

ZAŠTITA POTROŠAČKIH PRAVA NA TRŽIŠTU POŠTANSKIH USLUGA

Lidija Gligorić, Slavko Đumić
Regulatorna agencija za elektronske komunikacije i poštanske usluge¹

Sadržaj: *U radu se razmatraju promene koje novi Zakon o zaštiti potrošača unosi na tržište poštanskih usluga. Rađen u skladu sa svim referentnim evropskim propisima, Zakon o zaštiti potrošača tretira poštanske usluge kao usluge od opšteg ekonomskog interesa, predviđajući čitav niz pravnih instituta koje ne poznaju važeći propisi koji regulišu poštansko tržište. S druge strane, dodatno se preciziraju i odnosi trgovca i poštanskog operatora prilikom daljinske prodaje. Cilj rada je, osim prezentovanja novih rešenja i nedoumica koje donosi Zakon o zaštiti potrošača i razmatranje mogućih efekata njegove primene na tržište poštanskih usluga.*

Ključne reči: *poštanske usluge, zaštita potrošača, usluge od opšteg ekonomskog interesa, daljinska prodaja*

1. Uvod

Zaštitu potrošačkih prava možemo posmatrati na najmanje nekoliko različitih načina. Uobičajeno, pod potrošačkim pravima podrazumeva se mogućnost efikasne pravne zaštite individualnog potrošača u najšire shvaćenim slučajevima nesaobraznosti kupljene robe, odnosno pružanja neodgovarajuće usluge. Moderna zakonodavstva sve više poznaju i kolektivnu zaštitu potrošačkih prava, odnosno mogućnost istovremene pravne zaštite više pojedinaca pogođenih istovrsnim kršenjem njihovih prava, kroz samo jedan, zajednički pravni postupak.

S druge strane, zaštitu potrošačkih prava možemo posmatrati i u širem, ekonomskom kontekstu. Naime, gledano na ovaj način, nepoštovanje potrošačkih prava, odnosno svaki vid nepošteno poslovne prakse predstavlja svojevrsnu negativnu eksternaliju na datom tržištu. Na primer, ukoliko u skladu sa našom osnovnom temom, posmatramo tržište daljinske prodaje, stvari izgledaju ovako – svaki poštanski operator koji se služi nepoštenom poslovnom praksom zarad kratkoročne dobiti, dugoročno šteti i svim onim poštanskim operatorima koji posluju u svemu u skladu sa načelom savesnosti i poštenja, jednako kao i trgovcima koji plasiraju svoju robu na ovaj način. Važi i obrnuto – trgovci koji kroz ovaj kanal prodaje plasiraju robu neodgovarajućeg kvaliteta ili vrše druge prevarne radnje, diskredituju i aktivnosti svih drugih trgovaca koji koriste daljinsku

¹ Stavovi izneti u ovom radu predstavljaju lične stavove autora i ne predstavljaju nužno i stavove Regulatorne agencije za elektronske komunikacije i poštanske usluge

prodaju za plasman svoje robe, jednako kao i poštanskih operatera, kojima se na ovaj način smanjuje obim poslovanja. Preciznije, negativna eksternalija koja nastaje kršenjem potrošačkih prava, bilo da su ona nastala od strane poštanskog operatera ili trgovca na daljinu, bila bi povećanje nepoverenja u ovaj vid trgovine, a posledica - prelazak potrošača na alternativne kanale prodaje, odnosno komunikacije na daljinu.

U literaturi i praksi se kao najdelotvorniji način za rešavanje problema negativnih eksternalija ističe adekvatna regulativa – u našem slučaju efikasno sprečavanje i kažnjavanje nepoštene poslovne prakse kroz sveobuhvatnu zaštitu potrošačkih prava.

I dok jačanje individualnih i kolektivnih potrošačkih prava očigledno predstavljaju poželjan cilj, kako na opšte-društvenom, tako i ekonomskom planu, preterana regulacija tržišnih odnosa, oličena u birokratizaciji postupaka i opterećivanju privrednih aktivnosti nepotrebnim uplitanjem državnih organa, mogu devalvirati pomenute ciljeve, a u ekstremnim slučajevima i povećati opštu dozu nepoverenja, a čije je umanjenje predstavljalo osnov za regulaciju.

U kontekstu svega navedenog u nastavku rada ćemo pokušati da ukažemo na najznačajnije novine i moguće posledice koje novi Zakon o zaštiti potrošača unosi na tržište poštanskih usluga.

