



Republika e Kosovës
Republika Kosovo-Republic of Kosovo
Qeveria-Vlada-Government
Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
Ministarstvo trgovine i industrije-Ministry of Trade and Industry

PROGRAM
ZA ZAŠTITU POTROŠAČA

2016 – 2020

PRIŠTINA
2015

I. UVODNI PREGLEDI

1. Značaj politika za zaštitu potrošača
2. Opšta performansa sistema za zaštitu potrošača

II. OSNOVNA PRAVA POTROŠAČA

1. Pravo na bezbedne proizvode
2. Pravo potrošača na informisanje, obrazovanje / edukaciju i podizanje svesti
3. Pravo potrošača prema ekonomskim interesima
4. Pravo potrošača na naknadu i praktičan pristup
5. Pravo potrošača da bude saslušan i da se pridruži / da lobira
6. Ostala prava
7. Odgovornosti potrošača

III. BAZIČNE I ZAKONSKE OSNOVE POLITIKA O ZAŠTITI POTROŠAČA U REPUBLICI KOSOVA

1. Bazične osnove, okviri i smernice na kojima se zasniva program
2. Zakon o zaštiti potrošača
3. Druga zakonodavna infrastruktura prema zaštiti potrošača

IV. PROCENA SITUACIJE U POGLEDU ZAŠTITE POTROŠAČA U REPUBLICI KOSOVA

1. Politike o zaštiti potrošača
 - i. Razlozi iza nesprovođenja Programa Potrošača 2009 – 2014
2. Prihvatanje i savetovanje žalbi potrošača
3. Informisanje i edukacija
 - i. Kampanja za podizanje svesti
 - ii. Javna komunikacija
 - Potrošni materijal (leci, flajeri)
 - Post-elektronske publikacije i veb-sajt

V. INSTITUCIONALNI OKVIR POLITIKE O ZAŠTITI POTROŠAČA U REPUBLIKU KOSOVA

1. Parlament i Vlada Republike Kosova
2. Ministarstvo Trgovine i Industrije
3. Savet za zaštitu potrošača
4. Inspekcija i Regulatori
5. Udruženja za Zaštitu Potrošača
6. Drugi nadležni organi na lokalnom nivou

VI. CILJEVI

1. Dalji razvoj zaštite potrošača
 - i. Dalje usklađivanje zakonodavstva
 - ii. Jačanje i dalji razvoj administrativnih kapaciteta
 - iii. Informisanje i edukacija potrošača
 - Svest potrošača građana, kao zakonska pravna institucionalna i profesionalna obaveza - , u saradnji i zajedničke realizacije projekata
2. Prioritetni sektori
 - I. Tržište
 - II. Bezbednost i kvalitet proizvoda

- III. Hrana
- IV. Javne usluge
- V. Finansijske usluge

VII. CILJEVI I MERE ZA DALJU HARMONIZACIJU ZAKONODAVSTVA

1. Direktive za jačanje nadležnosti MTI
2. Direktive sektora (finansija, elektronske komunikacije, energije) za jačanje nadležnosti odgovarajućih institucija

VIII. CILJEVI I MERE ZA DALJE JAČANJE ADMINISTRATIVNIH KAPACITETA

1. Jačanje Department za zaštitu potrošača
 - i. Unutar dvogodišnjeg okvira, predviđa se rast broja i jačanje ovlašćenja zaposlenih
2. Proširenje Saveta za zaštitu potrošača
 - i. Uključivanje zainteresovanih strana iz sektorskih oblasti
3. Podrška Udruženja za zaštitu potrošača
 - i. Jačanje saradnje sa nevladinim organizacijama

IX. Ciljevi i mere o informisanju i edukaciji potrošača

1. Edukacija i informisanje potrošača
2. Planovi o edukaciji i informisanju potrošača iz odgovarajućih oblasti
 - i. Ministarstva
 - ii. Regulatori
 - iii. Udruženja

X. ALTERNATIVNO REŠAVANJE SPOROVA SA POTROŠAČIMA

1. Kako poboljšati alternativno rešavanje sporova potrošača

XI. ZAKLJUČAK

I. UVODNI PREGLEDI

1. Značaj politike za zaštitu potrošača

Poznato je da je Potrošač, u skladu sa odredbama Zakona o zaštiti potrošača, svako fizičko lice, koje kupuje ili koristi robu ili usluge za ispunjavanje svojih potreba i ne u svrhe koje nisu vezane za trgovačku aktivnost, ili za preprodaju te robe.

Zaštita potrošača, za svaku organizovanu državu ili društvo, ne samo da je domen i problematika od posebnog značaja, već je i relevantna komponenta sa trajnim uticajem na tok i pravac ekonomskog i društvenog razvoja. Angažovanje nadležnih faktora u unapređenju pozicije i prava potrošača znači ne samo poravnanje zakonske i institucionalne, već i civilizovane i humane odgovornosti.

Zaštita potrošača je, prema tome, vezana sa stvaranjem bezbednog okruženja, samim tim društvene garancije da su kvalitetni i sigurni svi proizvodi i artikli, koje oni žele da kupe za njihove ekskluzivne potrebe i potrebe njihovih porodica.

Zaštita potrošača takođe podrazumeva i pravu, potpunu, sveobuhvatnu i adekvatnu zaštitu prava potrošača, kao u sferi obrazovanja, edukacije, informacije, tako i u drugim oblastima i od uzorka, uticaja, prevarljivih akcija, supstanci i kompleksnih faktora, koji u svakodnevnicu potrošača imaju potencijal da naškode životu, zdravlju, sredini i njegovoj porodici.

Nivo razvoja prava potrošača je u principu posledica i rezultat određenog nivoa i okolnosti određene sredine opšteg ekonomskog i socijalnog razvoja jedne zemlje, što znači da je karakteristika razvijenih i demokratskih zemalja.

Zaštita potrošača predstavlja izuzetno dinamičnu oblast u Evropskoj Uniji, koja predisponira veoma često nove mere, i to predstavlja dovoljan razlog za zajedničko delovanje od strane svih nacionalnih organa (vladinih i nevladinih) iz oblasti Zaštite potrošača.

i. Kratki istorijat zaštite potrošača u Evropskoj Uniji

Celi istorijat o zaštiti potrošača počinje potpisivanjem Traktata od strane država predstavnica za osnivanje Evropske Unije, u Rimu 1957 godine, gde je kao rezultat, na kraju 1973 godine, usvojena Evropska Povelja za Informisanje i Zaštitu Potrošača, odnosno njihovih prava za: zaštitu od opasnosti po život; zaštitu zdravlja i imovine tokom prijema proizvoda / usluga na tržištu; pravnu zaštitu i državnu podršku; informisanje i obrazovanje; udruženje u asocijacijama u cilju zaštite njihovih interesa; zastupljenost u organima odlučivanja o pravima i interesima potrošača.

U okviru ovih principa, do danas, Evropska Zajednica je uspela da stvori bogato zakonodavstvo o zaštiti potrošača, i to uvek u skladu sa trendovima razvoja vremena, stvorenih okolnosti, potreba, zahteva i interesa potrošača, kao i spremnosti i sporazuma za progres od zemalja članica EU.

Upravo ovih godina, to jest sedamdesetih godina prošlog veka, zna se da je ostvaren opipljiv napredak, gde je između ostalog formalizovana politika za zaštitu potrošača kao politika Evropske Unije. Traktat iz Amsterdama (1979) kontinuirano postavlja temelje o osnovnim pravima Zaštite potrošača, kao sastavni deo politike zemalja članica EU.

U jednoj opštoj pozitivnoj i kreativnoj atmosferi, posebno u zemljama EU, zaštita potrošača je zatim napredovala i u međunarodnom planu. Upravo na osnovu ovog pozitivnog duha i Rezolucije br. 39/248,

datuma 9.04.1985, Generalna Skupština Organizacije Ujedinjenih Nacija zna se da je odobrila Uputstvo o zaštiti potrošača, koje pruža Vladama okvire i mogućnosti za projektovanje i sprovođenje politika i dotičnih zakona za zaštitu potrošača.

2. Jedna od prioriternih politika Republike Kosova

Program za zaštitu potrošača za period 2016-2010, je od posebnog značaja za Vladu Kosova, zato jer kroz njega, MTI, ima za cilj da poboljša zaštitu potrošača u odnosu na javno zdravlje, životnu sredinu i tržište.

Ovaj program sadrži strateške golove, ciljeve u oblasti zaštite potrošača. Ovaj program obuhvata i odgovarajuće prioritete, koji u određenim fazama njegove implementacije treba da preduzme kosovsko društvo, sa ciljem daljeg razvoja i unapređenja dostignuća, a samim tim i uspeha u planu obnove ustavnih i zakonskih obaveza.

Kako bi jedna zemlja, kao što je Kosova, postigla spremnost da bude deo zajedničkog tržišta Evropske Unije, treba da se stvori posebna struktura, kroz koju bi dokazala zaslugu poverenja od strane potrošača na unutrašnjem tržištu, kroz jasna pravila i primene zakona.

U okviru Dogovora o Stabilizacije i Pridruživanja između Kosova i Evropske Unije, jedna od glavnih odgovornosti koje treba da se ispuni tokom ovog procesa predstavlja adaptacija kosovskog zakonodavstva sa zakonodavstvom EU (*acquis communautaire*).

II. OSNOVNA PRAVA POTROŠAČA

Kada se radi o komercijalnim proizvodima proizvođača, to jest u odnosu na proizvode sa nedostacima / oštećenim proizvodima ili lažnim reklamacijama, sredinom dvadesetog veka, naime šezdesetih godina zna se da je obeležen početak konkretnih koraka u procesu zaštite potrošača.

Ceo proces je počeo 15 marta 1962. godine, kada se zna da je bivši predsednik SAD, Džon F. Kenedi, održao govor na jednom od Kongresa Sjedinjenih Američkih Država, gde se po prvi put (od strane političara na ovom nivou) uzdižu osnovna prava potrošača (osnova kasnijih zakona prema Pravima potrošača) u odnosu na četiri osnovna stuba: pravo na sigurnost; pravo na informisanje; pravo na izbor; i pravo da bude saslušan.

Nakon toga su Ujedinjene Nacije, kroz 'Smernice za zaštitu potrošača', odlučile da prošire ova osnovna prava, dodavajući četiri dodatnih stubova (pravo na ispunjenje osnovnih potreba; pravo na naknadu; pravo na edukaciju; i pravo na zdravu životnu sredinu), gde je nakon toga ili kao rezultat, 'Međunarodni potrošač' (Međunarodna Federacija NVO), kao jedini nezavisni globalni organ prema pravu potrošača, odlučio da usvoji ova prava kao akt ili osnovni statut prema pravu potrošača i istovremeno je 15 mart (u znak poštovanja) priznao kao Međunarodni Dan Prava Potrošača.

1. Pravo potrošača prema ekonomskim interesima

i. Pravo na slobodan izbor

Pravo na slobodan izbor između ponuda proizvoda konstatuje da potrošaču treba ponuditi ili treba da ima niz opcija ponuđenih od raznih kompanija, od kojih može da odabere. U tom smislu, Vlada treba da preduzme više koraka kako bi osigurala dostupnost zdrave životne sredine i otvorene za konkurenciju, kroz zakonodavstvo.

ii. Pravo na ispunjenje osnovnih potreba

Ujedinjene Nacije su zatim (1985 godine), kroz posebno uputstvo, učinile proširenje, stvarajući ukupno osam smernica prema osnovnim pravima potrošača. U ovom slučaju, pravo potrošača prema ekonomskim interesima početno, takođe predviđa ispunjenje osnovnih potreba potrošača. U rezimeu ovo pravo zahteva da ljudi imaju pristup najboljoj osnovnoj / esencijalnoj robi i uslugama, odgovarajućoj hrani, odeći, kućištu, zdravstvenoj zaštiti, obrazovanju, javnim uslugama, vodi i kanalizaciji.

2. Pravo potrošača na bezbedne proizvode

O formalizaciji ovog prava, zna se da je glavni doprinos manifestirala Federalna Vlada Sjedinjenih Američkih Država, odnosno „Komisija i bezbednosti hrane potrošača“, organizacija sa nadležnošću nad hiljadama komercijalnih proizvoda, nadležnost koja omogućava utvrđivanje standarda performanse i zahteva testiranje proizvoda i etikete za upozorenje.

EU ima zakone koji pomažu i štite potrošača da su kupljeni proizvodi stvarno sigurni. Sigurnost artikala ishrane je zasnovano u načelima gde možemo sagledamo stanje kao lančano “lančanost hrane” kako bi obezbedili sigurnost.

Zakoni o zaštiti ishrane u EU između ostalog predviđaju i procedure

- kako poljoprivrednici treba da proizvode hranu;
- kako se vrši prerađevina hrane;
- kakvu boju i aditive mogu da koriste u ishrani,
- kako treba da se proda taj gotov proizvod na tržištu.

i. Pravo na zdravu životnu sredinu

Ovo pravo predstavlja izbor za život i rad u ne – pretećem okruženju za blagostanje u aktuelnosti i u budućnosti. U svakom slučaju, vredi pomenuti da podizanje svesti društva u odnosu na brzinu, težinu i druge negativne posledice prema degradaciji životne sredine, nije poznato da je dovoljno napredovalo tokom vremena izrade sporazuma za garantovanje uključivanja ekoloških zabrinutosti.

3. Pravo na žalbu

Ovo pravo predstavlja mogućnost potrošača da izraze žalbe i zabrinutosti o proizvodima, tako da se ovo pitanje tretira na efikasan i odgovoran način. Nadležni organi moraju biti spremni da se suoče sa strankama koje pružaju proizvode ili usluge potrošačima u suprotnosti sa važećim zakonom. Na kraju, takođe postoje nacionalne nevladine organizacije, čiji dnevni red predviđa obezbeđenje zaštitu prava i interesa potrošača.

4. Pravo potrošača na naknadu i praktičan pristup

Pravo na ispravljanje predstavlja priliku potrošača na nepristran pregled / izbor i pravo zakonsko potraživanje, uključujući naknadu za pogrešno predstavljanje ponude, loš kvalitet robe i / ili nezadovoljavajuće usluge.

