 1 PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, riječ dužan se zamjenjuje riječju "obavezan", a poslije riječi ambalaži dodaje se "svakog pojedinačnog proizvoda". Zatim se nastavlja „Dodatno, cijena se može istaći i na mjestu gdje se roba prodaje, ili nudi. Trgovac je obavezan da utvrđenu cijenu robe istakne na robu, odnosno ambalaži svakog pojedinačnog proizvoda u izlogu.“

U istom članu 12 stav 2 se mijenja i glasi : "Cijene se ističu odštampane u jasno vidljivoj veličini, koja ne može dovesti potrošača do zablude na koju se robu odnosi, kao i na odgovarajućem znakovnom jeziku koji koriste slabovide osobe. Pri tome istaknuta cijena ne smije da oštećuje robu.“

Obrazloženje

Praksa sa dosadašnjim načinom isticanja cijena, se pokazala kao loša i često obmanjujuća po potrošača, kako zbog slabo istaknute cijene ispod ili iznad proizvoda, tako i zbog čestog premještanja proizvoda sa jedne police na drugu pri čemu se ne mijenja i cijena koja se nalazi ispod ili iznad proizvoda, kao i tokom izmjene postojećih cijena. Kod proizvoda koji su izloženi na policama, a sličnih su imena i performansi potrebno je specijalističko znanje da bi se utvrdile cijene jer su permutacije skoro neminovne. Problem eskalira kada se tek na kasi utvrdi da cijena koja je bila postavljena oko proizvoda nije njegova cijena već da se radi o većoj cijeni. Ovo prouzrokuje pogrešnu informisanost potrošača posebno kada su u pitanju starije osobe, деца ili osobe sa slabaim vidom. Prihvatanjem ovoga amandmana taj problem bi bio riješen, jer bi odštampana cijena bila istaknuta na svakom pojedinačnom proizvodu i ne bi se potrošači mogli dovesti u zabludu u pogledu visine istaknute cijene odnosno koštanja pojedinih roba i usluga.

AMANDMAN 5

U članu 21 PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, dodaje se stav 3 koji glasi: „Trgovac se obavezuje da će po isteku garantnog roka proizvoda biti obezbijeđen njegov servis i rezervni djelovi u periodu od najmanje sedam godina za kućanske aparate, tehničke proizvode itd. i u periodu od najmanje petnaest godina za prevozna sredstva, radne mašine itd.“

Obrazloženje

Na tržištu Crne Gore se mora obezbijediti sigurnost nabavke rezervnih djelova po isteku garantnog perioda, jer smo svjedoci da usljed penetracije nepoznatih proizvoda nepoznatog kvaliteta, kojim je naše tržište preplavljaeno potrošači nemaju sigurnost da će kupljenu roba biti moguće servisirati po isteku garancije. Na način što će se precizno definisati period u kojem su trgovci obavezni da obezbijede servis i rezervne djelove ovaj problem se eliminiše i ostavlja potrošačima dovoljno prostora da u skladu sa svojim preferencijama mogu kupovati proizvode, posebno one čija je vrijednost veća i čiji su mogući kvarovi izraženiji. Ujedno se prihvatanjem ovog amandmana uvodi red u obavljanju poslova trgovine, jer se nepouzdana trgovci eliminišu.

AMANDMAN 6

U članu 22 stav 1 PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, na njegovom kraju poslije riječi svojstvima robe, dodaje se „pri tome posebno vodeći računa da ambalaža ne dovodi potrošača u zabludu kada se radi o masi i veličini proizvoda.“

U istom članu dodaje se novi član 4 koji glasi „Trgovačke kese, torbe koje služe za nošenje kupljenih proizvoda, a dobijaju se u trgovinama i imaju u cjelosti ili djelimično logotip, znak, slogan, i/ili naziv trgovca smatraju se reklamnim promocijnim materijalom i kao takve se ne smiju naplaćivati potrošaču.“

Obrazloženje

Obmanjujuća ili zavaravajuća ambalaža, ili pakovanja su česta pojava u trgovinama đe se u velikim pakovanjima pakuju mali proizvodi, stvarajući na taj način iluziju njihove lažne veličine i privlačeći potrošače da kupe takav proizvod nesvjeno prihvatajući obmanu. Ovo je problem koji je bio prisutan i u razvijenim tržišnim sistemima SAD i EU koji je međutim zakonskim propisima skoro u potpunosti eliminisan i obezbijeđen ambijent za realnu trgovinu.