2. Najznačajnije novine od uticaja na tržište poštanskih usluga koje donosi Zakon o zaštiti potrošača na opštem planu

Počevši od 21. septembra 2014. godine počela je primena novog Zakona o zaštiti potrošača u Republici Srbiji[1]. Zakon je urađen u skladu sa najvišim evropskim standardima zaštite potrošačkih prava, pri čemu je poseban akcenat stavljen na operacionalizaciju i efikasnost ostvarivanja predviđenih prava.

Sa stanovišta tržišta poštanskih usluga ovaj Zakon uvodi značajne novine u dva segmenta i to:

- tretirajući poštanske usluge kao usluge od opšteg ekonomskog interesa sa pravnim konsekvencama koje iz toga proizilaze po ovom Zakonu;
- regulišući u određenoj meri i fazu dostave u okviru ugovora o prodaji zaključenog na daljinu.

Na generalnom planu, neophodno je objasniti opšti pravni značaj i važnost novog Zakona o zaštiti potrošača, odnosno suštinske razlike u pravnim rešenjima u odnosu na stari Zakon o zaštiti potrošača[2]. Naime, novi Zakon o zaštiti potrošača jeste *lex specialis* u odnosu na Zakon o poštanskim uslugama[3], a ne obrnuto, kako je bilo u vreme važenja starog Zakona o zaštiti potrošača. Sve odredbe Zakona o zaštiti potrošača koje se tiču poštanskih usluga, moramo posmatrati imajući u vidu član 4. ovog Zakona koji glasi:

„Odredbe ovog zakona se primenjuju na odnose potrošača i trgovaca, koji su predmet ovog zakona, osim u slučaju postojanja posebnih odredbi sa istim ciljem kojima se uređuju predmetni odnosi koji obezbeđuju viši nivo zaštite u skladu sa posebnim propisima ili zakonima.”

Dakle, da bi Zakon o poštanskim uslugama bio *lex specialis* u odnosu na novi Zakon o zaštiti potrošača neophodno je da njegove odredbe obezbeđuju „viši nivo zaštite” u odnosu na Zakon o zaštiti potrošača - u svim drugim slučajevima primarno će se primenjivati Zakon o zaštiti potrošača (naravno, i ukoliko Zakon o poštanskim uslugama ne tretira određena pitanja iz domena potrošačkih prava).

S druge strane, članom 5. stav 1. tačka 24. novog Zakona o zaštiti potrošača poštanske usluge su proglašene za usluge od opšteg ekonomskog interesa, što nije bio slučaj sa starim Zakonom. Naime, član 5. stav 1. tačka 28. kojim su u starom Zakonu o zaštiti potrošača utvrđene usluge od opšteg ekonomskog interesa nigde eksplicitno ne pominje poštanske usluge.

Možda je od najvećeg suštinskog značaja odredba novog Zakona o zaštiti potrošača koja obavezuje trgovca na daljinu da zaključi ugovor sa poštanskim operatorom, kojim bi bilo regulisano pravo potrošača da, u slučaju reklamacije zbog nesaobraznosti vrati robu o trošku trgovca.

U zemljama evropskog područja već je duže vremena prisutan trend regulisanja određenih odnosa na tržištu poštanskih usluga potrošačkim pravom. Naime, prema podacima iz 2013. godine, 18 zemalja (od 31 posmatrane zemlje) na tržištu poštanskih usluga, osim poštanskih, primenjuju i propise iz oblasti potrošačkih prava (poređenja radi, 2010. godine to je bio slučaj u 16 zemalja) [4,5].

Nastavak razmatranja novih rešenja u Zakonu o zaštiti potrošača sistematizovaćemo u tri dela:

- odredbe Zakona o zaštiti potrošača od neposrednog uticaja na tržište poštanskih usluga (u pitanju su, u principu, odredbe za koje je predviđena prekršajna kazna);
- odredbe Zakona o zaštiti potrošača od indirektnog značaja za tržište poštanskih usluga (u pitanju su nedoumice i razmimoilaženja između Zakona o zaštiti potrošača i Zakona o poštanskim uslugama, a koje ne povlače posebne pravne sankcije) i
- odredbe Zakona o zaštiti potrošača od uticaja na daljinsku prodaju.