5. Pravo potrošača na informisanje, obrazovanje/vspitanje i podizanje svesti

i. Informisanje, obrazovanje i vaspitanje potrošača

Informisanje potrošača je ne samo relevantni modalitet i komponenta sa uticajem u oblasti podizanja svesti i vaspitanja potrošača, već i njihovo osnovno pravo, koje je država, između ostalog, obavezana zakonom i Ustavom da im ga obezbedi. Dobro informisanje potrošača nije samo u njegovu korist, već je u korist celog društva. Pravo i kontinuirano informisanje stvara pre svega veći stepen poverenja, kao prema proizvođaču ili pružaocu usluga, odnosno tržištu, tako i prema državi i potrošnoj zajednici.

Postoji jasna razlika između edukacije- obrazovanja i informisanja potrošača. Dok se obrazovanje tiče procesa sticanja znanja i veština da bi se shvatilo i upravljalo na odgovarajući način i nivo potrošnim resursima i da bi se preduzeli odgovarajući koraci, kako bi se uticalo na faktore i subjekte za donošenje odluka, informisanje se odnosi na podatke posebnih proizvoda, koji utiču da on kupi i konzumira ili ne tu vrstu proizvoda. Obrazovanje i edukacija potrošača je od ključnog i kritičnog značaja za efikasnu upotrebu informacije potrošača, kao relevantna komponenta njegove odbrane. Relevantni izvori informacija za potrošača su:

- Primarne, aktuelne i potrebne informacije od medija;
- Razni oblici profesionalne, resorne, sindikalne, književne organizacije;
- Kontakti sa institucijama, civilnim društvom, savetovalištim;
- Seminari, simpozijumi, konferencije, okrugli stolovi i debate.

Obrazovanje i vaspitanje potrošača ne samo da je osnovno pravo potrošača, već je i jedna od komponenta, preduslova i modaliteta u oblasti zaštite potrošača. Vaspitanje i obrazovanje treba da budu uključeni od predškolskih ustanova sve do univerzitetskih i postdiplomskih ustanova. Glavne teme ove komponente predstavljaju:

- Osnovne koncepte potrošača, klijenta i politike zaštite potrošača;
- Ulogu Vlade i drugih nadležnih institucija u zaštiti potrošača;
- Prava potrošača kao ljudska prava;
- Ulogu i značaj društvene svesti i socijalne i moralne odgovornosti prema zaštiti i ostvarivanju prava potrošača na osnovu zakona Kosova itd.

ii. Podizanje svesti potrošača

Razumevanje rizika, problema, pretnji, šteta, negativnih akcija koje imaju često nepovratne posledice i koje zavise od nekoliko uticajnih ili odlučnih faktora, znači imati potencijal i normalnu svest o težini, značaju i posledicama koje mogu da rezultiraju od gore navedenih fenomena. Stoga, da bi se podigla svest ne samo kod građana – potrošača, već i našeg društva, zahteva se vreme i investicija i resursi raznih izvora.

Podizanjem svesti potrošača treba rukovati sa velikom nadležnošću i ozbiljnim kontinuiranim posvećenjem, kao od strane naučnih relevantnih institucija tako i od nosioca ovog programa, kao jedan faktor, modalitet i veoma važna komponenta sa očekujućim pozitivnim efektima u senzibilizaciji, aktivisanju i mobilizaciji što većeg broja građana – potrošača u pitanjima prava i njihovih interesa na Kosovu. Nadležne institucije za sprovođenje zakonskih i ustavnih odredba za zaštitu potrošača, imaju za obavezu i cilj sprovođenje ovog Programa, da čine posebne planove akcije, kontinuirane akcione planove za potpuno i kontinuirano podizanje svesti kosovskih potrošača.

6. Pravo potrošača da bude saslušan i da se pridruži/da lobira

Aktivno učešće potrošača i doprinos nevladinih organizacija i udruženja i vlasti je potrebno i neophodno. Oblici interesovanja, učešća i posvećenosti građana - potrošača u zaštiti promociji i prava, interesa i zadovoljavanje njihovih potreba, ali i svih kosovskih-potrošača, treba da se od državnih institucija podrži materijalno i u drugim aspektima.

Interes potrošača je sveobuhvatni društveni interes, sa produženjem, težinom i multidimenzionalnim pozitivnim efektom za dobrobit zemlje.

Potrošaču ne spada samo da kupuje i troši, da bude ravnodušan i samo posmatrač događaja, tokova i razvojnih procesa. On treba da bude aktivan i da doprinosi, i istraživač i solidaran, i kooperativan i vodeći u zaštiti svoje pozicije i pozicija svih drugih kao on. Kosovski potrošač, poštujući zakone na snagu, treba zahtevati podjednako snažno i od drugih da ih tačno sprovedu.

7. Ostala prava

Trenutno se ne mogu takođe zaobići takozvana „DIGITALNA“ prava potrošača, koja se obavezno moraju poštovati kao aktuelna i savremena:

1. Pravo na izbor, znanje i kulturnu raznolikost;
2. Pravo na princip „tehničke neutralnosti“ (koje štiti prava potrošača u digitalnom okruženju);
3. Pravo na beneficije iz tehnoloških inovacija (iz novih tehnologija);
4. Pravo na inter – verovatnoću sadržaja tehničkog uređaja (CD, itd.);
5. Pravo na zaštitu privatnosti; i
6. Pravo da ne bude inkriminisan/a.

8. Odgovornosti/obaveze potrošača

U svakom slučaju, ni potrošač nije oslobođen od obaveza/odgovornosti u ovoj oblasti. Od njega se zahteva da stalno bude pažljiv koje proizvode kupuje i troši za sebe i za svoju porodicu i da bude zainteresovan i da prati razvojni tok ekonomije. Od potrošača se traži da bude i informisan i obrazovan i oprezan, kako ne bi bio žrtva zloupotrebe, ugroženosti zdravlja ili drugih oblika moguće zloupotrebe od tržišta i na tržištu.

III. BAZIČNE ZAKONSKE OSNOVE POLITIKA O ZAŠTITI POTROŠAČA U REPUBLIKU KOSOVA

Kosovo iz prošlosti nema neku prosperitetnu razvojnu pozadinu u smislu zaštite potrošača, odnosno prava, interesa, zahteva i njegovih potreba. Tek nakon 1999 godine postepeno je počela zakonodavna aktivnost kosovskih institucija da međunarodnim institucijama o izradu normama i regulisanju pitanja zaštite potrošača. Na osnovu svih relevantnih indikatora i anketa, u zapažanjima i konstatacijama, odnosno višegodišnjim iskustvima inspektora na terenu, elektronskih i štampanih medija, kao i samih građana i civilnog društva uopšte, zaštita potrošača zahteva aktivnosti i veću posvećenost.

Primeri o ozbiljnim rizicima u odnosu na zdravlje i život građana – potrošača ne predstavlja specifikacije samo jedne zemlje.

1. Bazične osnove, okviri i smernice na kojima se zasniva program

Bazične osnove, okviri i programske orijentacije na kojima se osniva ovaj program, predstavljaju: ustavna i zakonska osnova; osnovni principi zaštite potrošača Evropske Unije; prava i obaveza potrošača; državne obaveze; obaveze i odgovornosti proizvođača, posrednika i drugih pružaoca usluga; aktivnosti civilnog društva u zaštiti potrošača.

i. Pravna ustavna osnova

Zaštita potrošača predstavlja i ustavnu kategoriju. Kao takva Ustav Republike Kosova, sa odredbama stavova 3. i 7. člana 119, na precizan i eksplicitan način garantuje zaštitu potrošača.

Ovo veoma važno, čak i vitalan oblast za svakog građanina Kosova, trenutno se reguliše sa više od 30 zakona (uključujući druge podzakonske akte). Zakonski akti, sa kojima se normalizuje ova materija, su gore evidentirani u ovom Programu i biće detaljnije razrađeni u njegovom daljnjem oplemenjivanju.

ii. Osnovni principi i zaštita potrošača u Evropsku Uniju

Osnovni principi zaštite potrošača

Osnovni principi za zaštitu potrošača su ključna osnova za orijentaciju u kojoj se grade i sprovode politike za zaštitu potrošača jedne zemlje. Osnovni principi politike za zaštitu potrošača predstavljaju: prioritet, koordinaciju, odgovornost i pouzdanost; kontrolu i efikasni i efektivni nadzor; sveobuhvatni; i prevenciju.

- **Princip prioriteta:** znači neosporni prioritet prava potrošača. Potrebe, zahtevi i njegovi interesi od organa za sprovođenje politika treba da se tretiraju i rešavaju sa prioritetom. To zbog činjenice što se radi o pitanjima od vitalnog značaja za stanovništvo mesta.
- **Princip saradnje, koordinacije, odgovornosti i polaganja računa:** podrazumeva neophodnost uključivanja, angažiranja, saradnje, stalne i multidimenzionalne koordinacije svih faktora i subjekata, koji se bave pitanjima potrošača.
- **Princip efikasnog i efektivnog nadzora:** podrazumeva imperativnu potrebu kvalitetne, profesionalne i konstantne institucionalne kontrole.
- **Sveobuhvatni princip:** Ovaj princip obuhvaća neophodnost angažovanja, koordinacije i saradnje svih faktora i aktera koji su zakonski nadležni, ali i onih koji, imajući motiv, volju i interes, aktivno učestvuju i doprinose u oblasti zaštite potrošača. Ti subjekti su: centralne i lokalne institucionalne organizacije, udruženja i poslovne asocijacije, udruženja civilnog društva koja se bave zaštitom potrošača, itd.
- **Princip prevencije:** Ovaj princip se realizuje, od strane nadležnih organa za sprovođenje politika za zaštitu potrošača, preko opštih i posebnih preventivnih mera. Princip u pitanju ima za cilj da, legalnim putem i efikasnim i tajnim merama, spreči ugrožavanje zdravlja i života potrošača. Kontrola robe i usluga treba da bude dobro organizovana i planirana i pravovremeno, u cilju sprečavanja rizika za život, zdravlja i socijalnog blagostanja potrošača, očuvanja korektnog, balansirano i prosperitetnog tržišta, ali i za očuvanje prirode i životne čiste sredine, koja je garantovana i Ustavom.

Principi Evropske Unije za zaštitu potrošača

Evropska Unija, kao regionalna organizovana i napredna organizacija, naročito kao slobodno tržište i među najvećim tržištima u svetu, imajući ozbiljno u obzir dinamiku ekonomskog razvoja, unutar svoje strukture, ali i izvan nje, zaštiti potrošača je posvetila prvenstvenu pažnju. U tom smislu, ova organizacija je stvorila i proglasila posebne principe u podršci kojih, kroz razne pravne aktove, kao što je između ostalog desetak direktiva, se realizuje i napreduje uvek sve više nivo i kvalitet zaštite evropskih potrošača. Neophodno je ovde navesti potrebu i imperativ kosovskih institucija da ove principe i potrebne odredbe direktiva Evropske Unije, u međuvremenu, inkorporira u našim zakonima, tako da, ispunjavajući potrebne

kriterijume i postižući moderne, ljudske i demokratske standarde, uspemo, kao država, da što pre postanemo članica Evropske Unije. Na prvom mestu to je u korist i interesu naših građana, ali i zbog naših ozbiljnih ciljeva i kontinuiranih napora za evropske i evro-atlantske integracije.

Zaštita potrošača, je definisana i u zakonima i najboljim praksama EU, koje se odražavaju u deset principa zaštite potrošača, ali i Direktivi 1999-44-EC. Ovi principi (dole izloženi) prema Zaštiti potrošača odražavaju suštinski izvor, koji se kasnije pretvara u zakonskim aktima EU, što zapravo štiti svakog građana država članica kao potrošača, bez obzira gde posluje, radi ili se nalazi.

Osnovni principi za zaštitu potrošača EU, na kojima treba da se oslanja i naše napredno zakonodavstvo u vezi sa zaštitom potrošača, predstavljaju:

1. **Kupite ono što želite, gde god želite:** ... osim ako zabranjuje zakon (npr kupovina oružja, droge...), zakoni EU daju pravo potrošačima da kupuju bez brige, jer u povratku u svojim zemljama će morati da plate carinu ili dodatni PDV.
2. **Ako ne funkcioniše, vratite nazad:** Po zakonima EU, ako jedan kupljeni proizvod nije u skladu sa dogovorom sklopljenim između kupca i prodavca u vreme kupovine, on se može vratiti na popravku ili zamenu. Kao alternativa, može se tražiti sniženje cene ili ukupno vraćanje novca kupca.
Po zakonima EU-je, ako jedan proizvod nije u skladu sa sporazumom o kupovini od strane kupca sa prodavcem pri kupovini, on može da se vrati da se isti zameni ili popravi ili prepravi.
Kao alternativa, može da se traži sniženje cene, ili ukupno refundiranje, odnosno vraćanje novca u celini kupcu. Ovo se sprovodi sve do dve godine po prijemu, kupovini proizvoda.
Posle šest meseci isteka roka po isporuci proizvoda, teret odgovornosti pad nad prodavca - ne o potrošaču – tako da on/ona moraju da dokažu da proizvod koji je prodat bio u saglasnosti sa ugovorom o prodaji te robe.
3. **Visoki standardi bezbednosti hrane i robe potrošača:** Zakoni EU predviđaju pomoć i sigurnost potrošača prema kupljenim proizvodima. Bezbednost hrane se zasniva na celom principu „lanca ishrane“ kako bi se garantovala bezbednost (kako se proizvodi, preradi; kakve boje / aditivi mogu da se dodaju; i kako da se proda spreman za tržište). Zakoni bezbednosti EU o drugoj robi široke potrošnje (igračke, kozmetika, električna oprema, itd.) takođe predviđaju posebna pravila. Ako jedno preduzeće otkrije da je izdalo na tržište nesigurne proizvode, ima zakonsku obavezu da obavesti vlasti država pogođenih u EU.
4. **Znajte šta jedete:** Potpuni detalji o sastojcima koji se koriste u prehrambenim proizvodima treba da budu pruženi na etiketi, zajedno sa ostalim detaljima kao na primer bojenje, konzervansi, zaslađivači i drugi hemijski upotrebljeni aditivi. U slučaju da je jedan sastojak takvog sastava i prirode da eventualnim potrošačima može izazvati npr alergije, onda to treba da se napiše na etiketi tog artikla. Zakon EU takođe omogućava potrošačima da znaju ako je hrana genetski modifikovana ili sadrži sastojke ovog tipa.
5. **Ugovori treba da budu pogodni za potrošače:** Zakoni EU zabranjuju određene vrste uveta u nepovoljnim ugovorima za potrošača.
6. **Ponekad potrošači mogu da se predomisle:** Zakon EU takođe štiti od zlonamernih prodaja na pragu ili od vrata do vrata kao i za kupovinu preko Interneta. Postoji opšti princip da jedan takav ugovor može da se poništi u roku od četrnaest radnih dana, osim ugovora osiguranja ili niske potrošnje kupovine.
7. **Olakšavanje poređenja cena:** Zakon EU zahteva od supermarketa da ponudi (potrošačima) cenu jedinice robe.
8. **Potrošači ne treba da budu obmanuti:** Reklama koja obmanjuje ili prevari potrošače je zabranjena prema zakonu EU. Preduzeća za pozajmljivanje ili za izdavanje kreditnih kartica, u skladu sa zakonom EU, moraju dati potpune detalje u pisanom obliku za svaki uređeni ugovor o kreditu (uključujući informacije o interesu, trajanju ugovora i obliku poništenja).

