

**PRIJEDLOZI HUZP-A IZMJENA I NADOPUNA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA.
PRIHVAĆENI NA SASTANKU POVJERENSTVA ZA IZRADU TEKSTA NACRTA PRIJEDLOGA ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA
30.10.2006.G.**

OD 80-TAK PRIJEDLOGA PRIHVAĆENO 8 (OSAM)

ČLANAK	ODREDBA	TEKST PROMJENE	OBRAZLOŽENJE
22.st.2.	(2) Prodaja potrošačima javnih usluga, kada to priroda javne usluge dopušta, mora biti obračunata prema potrošnji u obračunskom razdoblju, primjenom tarifnog sustava, na osnovi posebnih propisa.	(2) Prodaja potrošačima javnih usluga, kada to priroda javne usluge dopušta, mora biti obračunata <u>prema stvarnoj potrošnji, odnosno potrošnji očitanoj na mjerilu potrošača, a očitavanje mjerila ne smije se dodatno naplaćivati.</u>	
22.st.5.	Trgovac koji pruža javnu uslugu dužan je osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača u kojem trebaju biti zastupljeni predstavnici udruga za zaštitu potrošača. Povjerenstvo mora pisano odgovoriti potrošačima na primljene reklamacije.	Trgovac koji pruža javnu uslugu dužan je osnovati povjerenstvo za reklamacije potrošača <u>KAO DRUGOSTUPANJSKO TIJELO U SVOME SJEDIŠTU</u> , u kojem trebaju biti zastupljeni predstavnici udruga za zaštitu potrošača. Povjerenstvo mora pisano odgovoriti potrošačima na primljene reklamacije u maksimalnom roku 60 dana za koje vrijeme miruju sve obveze potrošača na koje se žalio. Članovi iz udruga potrošača ne smiju biti djelatnici trgovačkog društva koje pruža javnu uslugu.	<p>Dok je potrošač u žalbenom postupku njegove obveze posebno financijske miruju. Primjer kod HT-a koji nakon prvog stupnja žalbe traži od potrošača da plati na što se žalio i upućuje ga na Povjerenstvo. Unaprijed ga proglašava krivim.</p> <p>Dosada nije bila definiranana funkcija Povjerenstva kao drugostupanjskog. Dosta problema se može riješiti u prvom stupnju (krivo očitano brojilo, pogrešan račun ifr.)</p> <p>Povjerenstvo treba biti u sjedištu davatelja usluge. Npr. HEP svako distribucijsko područje ima svoje povjerenstvo, kao i Hrvatska pošta i odluke mogu biti različite za iste slučajeve.</p>
23.st.2.		(2)Trgovac koji pruža javnu uslugu takvu uslugu ne može obustaviti bez sudske presude ako je potrošač osporio račun (prigovor , žalba) pisanim putem uz potvrdu o primitku , a slijedeće nesporne račune	<u>Na taj način bi se onemogućilo monopolistima da radi neplaćanja računa koje potrošači osporavaju mogu obustaviti javnu uslugu prije odluke suda kojom bi sud utvrdio je li prigovor</u>

		uredno plaća.	<u>potrošača opravdan.</u> Pošto ipak imamo pravnu državu <u>prvenstveno treba iskoristiti sva pravna sredstva u naplati duga, a ne poslati dvoje s alatom i zaštitare što se svodi na utjerivanje dugova fizičkom prisilom.</u>	
23.st.3.		Ništavna je svaka odredba u podzakonskim aktima davatelja javnih usluga kojim se potrošačima može obustaviti isporuka javne usluge ako nisu spornu uslugu platili , a na istu su se žalili.	Sada se dešava da npr. davatelj javne telekomunikacijske usluge obustavlja uslugu dok je korisnik usluge potrošač u žalbenom postupku.	
25.a		Knjiga žalbe Knjigu žalbe mora imati svaki trgovac i davatelj usluga potrošačima. Knjiga žalbe mora biti dostupna potrošačima	Do sada knjigu žalbe nisu trebali imati svi oni koji pružaju neke usluge ili se bave trgovinom. Tako nije bilo moguće odmah na licu mjesta reklamirati uslugu prema potrošaču (servisi, trgovine)	
107.st.4.		(4) Zabranjeno je ostavljanje oglasnih poruka i materijala na kućnim vratima i ulaznim vratima stana potrošača, kao i u poštanskim sandučićima ako je takva zabrana na njima jasno napisana.	Kada potrošač traži da mu se ne ostavljaju oglasni materijali onda to i treba poštivati. Većini potrošača to smeta, pa neke zgrade imaju napravljene police na kojima se oglasni materijal može ostaviti i ne zapunjavaju se poštanski sandučići u koja kasnije ne stanu poštanske pošiljke.	
107.st.5.		Zabranjuje se slanje oglasnih i promidžbenih poruka putem poštanskih pošiljaka, telefona (npr. SMS), Interneta ako to primatelj nije izričito odobrio kod organizacije koja se reklamira.		
107.st.6.		Oglasne poruke moraju odgovarati stvarnim karakteristikama proizvoda, a naručitelj oglasne poruke ne može se pravdati tiskarskim pogreškama. Cijena navedena u oglasnoj poruci mora biti i maloprodajna cijena	Oglasne poruke – letci koji dolaze na adrese građana koji puta sadržavaju slike koje ne odgovaraju stvarnosti, a i cijena je koji puta drugačija nego u dućanu kako bi se namamili kupci.	