3. Odredbe Zakona o zaštiti potrošača od neposrednog uticaja na tržište poštanskih usluga

3.1. Poštanske usluge kao usluge od opšteg ekonomskog interesa

Kao što smo pomenuli, Zakon o zaštiti potrošača svrstava poštanske usluge (znači ne samo univerzalnu poštansku uslugu, već sve poštanske usluge, uključujući i ekspres i kurirske usluge) u usluge od opšteg ekonomskog interesa. Za ovu vrstu usluga se u daljem tekstu Zakona vezuju značajne pravne posledice, uključujući i sankcije za kršenje ovih odredbi (u nastavku teksta ćemo se bliže pozabaviti pojedinačnim slučajevima, poput neophodnosti osnivanja posebnih savetodavnih tela, komisija za rešavanje reklamacija itd.). S druge strane, Zakon o poštanskim uslugama je, i to kao uslugu od opšteg interesa, predvideo samo univerzalnu poštansku uslugu, koju trenutno pruža samo javni poštanski operator.

Kreatori Zakona o zaštiti potrošača u obrazloženju predloga Zakona su u prilog opredeljenju uvođenja termina „usluga od opšteg ekonomskog interesa” naveli da je ovaj termin preuzet iz evropskog prava (člana 16. i 86.(2) Osnivačkog ugovora). Kako konstatuju predlagači u pitanju su usluge koje se pružaju na regulisanom tržištu od strane velikih infrastrukturnih sistema, odnosno usluge koje imaju svoj tržišni ekvivalent (predlagači Zakona o zaštiti potrošača termin „usluge od opšteg interesa” vezuju za delatnosti poput obrazovanja, zdravstvene zaštite i sl.). Za nas je bitno i da tzv. Treća poštanska direktiva Evropskog parlamenta i Saveta (Direktiva 2008/6/EC od 20. februara

2008. godine) definiše poštanske usluge na istovetan način kao novi Zakon o zaštiti potrošača - kao usluge od opšteg ekonomskog interesa. Mišljenja smo da je, u skladu sa članom 4. Zakona o zaštiti potrošača, neophodno sve poštanske usluge tretirati kao usluge od opšteg ekonomskog interesa u skladu sa Zakonom o zaštiti potrošača (uključujući i univerzalnu poštansku uslugu), dok bi se univerzalna poštanska usluga paralelno tretirala i kao usluga od opšteg interesa u skladu sa Zakonom o poštanskim uslugama.

Određen problem predstavlja činjenica da, suprotno evropskoj praksi, naš Zakon o poštanskim uslugama, veoma široko definiše poštanske usluge, tako da one obuhvataju i kurirske na primer, a samim tim kao poštanske operatore vidi i preduzetnike koji svoju poslovnu aktivnost vrše u malom obimu i na ograničenoj teritoriji. Kako je ovo u suprotnosti sa formalno-pravnom i logičkom definicijom usluga od opšteg ekonomskog interesa, mišljenja smo da je potrebno ograničiti primenu pojedinih odredbi Zakona o zaštiti potrošača na isključivo poštanske operatore sa infrastrukturom na nacionalnom nivou (alternativno ili paralelno bi se kao kriterijum mogao uvesti i broj isporučenih pošiljaka). Ovde se prevashodno misli na odredbe Zakona o zaštiti potrošača koje se odnose na formiranje posebnih savetodavnih tela i komisija za rešavanje reklamacija.

3.2. Formiranje posebnih savetodavnih tela u domenu usluga od opšteg ekonomskog interesa

Kako Zakon o zaštiti potrošača definiše poštanske usluge kao usluge od opšteg ekonomskog interesa neophodno je formiranje odgovarajućeg savetodavnog tela (član 83. stav 4.). Ukoliko poštanske operatore sa infrastrukturom na nacionalnom nivou smatramo za „trgovce koji pružaju uslugu od opšteg ekonomskog interesa” oni bi svakako morali da izvrše ovu obavezu.

S druge strane, postavlja se pitanje da li je Regulatorna agencija za elektronske komunikacije i poštanske usluge „drugo telo koje odlučuje o pravima i obavezama potrošača” u domenu poštanskih usluga. Član 66. stav 1. tačka 14. Zakona o poštanskim uslugama, predviđa da Agencija „prati rad poštanskih operatora po primedbama, odnosno prigovorima korisnika”, pa bi ovoj obavezi Agencije, posebno zbog praktičnih aspekata njene realizacije, korespondiralo osnivanje, odnosno učešće u radu pomenutog savetodavnog tela u smislu Zakona o zaštiti potrošača.