9. **Zaštita dok ste na odmoru:** Po zakonima EU, operatori paket aranžmana treba da imaju na raspolaganju spremne aranžmane da vrate klijente svojim kućama u ukoliko one bankrotiraju dok ste vi na godišnjem odmoru. Takođe one moraju da vam obezbede nadoknadu ukoliko vas odmor nije u skladu sa onim što vam je rečeno, obećano u njihovim brošurama marketinga, Zakoni EU* - je daju vam za pravu da potražite konpenzaciju.
10. **Efikasna naknada za prekogranične sporove:** Potrošači treba da imaju pravo da traže uslove najboljih ponuda bilo gde u Evropi. Evropska Mreža Potrošača je mreža pan – EU za promovisanje poverenja potrošača kroz savete za građane, njihovih prava u EU i za pomoć u rešavanju eventualnih sporova.

Obaveze i odgovornosti države

Država i njene institucije su dužne Ustavom i zakonima da vode brigu o punom ostvarivanju prava potrošača. Sve zakonske odredbe pomenute u ovom Programu, u nekom obliku, razmeru ili drugom obliku, zadužuju i obavezuju ministarstva, agencije, organe i druge institucije, da u potpunosti sprovedu zakonske odredbe koje se odnose na zaštitu potrošača.

Kontinuirani je imperativ, dužnost i odgovornost kosovskih institucija da učine više u promeni situacije i ubrzavanju što kvalitetnijeg i znatnijeg razvoja za potrošača u budućnosti. Ovi naponi i aktivnosti, na višedimenzionalan i koordiniran način sa svim akterima i nadležnim i zainteresiranim faktorima, treba da se čine neprekidno i da se preduzimaju napredne mere, u potpunom skladu sa prioritetima i ispod navedenom dinamikom u ovom Programu.

Država i nadležne institucije imaju jednaku obavezu da zaštite i proizvođače, i posrednike i davaoce usluga, gde institucionalni zadatak državnih organa više ima veze sa subjektima koji sa svojim proizvodima, dobrim i pravim manirima i korektnim kvalitetom usluga, obavlja pravne obaveze, kao prema državi tako i prema potrošačima.

Dužnosti i odgovornosti proizvođača, posrednika i usluga

Proizvođači, posrednici i davaoci usluga, pored institucionalnih struktura, imaju i trebaju posvetiti pažnju, brigu, poštovanje i odgovornost prema potrošačima.

Njihova odgovornost je prirode poštovanja zakona i drugih pravnih akata, ali je njihova obaveza i etička i moralna priroda. Oni su dužni da proizvedu kvalitetnu robu sa dozvoljenim i bezopasnim sadržajem za ljudsko zdravlje, u skladu sa standardima, primenu dobrih poslovnih običaja i fer usluga koje su adekvatne sa zahtevima i interesima potrošača.

Uloga i značaj civilnog društva u unapređenju položaja i zaštite potrošača

Uloga, aktivnost i značaj različitih subjekata civilnog društva u oblasti zaštite potrošača su jedinstveni i relevantni. Trenutno, glas potrošačkih udruženja na Kosovu još uvek nije takav kakvog bi građani želeli da čuju. To znači da civilna udruženja nisu organizovana ili strukturirana, koliko i kako treba, do sada na Kosovu. Međutim, obzirom da Zakon o zaštiti potrošača predviđa proširenje mreže raznih udruženja za zaštitu potrošača, biće potrebno i neophodno da se civilnom društvu, u budućnosti, i kroz ovaj program, odnosno kroz nosioce njegovog sprovođenja u praksi, pomogne sa raznim projektima i drugim modalitetima, za bolje organizovanje i za funkcioniranje na mnogo aktivniji način u oblasti zaštite potrošača.

2. Zakon o zaštiti potrošača

Regulisanje pravne oblasti zaštite potrošača na Kosovu, počelo je 2004, odnosno pod privremenom vladom UNMIK– a, kroz Zakon 2004/17 za zaštitu potrošača, i to bazirajući se na:

- Uredbi br. 2001/ 9 od 15 maja 2001. Ustavnog okvira o privremenoj samoupravi na Kosovu (Poglavlje 5.1 (d), 5.7, 9.1, 9.3.3, 11.2),
- Uredbi br. 1999/ 1 od 25 juna 1999 godine o ovlašćenjima Privremene Misije UN na Kosovu, koja je dopunjena Uredbom UNMIK – a br. 1999/24 od 12 decembra 1999. godine o primenjivom zakonu na Kosovu i u cilju zaštite potrošača na slobodnom tržištu Kosova.

Izmena – dopuna Zakona 2004/17, je zatim sprovedena u 2009. (03/L -131), u vreme kada je zaštita potrošača još uvek bila kancelarija / deo Departmenta za Trgovinu u Ministarstvu Trgovine i Industrije. Glavni cilj ove promene je bio uspostavljanje Saveta za Zaštitu Potrošača.

Promena Zakona 2004/17 u sadašnjem Zakonu na snazi (04/L – 121) tokom 2012 godine, a zatim se zna da je predviđen niz dopuna, posebno u odnosu na obaveze prodavača, proizvođača i dobavljača, odnosno sadašnji Zakon se tiče novih konkretnih oblasti pored prava potrošača, kao što su: prodaja u akciji; smanjenje cena; prodaja na otvorena tržišta i neispravne robe; javne usluge; isplate; ugovori; finansijske usluge; nepravedni uslovi; trgovinske prakse; reklame; kupoprodaja putem interneta; informiranje i edukacija; rešavanje sporova i kolektivna odbrana.

Ako posmatramo i analiziramo situaciju prema zaštiti potrošača u širem aspektu zakonodavne infrastrukture (imajući u obzir relativno kratko vreme i druge previše teške okolnosti tranzicije i konsolidacije u odnosu ne sve dimenzije), onda možemo zaključiti da postoji dobra osnova za dalje napredovanje stanja zaštite položaja i zakonskih i ustavnih prava građanina Kosova, samim tim potrošača.

Sadašnji zakon na snazi (04/L – 121), za koji se očekuje da se tokom druge polovine 2015. godine podvrgne dopuni – izmeni, predviđa dalju regulaciju uz dva glavna stuba, kao i usaglašavanje sa sadašnjim zakonodavstvom EU, i usklađivanjem prema unutrašnjim zakonima koji se odnose na zaštitu potrošača. Druge važne dopune, koje se planiraju u odnosu na sadašnji zakon, vezane su za Savet za zaštitu potrošača, kao i u odnosu na:

- Povećanje članova za zaštitu potrošača iz relativnih oblasti javnih institucija i nezavisni eksperti iz civilnog društva;
- Sastanke saveta, koje treba predvideti na kvartalnoj osnovi;
- Izveštavanje saveta, koje treba izvršiti na godišnjoj osnovi;

Usklađivanje sa trenutnim zakonodavstvom EU, između ostalog, kao glavni prioritet predviđa ‘Direktivu o pravu potrošača’ (2011/83-EU), prema aktuelnim direktivama koje se osnuju na sadašnjem zakonu, kao što su:

- i. 97/7/EC, o zaštiti potrošača prema ugovorima na daljini;
- ii. 98/6/EC, o zaštiti potrošača na pokazatelje cena ponuđenih proizvoda za potrošače;
- iii. 98/27/EC, o nalogima za zaštitu interesa potrošača;
- iv. 1999/44/EC, o specifičnim aspektima u odnosu na prodaju robe široke potrošnje i pratećih garancija;
- v. 2002/65/EC, o marketingu na daljini za usluge prema potrošačima;
- vi. 2005/29/EC, o nepravednim komercijalnim praksama biznisa prema potrošaču na unutrašnjem tržištu;
- vii. 2006/114/EC, o varljivim i uporednim reklamama;
- viii. 2008/48/EC, o kreditnim ugovorima za potrošače;
- ix. 1999/34/EC, o aproksimaciji zakona, propisa i administrativnih odredba država članica u vezi sa obavezama za oštećene proizvode;

3. Druga zakonodavna infrastruktura u odnosu na zaštitu potrošača

Od niza zakona, koji se direktno ili indirektno vezuju sa Zakonom br. 04/L-121 (2012) za zaštitu potrošača pomenujemo neke od glavnih:

1. Zakon br. 04/L-039 (2011) za tehničke zahteve i evaluaciju usklađenosti;
2. Zakon br. 03/L-144 (2009) za standardizaciju;
3. Zakon br. 04/L-124 (2012) za metrologiju;
4. Zakon br. 04/L-005 (2011) za unutrašnju trgovinu;
5. Zakon br. 04/L-048 (2011) za spoljašnju trgovinu;
6. Zakon br. 04/L-78 (2012) za opštu bezbednost proizvoda;
7. Zakon br. 04/L-176 (2013) za turizam;
8. Zakon br. 04/L -186 za tržišnu inspektorat i nadzoru tržišta;
9. Zakon br. 2006/02-L 38 za zdravstveni inspektorat;
10. Zakon br. 2003/22 za sanitarnu inspekciju;
11. Zakon br. 2004/37 za inspekciju obrazovanja;
12. Zakon br. 2006/02-L 62 za inspektorat građevinskih proizvoda;
13. Zakon br. 04/L-175 (2012) za inspekciju životne sredine;
14. Zakon br. 03/L-016 (2009) za hranu;
15. Zakon br. 03/L-222 (2010) za poresku upravu i procedure;
16. Zakon br. 04/L-161 (2013) za bezbednost i zdravlje na radu;
17. Zakon br. 02/L-109 (2007) za prevenciju i suzbijanje zaraznih bolesti;
18. Zakon br. 03/L-025 (2009) za zaštitu životne sredine;
19. Zakon br. 03/L-209 (2010) za Centralnu Banku Kosova;
20. Zakon br. 04/L-44 (2005) za nezavisnu komisiju medija i emitovanja;
21. Zakon br. 04/L-156 (2013) za kontrolu duvana;
22. Zakon br. 03/L-043 (2011) za sprečavanje i integrisanu kontrolu zagađivanja;
23. Zakon br. 03/L-068 (2008) za obrazovanje u opštinama Republike Kosova;
24. Zakon br. 04/L-179 (2013) za drumski saobraćaj;
25. Zakon br. 03/L-051 (2008) za civilnu avijaciju;
26. Zakon br. 03/L-201 (2010) za energetski regulator;
27. Zakon br. 04/L-109 (2011) za elektronske komunikacije;
28. Zakon br. 03/L-086 (2008) za regulator za vodu i otpad;
29. Zakon br. 02/L-75 (2007) za arbitražu itd.

Kada se radi o trenutnoj zakonodavnoj infrastrukturi na Kosovu, treba pomenuti činjenicu da je potrebno takođe adresirati specifične poteškoće koje se pronalaze u odnosu na potpuno sprovođenje prava potrošača.

Iz oblasti Tržišnog nadzora, specifične aktivnosti su sprovedene za određene kategorije proizvoda. U svakom slučaju, za veliki broj proizvoda nedostaje nadzor zbog nedostatka standarda, nedovoljnih finansijskih sredstava za testiranje ili pravne nadležnosti Državnog inspektorata. Kosovo bi imalo koristi da je član RAPEX – a (sistem za brzu razmenu podataka za negativne efekte upotrebe određenih proizvoda na tržištu).

Treba da spominjemo da još uvek nije razvijen poseban sistem poznat kao „Alternativno rešavanje sporova“ prema zaštiti potrošača, koji bio bi u skladu sa postojećim preporukama Evropske komisije. U odnosu na udruženja potrošača, oni imaju pravo da pokrenu postupak pred nadležnim sudom protiv nezakonite poslovne prakse i lažnih reklama, ali slabost pravosudnog sistema Kosova predstavlja prepreku za efikasnu primenu.

IV. PROCENA STANJA U VEZI SA ZAŠTITOM POTROŠAČA U REPUBLIKU KOSOVA

1. Politika o zaštiti potrošača

Na osnovu Zakona o zaštiti potrošača, glavni nosilac za izradu politika za zaštitu potrošača na Kosovu predstavlja Ministarstvo za Trgovinu i Industriju, odnosno Department za Zaštitu Potrošača, uvek pozivajući se takođe na preporukama od strane Saveta za Zaštitu Potrošača, gde se pretenduje obuhvatanje svih zainteresovanih strana.

Među glavnim ciljevima Ministarstva Trgovine i Industrije u stvaranju odgovarajućih politika za zaštitu potrošača, spadaju:

1. Stvaranje jednog administrativnog kadra efikasnog na rešavanju raznih pitanja koja se odnose na zaštitu potrošača, kao što su, prijem žalbi i njihovo rešavanje i savetovanje potrošača;
2. Usklađivanje domaćeg zakonodavstva sa evropskim, počev od Zakona o zaštiti potrošača, zatim i drugih zakona koji na jedan ili drugi način regulišu oblast zaštite potrošača;
3. Izrada programa, odnosno strategija za zaštitu potrošača, gde je kao ishod, izrađen Program za Zaštitu Potrošača 2010-2014.