Takođe, evidentan je problem da se u trgovinama kese sa oznakama i logotipom trgovine naplaćuju potrošačima, na taj način potrošač plaća da nosi propagandni medij odnosno reklamu trgovca. To je suprotno etičkoj praksi i remeti pravo potrošača te mora biti zabranjeno Zakonom o zaštiti potrošača.

AMANDMAN 7

U PRIJEDLOGU ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA dodaje se član 28 kojim se reguliše distribucija reklamnog materijala.

- (1) Zabranjeno je ostavljanje reklamnog i oglasnog materijala u, ili, na poštanskim sandučićima, te na, ili, ispred kućnih vrata ukoliko to na njima nije jasno natpisom dozvoljeno.
- (2) Za ostavljanje ovakvih poruka odgovoran je trgovac čija se roba i usluge oglašavaju na reklamnim i oglasnim materijalima.

Obrazloženje

Ostavljanjem odnosno distribucijom reklamnog i oglasnog materijala na kućne adrese remeti se i narušava pravo potrošača na slobodan izbor i nameće mu se da prima različite oblike propagandnog materijala kojima se promovišu proizvodi i usluge trgovaca ili drugih subjekata. Potrošač mora biti pitan odnosno, mora odobriti da se pred njegovim vratima u sandučićima ostavlja ovaj materijal i tako nedvosmisleno dati distributeru dozvolu da izvrši svoju namjeru.

AMANDMAN 8

U PRIJEDLOGU ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA dodaje se član 29 kojim se reguliše propaganda i oglašavanje.

- (1) Zabranjeno je oglašavanje proizvoda i usluga koje dovodi ili može da dovede potrošača u zabludu, zabranjeno je oglašavanje kojim se vrši diskriminacija potrošača na osnovu rase, pola ili nacionalnosti, vrijeđa dostojanstvo, religijska ili politička ubeđenja potrošača, podstiče nasilje ili ponašanje koje je štetno za sigurnost i zdravlje potrošača ili životnu sredinu.
- (2) Zabranjeno je oglašavanje kojim se ugrožavaju zdravlje, psihički i moralni razvoj maloletnih lica.
- (3) Zabranjeno je korišćenje upoređujućih, prevarnih i neistinitih propagandnih i oglasnih poruka, koje na obmanjujući način vrše promociju proizvoda ili usluge, prenaglašavajući efekte koje imaju ili rezultate do kojih dovodi njihovo korišćenje. Zabranjuje se upotreba sumnjivih tvrdnji u pogledu ishrane i uticaja koji proizvodi, posebno prehrambeni, mogu imati na čovjeka i njegovo zdravlje stvarajući obmanu da pozitivno djeluju, što naučno nije potvrđeno.

Obrazloženje

Prijedlogom zakona potrebno je obuhvatiti i zaštitu potrošača u sektoru propagande i oglašavanja iz razloga, što posredstvom elektronskih ili štampanih medija, potrošači su svakondeavno izloženi uticaju različitih poruka koje dovode do njihove zablude u pogledu efikasnosti reklamiranih proizvoda i usluga, dovodeći potrošače u situaciju da kupuju nešto za čime nemaju potrebe ili želje. Ujedno ovim amandmanom se reguliše postojanja eventualno reklamnih poruka koje su uperene u pravcu isticanja nečije različitosti stvarajući osjećaj manje vrijednosti i diskriminišući potrošače. Takođe se spriječava emitovanje reklamnih ili oglasnih poruka, koje na obmanjujući način vrše promociju proizvoda ili usluge, prenaplašavajući efekte koje imaju ili rezultate do kojih dovodi njihovo korišćenje. Primjera ima dovoljno od sredstava za higijenu, preko deterdženata, pa do upotrebe sumnjivih tvrdnji u pogledu podsticanja kupovine i potrošnje određenih predmeta za ishranu.

AMANDMAN 9

U postojećem članu 41 stav 3 PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, poslije riječi obavijesti potrošača, dodaje se "s tim da radno vrijeme potrošačkog servisa mora biti organizovano radnim danima, uključujući i subotu, u prijedpodnevnim i poslijepodvnim intervalima."

Obrazloženje

Potrošači koji žele da koriste Potrošački servis moraju imati na rasplaganju ovu mogućnost svim radnim danima uključujući i subotu i to prije i poslije podne, kako bi zavisno od svojih radnih obaveza tu mogućnost mogli adekvatno iskoristiti. Ukoliko rad Potrošačkog servisa ne bi bio prilagođen potrebama potrošača stvorio bi se gep koji bi uzrokovao nemogućnost pravovremenog korišćenja uluga koje Potrošački servis pruža, a ujedno bi potrošač bio doveden u situaciju da ne može iskoristiti svoje pravo.