Kada se ima u vidu kaznena odredba Zakona o zaštiti potrošača, može se zaključiti, ali ne sa potpunom izvesnošću, da se ona odnosi isključivo na trgovca-pravno lice, a ne i na „drugo telo koje odlučuje o pravima i obavezama potrošača” (u obrazloženju ovog člana pominje se samo trgovac). Međutim, koristi od osnivanja ovakvog tela, odnosno učešća u radu, mišljenja smo da prevazilaze pitanje eventualne nekažnjivosti za propuštanje primene ove odredbe Zakona o zaštiti potrošača.

3.3. Formiranje komisije za rešavanje reklamacija potrošača i obezbeđivanje besplatnih telefonskih linija u domenu usluga od opšteg ekonomskog interesa

Vezano za prvi stav člana 92. Zakona o zaštiti potrošača, odnosno obezbeđivanje besplatnih telefonskih linija, nema spora da je u pitanju direktivna odredba Zakona o zaštiti potrošača i da je svaki davalac usluge od opšteg ekonomskog interesa dužan da postupi po njoj, uz pretnju sankcija za njeno nesprovođenje. Kada su u pitanju poštanski operatori već

smo izneli naše mišljenje njihovog obuhvata ovom i drugim odredbama koje se tiču usluga od opšteg ekonomskog interesa.

Drugi stav istog člana, koji se tiče formiranja komisije za rešavanje reklamacija potrošača u čijem sastavu moraju da budu i predstavnici evidentiranih udruženja i saveza za zaštitu potrošača, takođe je direktivan i pod pretnjom sankcija nalaže poštovanje ove odredbe. Ono što želimo da primetimo, u svetlu prethodno razmatranog savetodavnog tela, da je u pitanju komisija koja bi se bavila rešavanjem svake konkretne reklamacije, za razliku od savetodavnog tela koje bi se pre bavilo više načelnim pitanjima zaštite potrošača (mada se ovakva distinkcija ne pominje eksplicitno u Zakonu o zaštiti potrošača).

3.4. Različiti rokovi za odgovor na reklamaciju po Zakonu o zaštiti potrošača

Zakonom o zaštiti potrošača predviđen je opšti rok za odgovor na reklamaciju od 8 dana. Pravilnikom o opštim uslovima za obavljanje poštanskih usluga opšti rok za odgovor na reklamaciju je 30 dana (za slučajeve neuručenja ili prekoračenja roka za uručenje poštanske pošiljke, oštećenja ili umanjenja sadržine poštanske pošiljke, odnosno neobavljene ili delimično obavljene poštanske usluge)[6]. Zakon o poštanskim uslugama, koji prepoznaje samo slučajeve neuručenja ili prekoračenja roka za uručenje poštanske pošiljke kao osnov za pokretanje reklamacionog postupka, u članu 52. utvrđuje rok od 30 dana za izjašnjavanje o osnovanosti reklamacije. Smatramo da su rešenjem iz Zakona o poštanskim uslugama i Pravilnika o opštim uslovima za obavljanje poštanskih usluga korisnici poštanskih usluga (fizička lica) neopravdano i bez ikakvog razloga stavljeni u lošiji položaj u odnosu na korisnike drugih usluga. S druge strane, ne postoji nijedan razlog koji bi zahtevao i opravdao period za izjašnjavanje o reklamaciji, odnosno završetak potražnog postupka u unutrašnjem poštanskom saobraćaju, duži od 8 dana. U tom smislu, mišljenja smo da je neophodno izmeniti Pravilnik o opštim uslovima za obavljanje poštanskih usluga u skladu sa odredbama o rokovima za rešavanje reklamacionih postupaka iz Zakona o zaštiti potrošača. Napominjemo da se navedeni rok ne bi primenjivao na rešavanje reklamacija u međunarodnom poštanskom saobraćaju. Takođe, kako Zakon o zaštiti potrošača, kao potrošače definiše isključivo fizička lica, rok iz Zakona o zaštiti potrošača ne mora nužno biti primenjen i na pravna lica, a rok za reklamaciju bi bilo moguće produžiti i ukoliko se sa tim izričito saglasi i fizičko lice-podnosilac reklamacije.