Vizija programa 2010-2014 bila je ‘jačanje potrošača’, sa idejom za obezbeđivanje poverenja u jednom poštenom i konkurentnom tržištu, čiji su deo, oni (potrošači) aktivan deo, realizujući njihova prava i moć dobro-informisanog odabiranja. Ključne politike kod programa 2010-2014 bile su utvrđene kao u nastavku:

1. Poboljšanje bezbednosti potrošača podržano u jednoj efektivnoj infrastrukturi kvaliteta prema najboljim evropskim praksama;
2. Poboljšanje transparentnosti tržišta i trgovinskih praksi za zaštitu ekonomskih interesa potrošača, poboljšajući pristup prema žalbama i savetovanjima;
3. Poboljšanje obrazovanja potrošača za aktivno učešće na tržištu, poboljšanje informisanja i podizanja svesti potrošača, kap i ekonomskih operatera za prava potrošača.

i. Razlozi parcijalnog sprovođenja Programa za Zaštitu Potrošača 2010-2014

Zaštita potrošača je jedna mnogo-disciplinarna oblast koja zahteva posvećenost i predanost u širokoj oblasti aktera, koja rezimira centralne institucije, lokalne institucije i civilna društva.

Tokom analize sprovođenja programa, pomenućemo nekoliko ključnih razloga njegovog nepotpunog sprovođenja, kao:

- Nedostatak koordiniranja određenih aktivnosti u programu;
- Nedostatak mehanizama merenja u kojoj meri se sprovodi ovaj program;
- Nedostatak finansijskih sredstava;
- Nedostatak odgovarajuće saradnje od strane lokalnih vlasti;
- Nedostatak koordiniranja određenih aktivnosti sa civilnom društvom.

Ne-sprovođenje programa 2010-2014, razlozi koje su navedeni, bili su i ostaju tok nedostatka koordinacija od strane relevantnih Department, koja bi istovremeno trebala da služe kao jedinica za merenje za sprovođenje programa i takođe prema odgovarajućim periodičkim izveštajima kao što je predviđeno.

2. Prijem i adresiranje žalbi potrošača

U tom pogledu, od izrade programa pa nadalje, tvrdi se da prijem žalbi i komuniciranje sa potrošačima razvijeno dovoljno, kao:

- U prošlosti, svi potrošači su trebali da se fizički pojave u Ministarstvu za Trgovinu i Industriju radi podnošenja žalbe (od 2009 godine do 2013 godine pozivi su mogli da se realizuju samo od strane naplatnih Operatera), međutim, kako bi se potrošačima i dalje olakšao način pripremanja žalbi, danas je funkcionalizovan broj bez naplaćivanja za potrošače koji žele da podnesu žalbu preko telefonskog operatera Vala;
- Tokom 2012 godine, oko 800.000 potrošača operatora Vala su putem telefonskih poruka informisana da mogu da imaju besplatno pristup broju 0800-11000, gde se mogu posavetovati o njihovim pravima kao potrošači, dok 2013. godine, 450.000 drugih potrošača operatora IPKO, su takođe putem telefonskih poruka obavešteni gde mogu da rešavaju njihove probleme ukoliko se suočavaju sa nekim prekršajem kao potrošači naspram svih oblasti kod kojih mogu nailaziti;
- Tokom četvorogodišnjeg perioda, poznato je da su primljeni oko 20.000 telefonskih poziva ispred Department za zaštitu potrošača i poznato je da je tretirano otprilike preko 1000 ukupnih žalbi;
- Kreirana je i baza podataka za klasifikaciju žalbi prema oblasti gde se može realizovati lako njihovo kategorisanje;
- Od 2013. godine, putem jedne nove elektronske platforme, potrošačima je omogućeno da se žale on-line (elektronska forma) putem službene veb stranice MTI-a;
- Od 2014. godine, žalbe se primaju i putem socijalne mreže *facebook*, službene stranice za Zaštitu potrošača;
- Postignuta je konsolidacija tretiranja žalbi sa relevantnim akterima. U tom pogledu, sve žalbe koja se primaju u okviru Department, iste se prosleđuju kod relevantnih vlasti radi njihovog razmatranja;
- Zahvaljujući sastancima i kontinuiranim komuniciranjima između relevantnih autoriteta, stvoren je veoma efikasan mehanizam što se razmatranja informacija tiče, u vezi sa žalbama potrošača;
- U principu, poznato je da je postignut značajno poboljšanje po pitanju pristupa potrošača kod relevantnih autoriteta za zaštitu potrošača, odnosno rešavanja njihovih problema naspram provajdera proizvoda i usluga.

3. Informisanje i obrazovanje potrošača

U okviru aktivnosti za informisanje i obrazovanje potrošača, poznato je da su preduzete različite aktivnosti, bilo kroz kampanje za podizanje svesti, isto tako i kroz javno komuniciranje. Svakako, uzimajući u obzir sva angažovanja i aktivnosti, mnogi od njih koji figuriraju u nastavku, nastoji se da u buduće koordiniranje između institucija bude izraženo, tako da se Zaštita potrošača razvija paralelno u svim mogućim oblastima.

i. Kampanja za podizanje svesti

Ukoliko se uzima u obzir zaštita potrošača kao jedna multi-disciplinarna oblast koja obuhvata široki niz oblasti, onda možemo da konstatujemo da je broj izvršenih aktivnosti u ovom pogledu mogao biti veći. Svakako, kada se radi o oblasti informisanja, poznato je da je Department za zaštitu potrošača angažovano u nizu aktivnosti, kao što su:

- Redovno godišnje organizovanje nedelje potrošača, skoro uvek u saradnji sa drugim relevantnim organima koji se nadovezuju sa Zaštitom potrošača, kao što su; Regulatorni autoritet za elektronske i poštanske komunikacije (RAEPK), Regulator za Energetiku, Regulator za Vodu i Kanalizaciju, Centralna Banka Kosova (CBK), Agencija za Hranu i Veterinarstvo (AHV), i; Udruženje za Zaštitu Potrošača – “Potrošač”;
- Učešće na raznim televizijskim debatama;

- Stvaranje reklamnih televizijskih spotova i njihovo emitovanje u nacionalnim televizijama;
- Prenos informacionih poruka u vezi sa pravima potrošača kroz razne radije;
- Praćenje informativnih SMS-ova za sve potrošače na Kosovu;
- Organizovanje okruglih stolova u zavisnosti od aktuelnosti.

Što se tiče obrazovanja potrošača, iako u malom sastavu broja zaposlenih, Department za Zaštitu Potrošača je postiglo da realizuje aktivnosti kao:

- Organizovanje predavanja u osnovnim školama, srednjim školama i Univerzitetima, po glavnim centrima Kosova;
- Organizovanje javnih diskusija po opštinama, uključujući sve etničke pripadnosti na Kosovu.

ii. Javna komunikacija

Jedan od poznatijih najefikasnijih načina za podizanje svesti i kontinuiranog informisanja potrošača je javno komuniciranje. U tom pogledu, poslednjih godina, javne institucije su uglavnom pokušavale da stvaraju efikasniji pristup po pitanju komuniciranja sa javnošću. Komuniciranje sa javnošću na Kosovu se danas realizuje kroz razne metode, i najčešći su materijali ili informativne brošure, kao i kroz elektronske medije, sredstvo koje sada zauzima značajno mesto u postizanju ciljeva u pogledu komuniciranja sa potrošačima.

Potrošni materijali (leci, flajeri)

Kroz promotivne materijale se uglavnom cilja prenošenje poruke ili određene informacije kod potrošača. U tom pogledu, Department za Zaštitu Potrošača je tokom ovog četvorogodišnjeg perioda odštampalo i podelilo stotinu hiljada letaka, flajera, sveske, olovke... Takođe je poznato da su projektovani i odštampani bilbordi različitih veličina u odnosu na zaštitu potrošača, ne štedeći njihove izloženosti u svim ključnim centrima Kosova.

Post-elektronske publikacije i web stranice

Sa aspekta elektronskih publikacija, Inspektorati, Regulatori i svi drugi odgovorni autoriteti za zaštitu potrošača, poznato je da su u kontinuitetu objavljivali informacije, kao po pitanju bezbednosti proizvoda, tako i po pogledu usluga koja se nude kupcima.

Department za Zaštitu Potrošača, osim što je poznato da je objavljivalo informacije i različite brošure na veb-stranici, takođe je objavilo i ne-prehrambene proizvode koje su procenjene kao opasne za korišćenje potrošača, na *facebook-u* Department, gde je između stalog, Department takođe komuniciralo sa potrošačima ukoliko oni eventualno zatraže neki savet ili kako bi izrazili neku zabrinutost/žalbu za podnošenje.

V. INSTITUCIONALNI OKVIR POLITIKE O ZAŠTITI POTROŠAČA U REPUBLIKU KOSOVA

1. Skupština Republike Kosova

Prema Ustavu Republike Kosova, Skupština je zakonodavna institucija birana neposredno od strane naroda. Parlament u isto vreme nadgleda rad Vlade i drugih javnih institucija koje po Ustavu i zakonima

izveštavaju Skupštini.

1.1. Vlada Republike Kosova

Vlada Republike Kosova na predlog ministra MTI, imenuje članove Saveta za Zaštitu Potrošača. Savet za zaštitu potrošača preko Ministarstva Trgovine i Industrije podnosi godišnji izveštaj Vladi Republike Kosova.

Takođe, sa predlogom ministra, Vlada usvaja program za zaštitu potrošača.

2. Ministarstvo Trgovine i Industrije (MTI)

Prema Zakonu o zaštiti potrošača, Ministarstvo Trgovine i Industrije je nadležni organ koji reguliše organizaciju i funkcionisanje strukture odgovorne za zaštitu potrošača.

Ministarstvo Trgovine i Industrije je izradila Uredbu br. 29/2012, o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji rada Ministarstva, sa kojom je osnovana Department za Zaštitu Potrošača.

Što se tiče rada Departmenta za Zaštitu Potrošača u MTI, konkretno se radi o odgovornosti koordiniranja radova između zainteresovanih strana, uključujući javni i privatni sektor u okviru pretežno četiri prostorija/ključnih odgovornosti:

1. Izradi i sprovođenju politika kroz 'Program za Zaštitu potrošača';
2. Izradu i sprovođenje primarnog i sekundarnog zakonodavstva iz oblasti zaštite potrošača;
3. Kampanje o podizanju svesti prema podizanju svesti potrošača o njihovim pravima
4. Upravljanju žalbi kao koordinaciono telo između potrošača i izvršnih tela (nadležnih inspektorata)

3. Savet za zaštitu potrošača

Rad Saveta za Zaštitu Potrošača je javan i između ostalog, takođe je određen u okviru Zakona o Zaštiti Potrošača, gde se takođe naglašava da, Savet:

- Predstavlja savetodavni organ u vezi sa politikama za zaštitu potrošača;
- Posедуje sekretarijat koji obavlja tehničke poslove za Savet;
- Funkcioniše na osnovu Pravilnika o radu, kojeg izrađuje Savet;
- Izrađuje i Program o Zaštiti Potrošača i izveštava Ministru MTI-a o sprovođenju Programa za Zaštitu Potrošača, podržava izmene u Zakonodavstvu i postojeće uredbe;
- Učestvuje u stvaranju politike za zaštitu potrošača kao i izveštava Vladi Kosova o slučajevima kolektivnih kršenja prava potrošača
- Dostavlja godišnji izveštaj Vlade Kosova preko Ministra MTI-a.

Unutar gore navedenih okvira, Savet za Zaštitu Potrošača nadalje:

- Predstavlja značajan instrumenat za regulisanje tržišta, zaštitu potrošača;
- Predstavlja se od strane sedam članova imenovanih od strane Vlade i predsedava se od strane predstavnika MTI-a sa mandatom od pet godina:
 - o Dva predstavnika iz MTI-a: jedan iz Departmenta za Zaštitu Potrošača (istovremeno predsedavajući saveta) i jedan iz Tržišne Inspekcije;
 - o Jedan nezavisan eksperta (istovremeno predstavnik iz NVO – 'LENS');
 - o Jedan predstavnik iz Udruženja (NVO) 'Potrošač';
 - o Dva predstavnika iz asocijacija poslovanja: jedan iz Privredne Komore Kosova i jedan iz Kosovskog Poslovnog Saveza;
 - o Jedan predstavnik iz Agencije za Hranu i Veterinarstvo.
- Organizuje redovne mesečne sastanke gde se razgovaraju teme u vezi sa sprovođenjem Programa za zaštitu potrošača, aktuelnosti što se tiče tržišta na Kosovu kao i negativnih pojava sa kojima se potrošači suočavaju.

4. Inspekcije i regulatori

Nadležni inspektorati imaju ovlašćenje da ispituju standarde trgovine roba i kvaliteta usluga koje pružaju ekonomski subjekti na teritoriji Republike Kosova, nadgledajući takođe rizike prema potrošaču.

Tržišna Inspekcija (TI) u Republici Kosova deluje u okviru Ministarstva Trgovine i Industrije, koja je odgovorna za nadgledanje sprovođenja propisa u oblasti zaštite potrošača, bezbednosti proizvoda i usluga, naftom i naftnim derivatima, sprečava nepravedna prakse trgovine, borbe protiv neformalne ekonomije, hotelskih i turističkih usluga itd.

Osnovna svrha Tržišne Inspekcije je da radi u skladu sa važećim zakonima, kako bi se pomoglo firmama, organizacijama i potrošače.

Tržišna Inspekcija, obavljati delatnost u skladu sa Zakonom br.04/ L-186 "o Tržišnoj Inspekciji i Nadzoru Tržišta " i ima sedište u Ministarstvu Trgovine i Industrije, sa kancelarijama u svim opštinama Republike Kosova, gde je ukupno 120 tržišni inspektora.

Tržišna Inspekcija je odgovorna za nadgledanje sprovođenja zakona i 15 više od 30 podzakonskih akata i direktivama i novog i globalnog pristupa Evropskoj Uniji prenetih od strane MTI.