Skrećemo pažnju da je članom 160. stav 1. tačka 33. Zakona o zaštiti potrošača predviđena kazna u iznosu od 300.000 do 2.000.000 dinara za pravno lice koje „ne odgovori potrošaču na izjavljenu reklamaciju na način i u roku predviđenom članom 56. stav 7, odnosno članom 81. stav 3. ovog zakona”. Dakle, za razliku od prethodno razmatranih problema gde ne postoje odgovarajuća i uporediva rešenja u poštanskim propisima, u ovom slučaju imamo, po potrošače lošije rešenje i to kako u Zakonu o poštanskim uslugama, tako i u podzakonskom aktu regulatornog tela.

3.5. Zabrana neposrednog oglašavanja bez prethodnog pristanka potrošača po Zakonu o zaštiti potrošača i direktna adresovana pošta

Zakon o zaštiti potrošača članom 38. stav 1. i 2. utvrđuje zabranu neposrednog oglašavanja i to telefonom, faksom ili elektronskom poštom, bez prethodnog pristanka potrošača. Istovremeno, ovaj Zakon zabranjuje neposredno oglašavanje i drugim

sredstvima komunikacije na daljinu, ne precizirajući u tekstu, a ni u obrazloženju, šta podrazumeva pod pomenutim drugim sredstvima. Ovde se postavlja pitanje da li poštanske usluge predstavljaju druga sredstva komunikacije na daljinu – bez obzira na izbegavanje zakonodavca da se direktno odredi, odgovor mora biti potvrđan. Dodatni problem predstavlja činjenica da Zakon o poštanskim uslugama ne poznaje termin direktne adresovane pošte, odnosno otvorene pošiljke koja sadrži identične reklamne, propagandne, marketinške i oglasne poruke, kako je direktna pošta definisana u Pravilniku o opštim uslovima za obavljanje poštanskih usluga, a po uzoru na pomenutu Treću „poštansku” direktivu.

Skrećemo pažnju da je o ovom pitanju vođena žustra polemika i u okviru evropskih institucija prilikom donošenja direktiva iz domena zaštite potrošačkih prava, gde su nacionalni poštanski operatori nastojali da budu izuzeti od primene sličnih odredaba. O značaju ove usluge za nacionalne poštanske operatore, govori i činjenica da je na prošlogodišnjoj plenarnoj sednici CERP-a dogovoren koordinisan pritisak zemalja članica na Evropsku komisiju kako bi se direktna adresovana pošta izuzela od pomenute zabrane.

U Srbiji, uslugu direktne adresovane pošte, kako smo već rekli, Zakon o poštanskim uslugama ne prepoznaje, ali je ona odlukom Vlade Republike Srbije proglašena za rezervisanu poštansku uslugu. S druge strane, kaznena odredba Zakona o zaštiti potrošača određena u istovetnom iznosu kao i u napred pomenutim slučajevima, odnosi se na pravno lice koje se neposredno oglašava suprotno članu 38. Zakona o zaštiti potrošača, tako da u tom smislu ne bi bilo direktne odgovornosti javnog poštanskog operatora. S druge strane, teško da je i prihvatljiva situacija u kojoj javni poštanski operator, kome se ovakve pošiljke predaju kao otvorene, „žmuri” na kršenje zakona i ne prijavljuje činjenicu kršenja zakona nadležnim organima. Opet, kako se radi o masovnim pošiljkama, teško je naći mehanizam koji bi garantovao da za sve pošiljke postoji neophodna saglasnost primaoca.

Moguće rešenje bi bilo uzimanje posebne izjave kojom pošiljalac direktne adresovane pošte garantuje poštovanje odredbi člana 38. Zakona o zaštiti potrošača, odnosno da garantuje da poseduje prethodni pristanak primaoca za slanje ovakve vrste pošiljaka.

4. Odredbe Zakona o zaštiti potrošača od indirektnog značaja za tržište poštanskih usluga

Zakon o zaštiti potrošača nedvosmisleno definiše kategoriju lica koje štiti – u pitanju je „fizičko lice koje na tržištu pribavlja robu ili usluge u svrhe koje nisu namenjene njegovoj poslovnoj ili drugoj komercijalnoj delatnosti”. Odrediti „potrošača” u smislu Zakona o poštanskim uslugama je znatno teže. Naime ovaj Zakon poznaje koncept „korisnika usluga”, a pod ovim podrazumeva, kako pošiljaoca, tako i primaoca poštanske pošiljke (na istovetan način je definisan korisnik poštanskih usluga i u direktivama EU). Pošiljalac je po Zakonu o poštanskim uslugama lice koje zahteva izvršenje poštanske usluge, dok je primalac lica kome je upućena poštanska pošiljka, pri čemu Zakon ne pravi nikakvu razliku između fizičkih i pravnih lica u pogledu njihovih prava, bilo da su u ulozi pošiljaoca ili primaoca poštanske pošiljke.

Prvo što bi se moglo zaključiti je da najveći broj poštanskih pošiljaka i ne treba da bude tretiran u smislu Zakona o zaštiti potrošača, pošto su pošiljaoci u znatnoj većini pravna lica, odnosno pravno lice je ono „lice koje zahteva izvršenje poštanske usluge”. Međutim, stvari nisu tako jednostavne. Uzmimo za primer, recimo, internet prodaju kako se sada uobičajeno obavlja – fizičko lice bira na internet sajtu prodavca-pravnog lica poštanskog operatora preko koga želi da mu kupljena roba bude isporučena - dakle očigledno je da je u ovom slučaju fizičko lice ono „lice koje zahteva izvršenje poštanske usluge”, mada istovremeno nije i pošiljalac. Očigledno je i da će u ovom slučaju primalac - fizičko lice imati jasan interes za zaštitu svojih potrošačkih prava, odnosno pokretanje reklamacionog postupka, a često će upravo primalac

faktički biti jedini u mogućnosti da pokrene reklamacioni postupak, npr. kod oštećenja pošiljke (videćemo u nastavku da je za ovaj problem novi Zakon o zaštiti potrošača predvideo rešenje vredno svake pažnje). Generalno, u praksi su poznati različiti slučajevi stepena zainteresovanosti za uručenje poslate pošiljke na strani pošiljaoca i primaoca – od najčešće obostrane, pa do pošiljke za čije je uručenje zainteresovan prevashodno pošiljalac, kao i obrnuto, pošiljke čije uručenje je u posebnom interesu primaoca.

U svakom slučaju, odredba Zakona o poštanskim uslugama koja pod korisnikom podrazumeva kako pošiljaoca, tako i primaoca, ukoliko se najšire tumači, odnosno ukoliko između korisnika i potrošača stavimo znak jednakosti, dovoljno je široka da pokrije sve napred pomenute slučajeve različitog nivoa zainteresovanosti za ostvarivanje potrošačkih prava. S druge strane, definisanje pošiljaoca kao lica koje zahteva izvršenje poštanske usluge, kako smo videli, može dovesti do određenih nejasnoća. Budući Zakon o poštanskim uslugama svakako treba da jasnije definiše lica koja u konkretnim slučajevima imaju pravo na pokretanje reklamacionog postupka.

5. Odredbe Zakona o zaštiti potrošača od uticaja na daljinsku prodaju

Već smo napomenuli da Zakon o zaštiti potrošača, promene od najvećeg suštinskog značaja na tržište poštanskih usluga, donosi po pitanju regulisanja daljinske prodaje. Naime, članom 27. stav. 1. tačka 7. pomenutog Zakona, predviđena je obaveza trgovca da pre zaključenja ugovora na daljinu, odnosno izvan poslovnih prostorija (pored drugih podataka), na jasan i razumljiv način potrošača obavesti i o:

- postojanju njegovog ugovornog odnosa sa poštanskim operatorom preko koga potrošač može, u slučaju reklamacije zbog nesaobraznosti, da pošalje robu o trošku trgovca.

Prvi i očigledan benefit za kupca je činjenica da će bez posebnih troškova moći da vrati nesaobraznu robu trgovcu (što je pravo svakog kupca bez obzira na vid prodaje) i to preko jasno označenog poštanskog operatora, takođe jasno označenom e-trgovcu (ovo je do sada bilo praktično neizvodljivo, ili skopčano sa nesrazmerno velikim problemima). Pojednostavljeno, postojaće, s jedne strane registrovani trgovac ili proizvođač za elektronsku, odnosno daljinsku trgovinu (na tome insistira i Bela knjiga Saveta stranih investitora u Srbiji za 2013. godinu[7]), a sa druge, registrovani poštanski operator sa dovoljnim kapacitetima da odgovori zahtevima ovog vida trgovine. Podrazumeva se da će se na portalu nadležnog državnog organa nalaziti lista ovih subjekata, uz navođenje njihovih obaveza i prava potrošača prilikom ovakvih trgovinskih transakcija. I sama adresnica, koja prati paket, odnosno robu u njemu, trebala bi biti različita od uobičajene poštanske – i to najmanje za posebno uputstvo koja će sadržati u pogledu prava potrošača na besplatne povratne tokove u skladu sa zakonskim propisima.