Pod nedostatkom posredničkih institucija poznatih kao ‘savetodavni centri za potrošače, deo obveza i odgovornosti Departmenta za Zaštitu Potrošača predstavlja takođe direktno koordiniranje radova sa nadležnim inspektoratima u odnosu na vrste i kategorije žalbi podnesenih od strane potrošača. U tom pogledu, Department za Zaštitu Potrošača je postiglo da stvori redovne kontakte sa svim onim institucijama, odnosno sa ispitnim telima, koji se odnose na zaštitu prava potrošača. Ovom prilikom možemo pomenuti sledeće:

1. Tržišna Inspekcija – uključujući i Metrologiju (Ministarstvo Trgovine i Industrije)
2. Inspektorat za Hranu i Veterinarstvo (Agencija za Hranu i Veterinarstvo);
3. Inspektorat za Zdravstvena Pitanja (Ministarstvo Zdravstva);
4. Inspektorat za Medicinske Proizvode (Agencija za Medicinske Proizvode – Ministarstvo Zdravlja);
5. Inspektorat za Pitanje Poreza (Poreska Administracija – Ministarstvo Finansija);
6. Inspektorat za Transport (Ministarstvo Infrastrukture);
7. Inspektorat za Civilnu Avijaciju (Autoritet/Department Civilne Avijacije – Ministarstvo Infrastrukture);
8. Inspektorat za Pitanja Životne Sredine (Ministarstvo za Životnu Sredinu i Prostorno Planiranje);
9. Inspektorat za Pitanje Obrazovanja (Department za Obrazovanje– Ministarstvo Obrazovanja);
10. Nezavisna Komisija za Medije (Nezavisna Institucija – izveštava Parlamentu);
11. Centralna Banka Kosova (izveštava Parlamentu);
12. Kancelarije Regulatora:
 - 1) Autoritet za energetiku;
 - 2) Autoritet za elektronsko i poštansko komuniciranje;
 - 3) Autoritet za vodovod i kanalizaciju.
13. Osnovni Sud - Department za Ekonomske Poslove.

5. Udruženja za zaštitu potrošača

Udruženja za zaštitu potrošača su nestranačka, neprofitna i nevladina organizacija, ove organizacije su formirane s ciljem pružanja pomoći građanima Kosova, u zaštiti prava i interesa potrošača.

Na osnovu Zakona br 04 / L - 57 o slobodi udruživanja u nevladinim organizacijama reguliše se osnivanje, registraciju , pravni status i njihovo istrebljenje.

Trenutno postoji jedan aktivan operater u vidu Nevladine Organizacije – ‘Potrošač’ koja je deo javnog života u Republiku Kosova radi rešavanja društvenih, individualnih, grupnih problema, ili i šire, radi korišćenja izvora u postizanju jednog punog standarda u odnosu na poštovanje prava potrošača.

Udruženje ‘Potrošač’ predstavlja jednu od prvih udruženja formiranih u periodu nakon rata 1999, godine i trenutno je poznato da akumulisalo bogato iskustvo kao pošten glas koji se bori za osnovna prava potrošača. Kao što je gore pomenuto, Udruženje ‘Potrošač’ se zastupa i u okviru Saveta za Zaštitu Potrošača gde uvek može reći svoju reč u obliku preporuka prema izradi i sprovođenju politika za zaštitu potrošača.

Postoje druge nevladine organizacije koje se takođe odnose na zaštitu potrošača idr., od onih koja se ne-isključivo bave sa pitanjima prava potrošača, ali među aktivnostima iz sektora/ostalih oblasti. Ova organizacija, između ostalog, tokom 2015 godine je postigla da realizuje nekoliko značajnih projekata o podizanju svesti prema zaštiti potrošača, kao: televizijski dokumentar, televizijski spot, brošuru, kao i organizovanje jednog okruglog stola o podizanju svesti na temu ‘Zaštita potrošača i realizovanje njihovih prava’.

6. Drugi nadležni organi na lokalnom nivou

U pružanju komunalnih usluga važnu ulogu u zaštiti potrošača ima i lokalna samouprava, gde u okviru opština deluju inspektori odgovorni za rešavanje problema potrošača.

Istaknut pomoć od lokalnih vlasti se očekuje da obezbede kancelarijski prostor za otvaranje Savetodavnih Kancelarija za Potrošače.

Otvaranjem nekih savetodavni kancelarija po opštinama biće omogućen potrošačima da budu informisani detaljno o pitanjima vezanim za njihova prava.

Međutim, neophodno je bliska saradnja između centralnih i lokalnih vlasti, kao i koordinacija zajedničkih aktivnosti u oblasti zaštite potrošača.

Važna uloga nadležnih organa na lokalnom nivou takođe je u pružanju podršku u organizaciji seminara, tribina u opštinskim skupštinama, takođe u pogledu edukacije potrošača je potrebna podrška u organizovanju predavanja u osnovnim i srednjim školama.

VI. CILJEVI I MERE POLITIKE ZAŠTITE POTROŠAČA

Svrha i osnovni cilj politika zaštite potrošača je stalno poboljšanje kvaliteta života svih građana Republike Kosova. Ove politike treba da budu u potpunoj usklađenosti sa zahtevima, potrebama i vitalnim interesovanjima naših potrošača, ali takođe i u skladu sa okolnostima, specifičnostima i našim institucionalnim i svim društvenim mogućnostima. Pomenute politike, treba da se u kontinuitetu usklađuju sa naprednijim i savremenijim evropskim i međunarodnim standardima, uvek imajući kao glavnu orijentacionu tačku za cilj zaštitu ekonomskih i pravnih interesa, ali i prava i dostojanstva potrošača.

Program zaštite potrošača 2016 – 2020, naglašava da u aktualnim uslovima, glavni zadatak javnog sektora je da obezbedi uslove i odgovarajući i relevantan okvir o jačanju potrošača, funkcionisanje civilnih društva, podršku oblasti kao što je izrada pravnog okvira, promovisanje i podizanje svesti.

Svakako, pre svega, Program za zaštitu potrošača 2016-2020, se smatra kao javno-privatno partnerstvo (gde oba sektora zavise jedan od drugog), presudan u jačanju zaštiti potrošača, gde je predstavnicima udruženja potrošača uvek pružena odgovarajuća mogućnost, radi izlaganja zabrinutosti, pružaju preporuke i obrazlože ih.

1. Dalji razvoj zaštite potrošača

Glavni cilj politike 2016 – 2020, za zaštitu potrošača predstavlja dalji razvoj zaštite potrošača, šta se ovom prilikom podržava u ciljevima i merama kao što su navedeni u sledećoj tabeli:

- i. Dalje usklađivanje zakonodavstva, koje se u konkretnom slučaju odnosi na:
 - o Predlaganje zakonskih mera sa ciljem osiguranja jednog visokog stepena zaštite ekonomskih interesa potrošača, bezbednosti života, zdravlja i prava potrošača;
 - o Identifikacija nedostatka zakonodavstva za specifične oblasti; Usklađivanje pravne regulative sa zakonodavstvom EU-a (“*Aquis*”).
- ii. Jačanje i dalji razvoj administrativnih kapaciteta
 - o Povećanje i obučavanje administrativnog osoblja, koji će biti odgovoran za izradu i sprovođenje politika, obrazovanje, informisanje i podizanje svesti potrošača
- iii. Informisanje i obrazovanje potrošača
 - o Obezbeđivanje informacije i javnog podizanja svesti o pravima potrošača na Kosovu;
 - o Promotivne aktivnosti u svim nivoima, uključujući medijske;
 - o Podizanje svesti potrošača u vezi sa njihovom ulogom na tržištu i njihovog uključivanja u institucionalnim aktivnostima i u asocijacijama potrošača;
 - o Podržavanje stvaranja i funkcionisanja udruženja i savetovališta za zaštitu potrošača, podizanje svesti i obrazovanje potrošača;
 - o Implementacija nastavnih programa u vezi sa zaštitom potrošača u predškolskom, osnovnom, srednjem i visokom obrazovanju.

3. Prioritetne oblasti programa 2016 - 2020

Nakon usvajanja i sprovođenja programa o Zaštiti potrošača, predviđa se ispunjavanje potrebe za jačanjem nivoa zaštite potrošača, i posebno u sledećim oblastima:

1. Trgovina;
2. Bezbednost i kvalitet proizvoda
3. Hrana;
4. Javne Usluge
5. Financijske Usluge

i. Oblast trgovine

Trgovina kao aktivnost igra ključnu ulogu u ekonomskom razvoju. Danas se ova aktivnost suočava sa velikim izazovima, kao što je porast konkurencije u unutrašnjem tržištu, uvođenje novih tehnologija, odnosno potreba za pružanje novih usluga i oblika prodaje na osnovu elektronskog delovanja (e-poslovanja) kao i opštoj globalizaciji.

Dalji razvoj ove delatnosti će zavisiti u velikoj meri od njene usklađenosti sa novim uslovima, kako u globalnim tržištima, takođe i na regionalnim i lokalnim. Očekuje se da će proširenje zakonodavstva osigurati razvijanje jedne ne-manjkave trgovine, istovremeno usklađenu sa nivoom razvoja ekonomije u ostalim zemljama i jednakim uslovima naspram drugim ekonomskim delatnostima. Nedostatak zakonodavstva ili nepodobnost postojećih uredbi prema novim uslovima poslovanja, mogu činiti značajnu prepreku u razvijanju trgovine i opštem ekonomskom razvoju Kosova. U tom kontekstu, pored drugih zakona koji utiču direktno u oblasti trgovine, trenutno i od posebne je važnosti sada i godinama oblik elektronske trgovine.

Pored manjih pitanja obuhvaćenih u okviru trenutnog zakona za Zaštitu potrošača, oblast elektronske trgovine (e-trgovina), trenutno na Kosovu nastavlja da bude uglavnom nepokrivena i trenutno treba da se predviđa kao primarna. E-trgovina, kao oblik trgovine, predstavlja najčešću praksu obavljanja radova u savremenom svetu, koja sadrži većinu stubova društvenog života kao; trgovina, bankarstvo, zdravstvo, pravosuđe. Dakle, kao jedna od vrsta aktivnosti poslovanja, e-poslovanje pokriva ceo niz trgovinskih transakcija koje se izvode u potpunosti ili delimično, uključujući; reklamacije i promovisanja, odnose između trgovaca, aktivnosti razmenjivanja, elektronske kupovine i podrške poslovnih procesa, kao i delimično i pošiljke putem interneta – jedan otvoreni sistem komercijalizma koji je predstavljen kao vrsta elektronske trgovine.

ii. Bezbednost i kvalitet proizvoda

Uglavnom ovo pravo ima za cilj zaštitu potrošača od oštećenja izazvanim proizvodima, čime se naglašava prema opisu da proizvodi ne trebaju da izazovu štetu kod potrošača tokom upotrebe.

Kosovo je, da bi obezbedilo slobodno kretanje robe i bezbednost proizvodnje na tržištu, odavno je krenulo sa procesom usklađivanja zakonodavstva sa zakonodavstvom Evropske Unije. U vezi sa time, pitanje bezbednosti proizvoda naspram zaštite života i zdravlja potrošača predstavlja predmet Zakona 04/L-78 (2012) o opštoj bezbednosti proizvoda. Nadgledanje sprovođenja ovog zakona kao i sprovođenje novih Evropskih Direktiva za usklađivanje oblasti bezbednosti proizvoda predstavlja deo aktivnosti radi osiguranja zaštite potrošača na tržištu Kosova u jednom kratkom roku.

Štaviše, u okviru programa ‘Slobodna trgovina robom’, koja se odnosi na tehničku pomoć pruženu od strane Evropske Unije radi postizanja stepena pripremanja prema procesu ‘stabilizacije i pridruživanja’, prioritetan cilj se predviđa pravni aspekt, odnosno usklađivanje zakona sa onim iz Evropske Unije, konkretnije ‘bezbednost proizvoda’ posebnom težinom i vrednošću posebno kada se govori o ‘Kvalitetnoj infrastrukturi’

Imajući u obzir značaj delatnosti standardizacije u evropskom sistemu tehničkog zakonodavstva i radi osiguranja bezbednosti proizvoda u zaštiti potrošača, veoma je važno osigurati interese potrošača u aktivnostima standardizacije na svim nivoima (nacionalnom, evropskim i međunarodnim). Stoga, potrebno je uzimati mere kroz koje se potrošačima u Republiku Kosova, prvenstveno, omogućava nadgledanje događaja na ovim nivoima (nacionalnim, evropskim i međunarodnim) u okviru oblasti koji se odnosi sa njihovim interesima, ali i da aktivno učestvuju u stvaranju nacionalnih standarda.

Imajući u obzir ulogu Akreditacije u sprovođenju zakonodavstva naspram novih tehničkih mera, predviđa se kao neophodno uzimanje mera, radi omogućavanja potrošačima u Republiku Kosova nadgledanje rada nacionalne službe za akreditaciju. Sistem akreditovanih laboratorija garantuje poverljivosti rezultata ispitivanja proizvoda na tržištu, istovremeno i kao preduslov za priznavanje ovih rezultata na međunarodnom tržištu.

Akreditacija predstavlja međunarodno priznato sredstvo na relaciji sa profesionalnim i tehničkim sposobnostima laboratorija i istovremeno radi osiguranja poverenja o njihovom radu, dok za proizvod u odnosu na potrošače obezbeđuje osiguranje i kvalitet proizvoda na tržištu.