Dakle, umesto sadašnje situacije gde kupac, npr. u slučaju nesaobraznosti ili neodgovarajuće robe, pokušava ostvariti svoja prava kod trgovca koji distanciono može biti nepremostivo udaljen (ukoliko uopšte dođe do njega, imajući u vidu nepostojanje odgovarajućih evidencija), ili u slučaju oštećene robe, pokušati svoja prava ostvariti kod poštanskog operatora, koji će se zakonomerno pozivati na probleme na strani e-trgovca, odnosno rešavati ova pitanja u skladu sa poštanskim propisima, koji ne poznaju prodaju robe kao deo poštanske usluge, dolazimo do situacije gde je „kupac uvek u pravu”[8].

6. Zaključak

U uvodu smo rekli da svako jačanje potrošačkih prava predstavlja kako civilizacijski, tako i ekonomski poželjan cilj, pod uslovom da se pod formom zaštite potrošača ne uvode birokratski postupci koji su sami sebi svrha.

U tom smislu, novi Zakon o zaštiti potrošača donosi mogućnost za rast tržišta poštanskih usluga, ali i propisuje, čini se nepotrebne procedure i institucije.

Odredba kojom se trgovci na daljinu obavezuju da zaključe ugovor sa poštanskim operatorom kojim će se garantovati besplatni povratni robni tokovi je primer stvaranja regulatornog okvira koji će samo pospešiti aktivnosti svih aktera vezanih za daljinsku prodaju, što je, kako najbrže rastući vid maloprodajnih aktivnosti, tako i najdinamičniji segment tržišta poštanskih usluga.

Međutim, odredbe poput onih vezanih za savetodavna tela i posebne komisije za rešavanje reklamacionih postupaka, ukoliko ne budu na adekvatan način razrađene i precizirane, kako sada stoji, mogu samo opteretiti poštanske operatore nepotrebним birokratisanjem, a bez nekih izgleda da će sve to pojačati potrošačka prava.

Konačno, zbunjujući odnos koji je nastao kada je u pitanju zaštita potrošačkih prava na tržištu poštanskih usluga nakon donošenja novog Zakona o zaštiti potrošača svakako nalaže izmene u Zakonu o poštanskim uslugama, uz jasno razgraničenje polja primene pomenuta dva zakona.

Literatura

- [1] Zakon o zaštiti potrošača („Službeni glasnik RS“, broj 62/14)
- [2] Zakon o zaštiti potrošača („Službeni glasnik RS“, broj 73/10)
- [3] Zakon o poštanskim uslugama („Službeni glasnik RS“, br. 18/05, 30/10 i 62/14)
- [4] Main developments in the postal sector (2008–2010) (Copenhagen Economics: November 2010)
- [5] Main developments in the postal sector (2010–2013) – WIK Consult/Jim Campbell (August 2013)
- [6] Pravilnik o opštim uslovima za obavljanje poštanskih usluga („Službeni glasnik RS“, broj 24/10, 58/10, 2/11, 13/11, 65/11 i 93/13)
- [7] <http://www.fic.org.rs/admin/download/files/cms/attach?id=396>
- [8] Međuzavisnost elektronskih komunikacija i poštanskih usluga - primer elektronske trgovine, Lidija Gligorić, Slavko Đumić, Infofest 2014, Budva

Abstracts: *This paper discusses the changes that the new Consumer Protection Act entered into the market of postal services. Done in accordance with all relevant European legislation, the Consumer Protection Act treats postal services as services of general economic interest, predicting a range of legal institutions that do not know the current rules governing the postal market. On the other hand, the applicable dealer and postal operators relations in distance sales are further specified. The aim of this paper is, besides presenting new solutions and concerns that the Law on Consumer Protection brings, is also consideration of the possible effects of its use in the postal service.*

Keywords: *postal services, consumer protection, services of general economic interest, distance selling*

CONSUMER RIGHTS PROTECTION ON THE POSTAL SERVICES MARKET

Slavko Đumić, Lidija Gligorić