Strategija MTI za bezbednost proizvoda:

U okviru Ministarstva Trgovine i Industrije ranije je izradjena strategija za razvoj privatnog sektora 2013-2015, u ovoj strategiji, između ostalog, su se takođe bila predviđena neka dejstva za bezbednost neprehrambenih industrijskih proizvoda kao sto su:

➤ Podizanje svijesti potrošača, odnosno

- Imati efikasan sistem za rešavanje žalbi ;
- Od 2013. do kraja 2015. godine da se poveća broj seminara, tribina i publikacija u vezi sa podizanjem svesti o zaštiti potrošača

➤ Tržišni nadzor odnosno industrijski proizvodi koji su u opticaju na domaćem tržištu

- Do kraja 2014 godine uskladnost sa relevantnim zakonodavstvom EU, u područje inspekcije i zaštite potrošača ;
- U periodu 2013-2015 raditi na uspostavljanju saradnje ,na fokusu među- institucionalnom, regionalnom , privatnog sektora i civilnog društva

Zakoni o sigurnosti u EU-ji o proizvodima široke potrošnje /igračke, kozmetika, električni proizvodi, itd.) su jako strogi. Ukoliko se otkrije da je jedno preduzeće proizvelo i pustilo u promet nesigurne proizvode, ima zakonsku obavezu da odmah obavesti sve članice EU-je u kojima je taj proizvod prodat. Ako taj proizvod predstavlja veliki rizik, onda ta kompanija treba da se postara o povlačenju tog proizvoda sa prodaje na tržištu.

Razmena informacija o opasnim proizvodima u regionalnoj mreži

U okviru bezbednosti neprehrambenih proizvoda, postoji regionalna mreža za razmjenu informacija o opasnim proizvodima. Deo ove regionalne mreže su Kosova, Albanija, Srbija, Crna Gora, Bosna i Hercegovina i Makedonija.

Ovaj projekat je pokrenut od strane nemačke organizacije GIZ kako bi se povećala kontrola na tržištu u pogledu sigurnosti proizvoda. Do sada je razmenjeno nekoliko desetina informacija o opasnim proizvodima, takođe su održavane zajednički trajninzi za način identifikovanja proizvoda koji bi potencijalno mogli biti opasni.

iii. Oblast hrane – kvalitet i bezbednost hrane

Službena kontrola predstavlja integralni deo bezbednosti i kvaliteta hrane. Zakon o hrani i zakon o veterinarstvu su osnovni zakoni koji određuju aktivnosti i kompetencije nadležnih organa i samim tim i za Državni Inspektorat za kontrolu hrane.

U cilju postizanja efektivnijih mera službene kontrole, takođe postoje i kompetencije i obaveze nadležnih organa naspram zvaničnih kontrola, gde se za potrebe zvaničnih kontrola predviđa uzimanje i analiziranje uzoraka, odnosno potreba za osiguranje pristupa u rezultatima testiranja kvaliteta. Iz tog razloga, predviđa se kao potrebno i uspostavljanje jednog sistema upravljanja kvalitetom u laboratorijama naspram sprovođenja zvanične kontrole, odnosno radi razvijanja i podsticanja akreditacije laboratorija u skladu sa međunarodnim, evropskim i domaćim standardima. U nekim od zakona, (kao što je za akreditaciju), su određeni zahtevi koji se trebaju ispunjavati od strane ispitnih laboratorija i referentnih laboratorija, njihovih obaveza, kao i način finansiranja troškova analize. U odnosu na domaću ili uvoženu hranu koja predstavlja ozbiljan i neposredan rizik po zdravlje čoveka, potrebno je reagovati odmah i efikasno radi eliminisanja rizika. Zbog ovih i drugih razloga, kroz zakonske odredbe treba razraditi mere, u zavisnosti od stepena opasnosti naspram sprečavanja ili eliminisanja rizika po ljudskom zdravlju.

Danas građani – potrošači predstavljaju važan stub u sistemu informacije za službene kontrole hrane. Organizacija građana kroz civilnog društva, pružanje informacija, debata , odgovornost stranaka da obavesti potrošača mogućih rizika od hrane, su doprineli u podizanju performanse i odgovornost vlasti za kontrolu.

U tom kontekstu EU ukazuje i obavezuje kao standardni deo HACCPa da se omogući potrošačima praćenje proizvodnog procesa.

Agencija za Hranu i Veterinarstvo

Kroz osnivanje ove Agencije, postignuta je realizacija osnovnih odredaba Zakona o Hrani, na taj način, doprinos u postizanju jednog visokog nivoa Zaštite potrošača, odnosno uspostavljanju poverenja kod. Očekuje se takođe da će agencija pružati naučne i tehničke savete koje su neophodne za politiku i zakonodavstvo u oblasti hrane i veterinarstva.

Zadatak Agencije je da zaštiti život i zdravlje ljudi obezbeđivanjem visokog nivoa bezbednosti hrane, uključujući ishranu životinja, zdravlja životinja, dobrobiti životinja i kvaliteta hrane i sigurnosti biljnog i životinjskog porekla .

Da bi zaštitili zdravlje i živote ljudi, Agencija je odgovorna za proveru , verifikaciju i inspekciju hrane i sirovina na svim nivoima u lancu hrane.

Pored njene centralne uloge u procenjivanju, komuniciranju i upravljanju rizikom, Agencija obavlja druge delatnosti koje se povezuju sa analizom rizika. Jedna od ovih aktivnosti je interaktivna razmena informacija i mišljenja naspram rizika sa kompetentnim rizicima, radi stvaranja jedne zajedničke procene prema rizicima. Agencija takođe ima autoritet da koordiniše proces aktivnosti u upravljanju rizikom koja su izvođena od strane relevantnih ministarstava, posebno aktivnosti u vezi sa kontrolisanjem bezbednosti hrane i stočne hrane.

Agencija , preko ovlašćene laboratorije za testiranje i upućivanje, vrši službenu kontrolu prehrambenih proizvoda u smislu sigurnosti i kvaliteta.

Agencija za Veterinarstvo i Hranu kao nadzorno telo svog rada ima Upravni Odbor Agencije. Na okviru Upravnog Odbora Agencije za Veterinarstvo i Hranu nominira se jedan član od strane Udruženja za Zaštitu Prava Potrošača.

Upravni odbor Agencije je odgovoran za nadgledanje dugoročne strategije koju je predložio načelnik Agencije, posle konsultacija sa relevantnim ministarstvima i Naučnog Veća , vodeći računa da se predviđene politike za bezbednost hrane i kvaliteta biti u skladu sa potrebama građana i međunarodnih standarda.

Upravni Odbor usvaja godišnji izveštaj o radu Agencije , predloži program rada, finansijski izveštaj Agencije i prijedloga budžeta Agencije.

iv. Javne usluge

Elektronske Komunikacije

Sada je široko poznato da je digitalna ekonomija nesumnjivo je omogućila i naglašava nove mogućnosti i visoku tražnju od potrošača kao poslednji korisnik elektronskih komunikacija, ali i digitalna revolucija predstavlja izazov u smislu praćenja trendova, gde su svi zajedno zahtevaju veliku pažnju iz regulatorne perspektive.

Potrošači elektronskih komunikacionih usluga suočavaju se sa novim problemima koji su vođeni dostupnošću širokog spektra tehnologije i novih usluga informacija i komunikacije u smislu različitih tehnika, on-line usluga i drugih aplikacija. Identifikacija politika i regulatornih proaktivni mera, pored rešenja ko-regulatorni i samo-regulatorni inicijative sa ciljem obrazovanje i osposobljavanje potrošača, je i ostaje bitna obaveza i posvećenost za zaštitu prava svih korisnika na tržištu, odnosno otvoren svet, transparentan i inkluzivan.

Procenjuje se da elektronske komunikacione aktivnosti jedan od naj profitne industrija savremenog sveta. Mikro i makro ekonomska skala, može se reći da se skoro cela kosovska zajednica u jednom ili drugom obliku obuhvaćena uticajem delatnosti elektronskih komunikacija. Čak iu udaljenim selima zemlje, danas se koriste elektronske komunikacionih usluga za lične ili poslovne potrebe. Za mnoge, socijalno, elektronske komunikacije danas dao all-inclusive ulogu prema društvenim odnosima.

Broj aktivnih korisnika mobilne telefonije na kraju 2014 godine iznosio je preko 1.73 miliona u odnosu na 1.64 miliona u krajem 2013, dok je broj korisnika internet usluga (fiksni pristup) na kraju 2014 godine iznosio je 190.802 korisnika do kraja 2013 godine bio je 167.953 (povećanje od 13,6%).

Penetracija (korisnici na 100 stanovnika) na kraju 2014 godine u segmentu mobilne telefonije je 95.36% u poređenju sa 90,52% na kraju 2013 godine, gde je broj korisnika sa pristupom na broadband (širokopojasne) 3G mobilne uređaje na Smart (smartphone) je dostigao 283.989 korisnika od 104.769 korisnika (rast od 171.06%) nego što su bili u godini 2013. Usluge koje nudi fiksnim mrežama, širokopojasni pristup internetu značajno povećao(13,6%), dok je broj korisnika fiksne telefonije kao i prethodnih godina smanjen za 18,2%.

Evolucija tehnologije tako zvana kao tehnološka konvergencija i ponašanja korisnika kao potrošača elektronskih komunikacionih usluga u smislu rastuće potražnje za pristup Internetu, učinili su da glavni pokretač za razvoj fiksnih mreža biti broadband (širokopojasni) pristup na Internetu i od indikatora i podataka iz izveštaja za Pregled Tržišta primetilo da svih operateri i pružaoci usluga povećali broj korisnika u poređenju sa 2013.

Iz podataka od autoriteta, vidimo da fiksnim i mobilnim mrežama imaju značajnu ekspanziju i razvoj u 2014 godini u kojoj su fiksne i mobilne mreže registrovane samo oko 52 miliona novih investicija i širenje mreže se dešava na dva načina; ulaganje u mrežama zasnovanim / jezgro (jezgro mreže) i pristupna mreža povećanjem udela i kapacitet optičkih vlakana i sklonost ka IP mreža i usluga koje omogućavaju ove mrežama (kao što širokopojasnog pristupa), uključujući i mogućnosti korišćenja telefonske usluge kroz razne VoIP platforme koji nastavljaju da zabeleži veću upotrebu, ne samo u

fiksni mrežama, nego i one mobilne.

Tarife mobilnih usluga u poređenju sa prethodnom godinom, rezultiraju sa tendencijom na njihovo smanjenje, gde su se od napomenuti poređenja nastupane značajne redukcije od strane operatera u ponudi tarife za sve korpe potrošača (visoka potrošnja, prosečna i niska). Prosečni nivo potrošnje za OECD korpu se ispostavi da je vredan 10.40€.

Jedan trend razvoja ove prirode, nužno zahteva duboku koncentraciju naspram zloupotreba operatera, odnosno u čuvanju ekonomskih prava i opštih interesa društva u obliku potrošača. Usklađivanje zakonodavstva ove oblasti sa onim iz Evropske Unije i bezbednost sprovođenja, uključujući sve zainteresovane strane (operatore, regulatore, državne institucije, civilno društvo) predstavlja jedan od prioriteta programa 2016-2020.

Regulatorni Autoritet za Elektronsku i Poštansku Komunikaciju (RAEPK)

Regulatorni Autoritet za Elektronsku i Poštansku Komunikaciju, na osnovu člana 142 Ustava Republike Kosova je osnovana kao nezavisna institucija od strane Skupštine, da reguliše društvene odnose u sektoru elektronskih komunikacija i poštanskih usluga, u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama br. 04 / L-109 i Zakon o poštanskim uslugama, br. 03 / L-173, kao i razvojne politike u sektoru elektronskih komunikacija 'Digitalna agenda za Kosovo od 2013 do 2020 godine "i stratešku politiku Poštanskih Usluga u Republiku Kosova 2013-2017.

RAEPK je pravna osoba i javna, samofinansirana, neprofitna, nezavisna, koja reguliše aktivnosti elektronskih komunikacija, uključujući zaštitu prava potrošača. Autoritet se upravlja od Upravnog Odbora, imenovan od strane Skupštine, koja je samostalna u donošenju odluka.

Jedan od glavnih ciljeva RAEPK u vezi sa potrošačima (krajnjim korisnicima) elektronskih komunikacija:

- Obezbediti uslove da svaka kategorija korisnika elektronskih komunikacionih usluga, uključujući i korisnike sa posebnim potrebama, koristi maksimalno alternativne usluge, visok kvalitet i u skladu sa standardima koje je usvojila RAEPK;
- Zaštita interesa korisnika elektronskih komunikacionih usluga, za zaštitu ličnih podataka i privatnosti
- Do kraja 2016. godine, 70% stanovnika Republike Kosova treba da budu u stanju da brže koriste Internet vezu 30Mbps ili tačnije 100% stanovnika do 2020. godine.

Promocija interesa potrošača od RAEPK se vrši preko;

- Informisanja i vaspitanja korisnika o njihovim pravima i obavezama;
- Razmotrenje i rešavanje primena specifičnih grupa (osobe sa invaliditetom, dece, itd);
- Procesiranje, kontrola operatora u usklađivanje internih akata sa odredbama zakona i propisima Autoriteta;
- Učestvovanje u raznim aktivnostima različitih institucija i organizacija koje se bave zaštitom interesa potrošača;
- Osiguranje univerzalnog pristupa u javnim službama komunikacije i poštanskih usluga svim korisnicima širom teritorije Kosova;
- Promovisanje jasne informacije o cijenama, tarifama i uslovima za korišćenje usluge;
- Saradnja na međunarodnom nivou sa međunarodnim organizacijama i institucijama koje se bave interesima potrošača i učešće u radu tehničkih i stručnih grupa;
- Objavljivanje podataka i obavijesti nadležne organe.

Zaštita prava potrošača osigurava se jednostavnim procedurama i olakšanog pristupa u postupcima između potrošača i javnih komunikacijskih i poštanskih usluga. Autoritet rešava konflikte na osnovu podnetog i prihvatljivog zahteva stranka ili stranke interesa.

Navedene aktivnosti za promovisanje i zaštitu interesa potrošača obavljaju se od zvaničnika

zaduženim za potrošačke poslove i / ili od funkcionalnih komisija odlukom Upravnog odbora RAEPK, koje imaju nadležnosti i ovlašćenja utvrđene po propisima i odlukama.
Rad u komisijama se uglavnom karakteriše ostvarivanjem dve uloge i mandata;

Prevenција u cilju zaštite prava potrošača

- Informisanje i edukacija potrošača o njihovim pravima i obavezama;
- Objavljivanje potrebne informacije i uputstva za potrošače koji su korisnici javnih usluga komunikacije i poštanskih usluga na sajtu Autoriteta, u novinama ili na bilo koji drugi način koji odgovara;
- Obrada, kontrola i predlaganje amandmana u internim aktima operatora izdatih u skladu sa zakonom i propisima Autoriteta;
- Istraživanje, analiza i kontrola usluge koje se pružaju na tržištu, predložene mjere za preventivu u cilju zaštite prava potrošača i iniciranje revizije na osnovu žalbi ili na vršenje nadležnosti po službenoj dužnosti "Ex Officio";
- Učestvuje u radu stručnih organizacija i javne rasprave o pravima i zaštiti prava potrošača;
- Priprema različite izveštaje za internu i eksternu upotrebu.

RAEPK je bio član radne grupe za izradu strategije "Zaštita dece od opasnosti na Internetu - PROCON", koji se upravlja od strane Kancelarije Evropske Unije na Kosovu i finansirala štampanje 1200 smernica za roditelje i vaspitače i smernica za decu, povezane sa Online bezbednošću dece, koja će biti distribuirana u školama na Kosovu.

RAEPK takođe, sa ciljem svijesti o pravima potrošača je šampala vodič za prava krajnjih korisnika (potrošača), koji se distribuiraju u prodajnim mestima operatora.

v. Energija

Obezbeđivanje odgovarajućih standarda u pogledu snabdevanja energijom predstavlja ključni element zaštite potrošača . Za ovu svrhu , Energetska regulatorna kancelarija na osnovu zakona deluje kao determinant standarda kvaliteta i usluga napajanja i poseban značaj pridaje procedurama zaštite potrošača. Ove procedure su pored zaštite potrošača su takodje usmerene na poboljšanje performansi preduzeća odgovornih u vezi sa svojim potrošačima.

U tom smislu , u odnosu na programu za zaštitu potrošača 2016-2020, Regulatorna kancelarija za energetiku je predviđen kao glavni nosilac kada je u pitanju izlaganja i implementacija primarnog i sekundarnog zakonodavstva.

Regulatorni Ured za Energiju (RUE)

Regulatorni Ured za Energiju (RUE) je nezavisna agencija osnovana od strane Skupštine Republike Kosova, u skladu sa članom 119.5 i 142 Ustava Republike Kosova. Ovlašćenja, dužnosti i funkcije RUE su definisani u Zakonu o energetsom regulatoru br. 03 / L-185, uključujući: stvaranje i održavanje efikasnog, transparentnog i nediskriminatornog eneretskog tržišta; utvrđivanje uslova za izdavanje dozvola za obavljanje delatnosti u oblasti energetike; utvrđivanje uslova za davanje odobrenja za izgradnju novih kapaciteta; nadgledanje i nega za poboljšanje sigurnosti snabdevanja energijom; postavljanje razumne kriterijume i uslove za obavljanje energetske delatnosti na osnovu tarifne metodologije; praćenje i sprečavanje stvaranja dominantnog položaja i anti-konkurentnih praksi od strane energetskih kompanija, kao i rešavanje žalbi i sporova u energetsom sektoru.

Regulatorne aktivnosti imaju značajan uticaj na krajnje korisnike. U principu ovo nije samo o tarife/cene kada kupac direktno ili gotovo odmah doživljava uticaj regulatornih odluka, već i razvoj procedura u vezi sa žalbama i drugim pitanjima od interesa za potrošače, i koji su efikasni samo kada su potrošači svesni njih. Kao nezavisno telo, RUE može doneti pravila da garantuje fer konkurenciju i informacije za potrošače o njihovim pravima, postojeće zakonodavstvo, novi ugovor i procedure za rešavanje žalbi i sporova. Za tu svrhu Kancelarija energetskog regulatora 2006 godine usvojila Pravilnik o opštim uslovima za isporuku električne energije i Pravilnik o postupku za rešavanje sporova u energetskom sektoru, pravila i druge procedure koje imaju za cilj da se utvrdi prava i obaveze ovlašćenih i potrošača RUE u svojoj organizacionoj strukturi je stvorio Department zaštite potrošača, koje glavne aktivnosti su da prate sprovođenje pravila i procedura koje regulišu kvalitet usluga energetskih kompanija, kao i zaštitu potrošača.

Glavne aktivnosti RUE u vezi potrošača su:

- Informisanje i edukacija potrošača o njihovim pravima i obavezama;
- Praćenje sprovođenja primarnog i sekundarnog zakonodavstva odobrena od strane Odbora RUE;
- Razmatranje i usaglašavanje procedura za licence u skladu sa važećim zakonom;
- Učestvovanje u raznim aktivnostima različitih institucija i organizacija koje se bave zaštitom interesa potrošača
- Uveravanje da potrošači dobijaju fer tretman i nediskriminaciju u snabdevanju električnom energijom od dobavljača, kao i otvoren pristup informacijama od dobavljača;
- Proveru da li ima transparentne ugovorne odnose sa dobavljača;
- Da bih podneli žalbe u skladu sa odredbama Pravilnika o postupku rešavanja sporova u energetskom sektoru, protiv svih nezakonitih radnji ili propusta dobavljača;
- Razviti i sprovesti kampanju za podizanje svesti za zaštitu potrošača;
- Sarađuje sa različitim grupama kupaca za zaštitu potrošača;
- Objavljivanje potrebne informacije i uputstva za kupce u dnevnim novinama i na internet stranici RUE.

RUE u saradnji sa drugim zemljama članicama Energetske zajednice objavio je brošuru putem koje informiše kupce električne energije sve da od 1. januara 2015 kupci imaju pravo da biraju snabdevača. Ova brošura je da informiše potrošače o postupcima za promenu dobavljača i njegovih mogućih koristi

Voda

Osnovna svrha ekonomske regulative je da u odnosu na ono što su monopolne usluge kao sto su javne usluge za vodu i kanalizaciju (i trenutno onih otpada) interesi potrošača su zaštićeni od eventualnih zloupotreba.

Preko regulisanja korisničkog servisa je važno osigurati da su operateri odgovorni prema potrošačima i imaju pristup koji je usmeren potrošačima.

Regulatorni Ured za Vodu i Kanalizacije (RUVK)

(RUVK) je nezavisni ekonomski regulator vode i kanalizacije na Kosovu.

Uloga RUVK je da obezbedi pružanje kvalitetnih usluga, efikasan, bezbedan u nediskriminatornoj osnovi za sve potrošače na Kosovu, uzimajući u obzir zaštitu životne sredine i javnog zdravlja.

U skladu sa Zakonom br. 03/L-086, za njihov rad, RUVK odgovara (polaže račune) Skupštini Kosova koja imenuje Direktora i Zamenika Direktora RUVK na bazi preporuka Vlade Kosova.

Standardi službe

Nivo usluga koje davaoci usluga su dužni da se pridržavaju prilikom pružanja usluga za vodu i otpadne

vode je definisana u Pravilniku o minimalnim standardima za službe vodovod i kanalizaciju.

Potrošačka karta i ugovor usluga

Prava i obaveze za Potrošače i pružaoce usluga određuju se sa Potrošačka kartom koja je opšta izjava da su svi provajderi licencirani od strane RUVK donetih na osnovu Uredbe Potrošačkom kartom za vodovod i kanalizacija, detalnije prava i obaveze potrošača su definisani ugovorom usluga koja mora biti potpisana od strane pružalaca usluga sa svim svojim potrošačima.

Potrošački Savetodavni Odbor

Jedan od oblika rješavanja pitanja vezanih za korisnički servis je kroz Potrošačkog Savetodavnog Odbora (PSO). PSO su organi koji su osnovani od strane RUVK u svim (7) regionima gde regionalne usluga posluju sa vodom i komunalnim uslugama. Ove PSO se sastoje od jednog predstavnika svake od opština predloženih od dotičnih opština i imenovanim od strane RUVK. Glavna uloga PSO je da razmatra i preporučuje RUVK u vezi sa žalbama potrošača da se žalbe nisu pravilno tretirane od strane pružaoca usluga.

v. Finansijske usluge

Term finansijske usluge znači bilo koje pružanje finansijskih usluga od institucija licenciranih / registrovanih u okviru svoje finansijske aktivnosti, bez obzira da li su usluge: bankarstva, osiguranja ili penzija.

U ranim fazama uspostavljanja finansijskih usluga, kosovske vlasti su uglavnom bile fokusirana na razvoj finansijskog tržišta sa ograničenom pažnjom na zaštitu potrošača. Međutim, sa rastom finansijskog sektora i činjenice da potrošači sa manje finansijskih mogućnosti su počeli da koriste više finansijskih usluga, pažnja je usmerena i na njihovu zaštitu.

Centralna Banka Kosova (CBK)

U svim politikama koje se odnose na finansijski sektor i njegove interakcije sa klijentima, CBK će slijediti četiri ciljeve vezane za Strategiju CBK.

Sve predložene politike finansijskog sektora u oblasti zaštite i razvoja finansijske sposobnosti potrošača će imati za cilj da podrži ove ciljeve koji se odnose na: i) uključivanje, unapređenje održivog razvoja i zvučnog finansijskog sektora, ii) stabilnost finansijskog sektora iii) integritet svih davalaca finansijskih usluga, i iv) zaštita potrošača, tako da su oni pošteno tretirani.

U okviru svog rada u vezi sa zaštitom potrošača, od strane CBK u 2014 je funkcionalizovano Department za razmatranje pritužbi, trenutno vidi se značajan napredak u rečenju žalbi iz ove divizije.

Pravne i institucionalne osnove za zdravu zaštitu potrošača već postoje ili u okviru CBK kao izdavač dozvola, regulatoran i nadzorni, čak i ako su u okviru finansijske institucije koje rade na Kosovu.

Unapređenje pravnog okvira kao kontinuirani proces će takođe uticati dodatno povećanjem kvaliteta zaštite potrošača u oblasti finansijskih usluga. CBK u Strategiji 2015-2019 je postavila ciljeve u okviru svojih ovlašćenja da usvoji i ažurira zakonske akte i da doprinese implementiranju zakona u cilju poboljšanja kvaliteta i kvantiteta pravnog okvira. Pored unapređenja zakonskog okvira će dodatno ojačati nadzor nad sprovođenjem pravnog okvira od strane finansijskih institucija. Pravni osnov i njegova primena su nerazdvojni komponente u zaštiti potrošača. Ovo povećava transparentnost finansijskih institucija i širenju informacija o finansijskim proizvodima koji neminovno utiču na rast kvaliteta finansijskih proizvoda koji se nude.

Takođe CBK je preduzela konkretne korake u pogledu finansijskog obrazovanja korisnika finansijskih

usluga, u cilju stvaranja odgovarajućeg kulture finansiranja, koji pomaže sve zainteresovane strane da preduzmu odgovarajuće odluke. Sposobnost potrošača da razume finansijske informacije takođe treba ojačati u saradnji sa svim zainteresovanim stranama. Ovo će se postići kroz širenje aktivnosti na podizanju svijesti potrošača finansijskih usluga za svoja prava koja CBK ima za cilj da se postigne tokom ovog perioda.

Unapređenje pravnog okvira, povećanje transparentnosti rada finansijskih institucija, kao i dalji razvoj funkcije finansijske pismenosti potrošača - korisnika bankarskih i finansijskih usluga su oblasti u kojima će Centralna Banka Kosova fokusirati većinu svojih aktivnosti u naredne četiri godine u sprovođenju politike zaštite potrošača.

VII. CILJEVI I MERE ZA DALJE USKLADIVANJE ZAKONODAVSTVA

1. Zakoni i regulative za jačanje nadležnosti MTI-a

Ministarstvo Trgovine i Industrije predstavlja jednog od javnih aktera u obliku ključnih institucija u odnosu na zaštitu prava potrošača. Samo Department za Zaštitu Potrošača (kao što je navedeno) ispunjava ulogu jednog centralnog koordinatora duž različitih oblasti koja se povezuju ili predstavljaju direktan ili indirektan uticaj pored poštovanja Kosovskog potrošača, kako u pogledu izrade politika, takođe i kada se radi o izradi pravog okvira ove oblasti.

Štaviše, pored divizije za Infrastrukturu kvaliteta deo Departmenta za Industriju (istovremeno koordinator ove mreže), poznato je da Ministarstvo Trgovine i Industrije pokriva četiri drugih stubova, značajnih komponenti infrastrukture kvaliteta, koja ujedno, takođe utiče na obezbeđivanje većeg kvaliteta prema poštovanju prava potrošača na tržištima Kosova (odnosno prema Kosovskim potrošačem), kao:

1. Tržišni Nadzor (inspekcija) , koja se bavi nadzorom sprovođenja zakona na tržištu, u isto vreme sprovođenja prava potrošačke praksi.
2. Standardizacija (Agencija za Standardizaciju) je nacionalno telo koje odobrava standarde ih dopunjuje kako bi se stvorila osnova za konkurentnost u regionu i šire;
3. Metrologija vrši verifikaciju, ispitivanje i kalibraciju mernih instrumenata na Kosovu , kao što su, električnih brojlara , masa mernih instrumenata , termometri, voltmetri , i vrši kontrolu kvaliteta plemenitog metala.
4. Akreditacija (Direkcija za Akreditaciju) je nacionalni organ koji, u skladu sa međunarodnim standardima procenjuje tehnička kompetentnost tela za ocenjivanje usaglašenosti za obavljanje aktivnosti kao što su testiranje, kalibracija, sertifikacija i inspekcije, kako u javnom i privatnom sektoru.

Ministarstvo Trgovine i Industrije takođe predstavlja okrilje nad ostalim sektorima koji, kao koordinatori, na direktan ili indirektan način kroz sektorsko zakonodavstvo, mogu da utiču na pružanje kvalitetnijih proizvoda ili usluga na tržištu Kosova, ovde se posebno obuhvataju Department kao što je Department za trgovinu i industriju.

Tabela 1: Obaveze, nosioci i predviđen period za transponovanje uredbi koja se odnose na Zaštitu potrošača u Ministarstvu za trgovinu i industriju

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući finansijski izvori
			Godina:
Department za	Izmene i dopune Zakona za	2016 /	Redovni budžetski izvori

zaštitu potrošača	zaštitu potrošača sa ciljem: 1) Usklađivanja sa ostalim zakonima i uredbama koja se odnose na oblasti i pitanja zaštite potrošača. 2) Usklađivanje sa aktuelnim uredbama i ostalim odredbama Evropske Unije prema zaštiti potrošača, kao: - Izlaganje direktive 2011/83/EU o prvu potrošača - ... u odnosu na elektronsku trgovinu - ... u odnosu na finansijske usluge	2020	Ministarstva za Trgovinu i Industriju
Nadgledanje tržišta (Inspektorat)		2016 / 2020	
Agencija za standardizaciju	Zakon o izmenama i dopunama Zakona br. 03 / L - 144 za standardizaciju	2016 / 2020	Redovni budžetski izvori Ministarstva za Trgovinu i Industriju
Agencija za Metrologiju	Uredba o mernih instrumenata; Uredba o neautomatskih instrumenata mase (NAVI) .	2016 / 2020	Redovni budžetski izvori Ministarstva za Trgovinu i Industriju
Department za Akreditaciju	Izrada novog Zakona o akreditaciji	2016 / 2020	Redovni budžetski izvori Ministarstva za Trgovinu i Industriju
Department za Trgovinu	Zakon o anti - damping, Zakon za zaštitne mere, Zakon o poljnotrgovinskom uvoz	2016 / 2020	Redovni budžetski izvori Ministarstva za Trgovinu i Industriju
Department za Industriju	Administrativno Uputstvo Vlade za odobrenje tela za ocenjivanje usaglašenosti ; Administrativno Uputstvo Vlade za priznavanje stranih dokumenata za poštovanje ; Uredba o niskonaponske opreme ; Uredba o elektromagnetske kompatibilnosti; Uredba o bezbednosti liftova ; Uredba o gasne aparate .	2016 / 2020	Redovni budžetski izvori Ministarstva za Trgovinu i Industriju
Department za regulisanje	Primena zakona o trgovini sa naftom, naftnih derivata i	2016 / 2020	Redovni budžetski izvori Ministarstva za Trgovinu i

Tržišta nafte i za Strateške Robe	obnovljivih goriva kroz : Administrativno Uputstvo za dozvole; Administrativno Uputstvo o korišćenju goriva; Izmena Administrativnog Uputstva za gorivo Sprovođenje Administrativnog Uputstva o načinu ovlašćenja za tela za ocenjivanje usaglašenosti.		Industriju
-----------------------------------	---	--	------------

2. Zakoni i sektorske regulative za jačanje nadležnosti relevantnih institucija izvan Ministarstva za Trgovinu i Industriju

Kao što je već pomenuto sličnim ili drugim rečima, deo obaveza i odgovornosti za zaštitu potrošača predstavlja takođe koordiniranje radova između srodnih nadležnih institucija u odnosu na sprovođenje prava potrošača.

Sa aspekta šire zakonodavne infrastrukture, postoji jedna dobra osnova za dalje unapređivanje stanja u odnosu na zaštitu pozicije i ustavnih i zakonskih prava građanina Kosova. U tom pogledu, nadležne institucije za zakonodavstvo koje se predviđa da utiče direktno ili indirektno na sprovođenje prava potrošača, shodno tome ciljevi kroz koje se nastoji poboljšanje trenutnog stanja tokom narednih pet godina su ogledani kao u narednoj tabeli.

Tabela 2: Obaveze, nosioci i predviđen period za transponovanje uredbi koja se odnose na Zaštitu potrošača od relevantnih aktera izvan Ministarstvu za trgovinu i industriju

Nosioci	Ciljevi	Trajanje	Mogući finansijski izvori
			Godina:
Agencija za Hranu i Veterinarstvo	1.Funksionaliziranje svih regionalnih kancelarija i integraciju opštinskih inspektora u AVH , zbog sigurnosti i kvaliteta hrane , u cilju efikasnije koordinacije rada. 2. Proširenje obima akreditacije za hranu i	2016 / 2020	Redovna budžetska sredstva Vlade Kosova , naročito AVH

	veterinarske laboratorije koja deluje pod AVH, eventualno sa međunarodnim akreditacijama.		
Ministarstvo Poljoprivrede	1. Kompletna promena Zakona o H. Kompletna promena Zakona o Hrani br. 03 / L-016 . 2. Amandman Zakona o Veterini br. 2004/11. 3. Izrada podzakonskog akta koja proističe iz Zakona o propisima Hrane higijenskog paketa, u vezi bezbednosti i kvaliteta hrane, otkrivanja, prezentacije i nutritivnih vrijednosti hrane. Amandman Zakona o Veterini br. 2004/11 . 3. Izrada podzakonskog akta koja proističe iz Zakona o propisima Hrane higijenskog paketa, u vezi bezbednosti i kvaliteta hrane , otkrivanja, prezentacije i nutritivnih vrijednosti hrane.	2016 / 2020	Redovna budžetska sredstva Ministarstva Poljoprivrede
Ministarstvo Obrazovanja	Izrada smjernica za nastavu na temu zaštite potrošača. Razvoj nastavnih planova i programa za osnovne i srednje škole o "zaštiti potrošača"	2016 / 2020	Redovna budžetska sredstva Ministarstva Prosvete
Ministarstvo Pravde	Izrada Civilnog Kodeksa Kosova. Jedna od glavnih komponenti civilnog koda je zakon o obligacionim odnosima koje reguliše aspekte proizvoda na garanciju kupca.	2016 / 2020	Redovni budžetska sredstva Ministarstva Pravde
Autoriteti za elektronsko i poštansko komuniciranje	1. Usvajanje pravilnika o sadržaju ugovora , obelodanjivanje informacija i zaštite drugih interesa potrošača ; 2. Do kraja 2016. godine , 70 % stanovnika Republike Kosova treba da budu u	2016 / 2020	Redovni budžetska sredstva Regulatornog Autoriteta za Elektronsku i Poštansku Komunikaciju.

	moćnosti da koriste Internet vezu 30Mbps ili brži, odnosno 100% stanovnika do 2020 godine; 3. Uspostavljanje platforme da dozvoli krajnjim korisnicima da nezavisnu procenu troškove alternativnih paketa usluga.		
Autoritet za Energetiku	1. Razmatranje i izrada dopuna tog pravila za rešavanje žalbi i sporova u energetskom sektoru ; 2. Razmatranje standarde kvaliteta i snabdijevanje usluga električnom energijom	2016 / 2020	Redovnih budžetskih sredstva Regulatorne Kancelarije za Energetiku
Autoritet za vodovod i kanalizaciju	Implementacija Zakona 03 / L-086 o aktivnostima pružaoca usluga vode, kanalizacije i otpada; Predlog uredbe o zaštiti potrošača ; Revizija Pravila Potrošači Savetodavni Odbor ; Razmatranje pravila potrošačke karte; Razmatranje pravila za minimalnih standarda pružaoima usluga voda Osnivanje Deparrtmenta za Zaštitu Potrošača	2016 / 2020	Redovni budžetska sredstva Autoriteta za Vodu i Kanalizaciju
Centralna Banka Kosova	Doprinos u razmatranje i dopunama Zakona o bankama; Doprinos u izradi Zakona o mikrofinansijskih institucija i finansijskih institucija ; Pregled i završetak postupka za rešavanje pritužbe ; Doprinos u razmatranje i dopunama Zakona o osiguranju ; Doprinos u razmatranje i dopunama Zakona o penzionim fondovima; Razmatranje i završetak propisa penzijskog fonda; Nacrt propisa za zaštitu. korisnika finansijskih usluga.	2016 / 2020	Redovna budžetska sredstva Centralne Banke Kosova

VIII. CILJEVI I MJERA NA DALJEM JAČANJU ADMINISTRATIVNIH KAPACITETA

Kada je reč o daljem jačanju administrativnih kapaciteta, obzirom na ograničene aktuelne kapacitete u odnosu na profesionalne kadrove usmerene direktno prema pravima potrošača, program za zaštitu potrošača 2016-2020. je prvenstveno fokusiran ili potražuje mogućnost povećanja ljudskih i/ili profesionalnih kapaciteta u odnosu na ove institucije, u ovom slučaju kao kada se radi o:

- Department za Zaštitu Potrošača;
- Savet za Zaštitu Potrošača;
- Udruženja za Zaštitu Potrošača.

1. Jačanje Departmenta za Zaštitu Potrošača

Department za Zaštitu Potrošača predstavlja jednu relativno novu ovlasti u novoj državi Kosova, odnosno poslednjem odeljenju stvorenom od kraja 2012 godine u okviru institucije Ministarstva za Trgovinu i Industriju, uglavnom kao rezultat okolnosti i novim vremenskih okolnosti. U trenutnom stanju, struktura Departmenta za Zaštitu Potrošača se sastoji od tri administrativna službenika, odnosno prema sledećem redosledu:

- Rukovodioca Department za zaštitu potrošača;
- Jednog visokog službenika za zaštitu potrošača, kao i;
- Jednog službenika za zaštitu potrošača.

Kao što je već navedeno, što se tiče rada Department za Zaštitu Potrošača u MTI, konkretnije u sažetku radova ovog departmenta, konkretnije se odnosi na odgovornost koordiniranja radova između zainteresovanih strana, uključujući javni i privatni sektor u okviru uglavnom četiri ključnih prostorija/odgovornosti, kao:

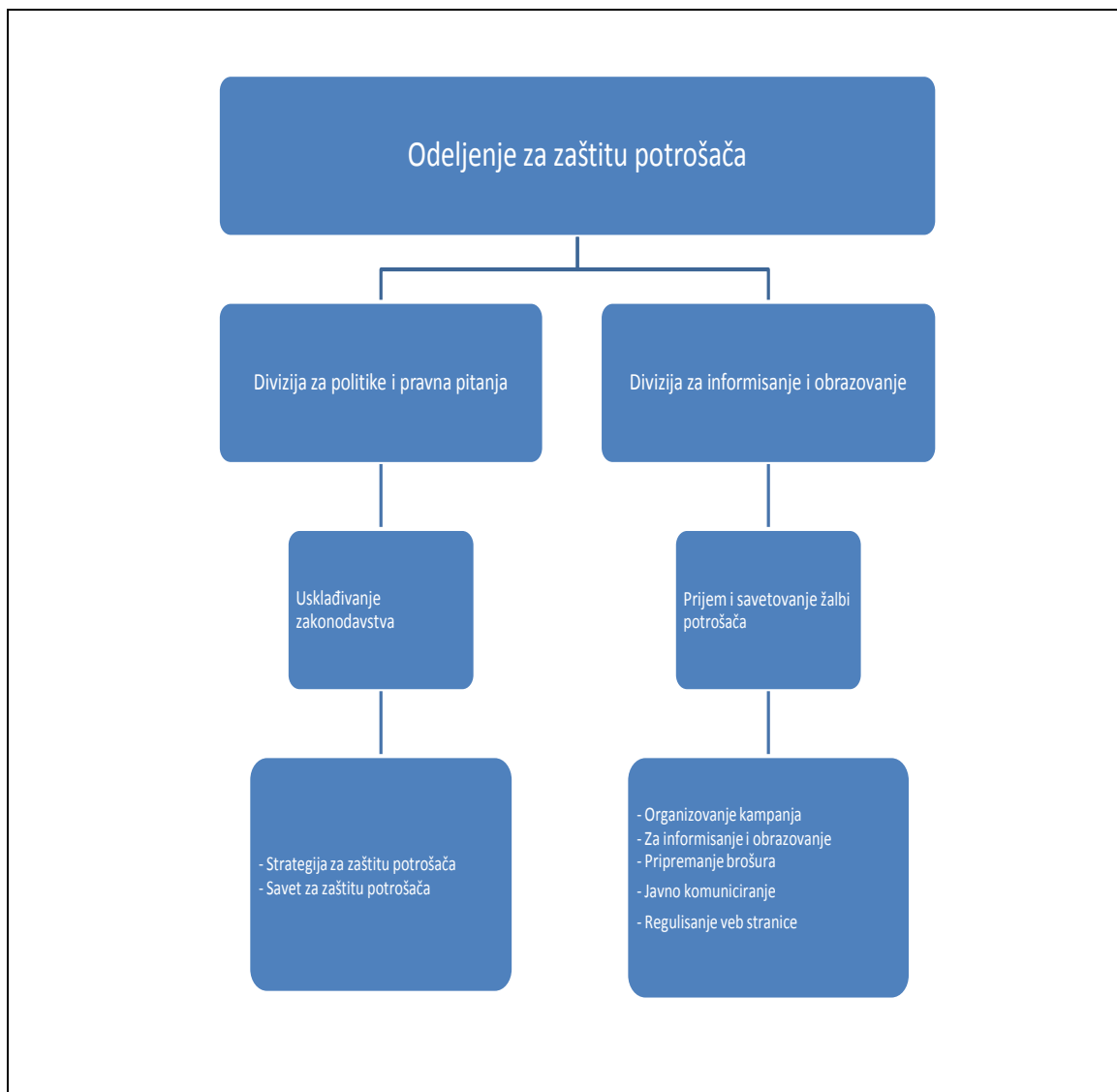
1. Izradi i sprovođenju politika kroz 'Program za Zaštitu Potrošača';
2. Izradu i sprovođenje primarnog i sekundarnog zakonodavstva iz oblasti zaštite potrošača;
3. Kampanjama podizanja svesti prema potrošaču o njihovim pravima
4. Upravljanju žalbama kao koordinaciono telo između potrošača i organizma sprovođenja (nadležnih inspektorata).

Imajući u obzir da obaveze i odgovornosti Department za zaštitu potrošača zahtevaju znanje i kapacitete, odnosno znajući činjenicu da se radi o jednoj relativno širokoj oblasti, koja u normalnim okvirima zahteva cenjenu i dostojanstvenu posvećenost u okviru bilo koje države ili društva, onda, kao prvi korak, videlo se potrebnim povećanje ljudskih administrativnih kapaciteta u okviru samog ovog dokumenta.

Uzimajući u obzir značaj i vrednosti kada se radi o značaju i pravu potrošača, pitanje koje je veoma razrađeno posebno u dva prva poglavlja ovog programa, preporuke programa Evropske Unije IPA (*Instrument for pre-accession assistance* – instrumentacija, podrška pred-pristupanja) 'Podrška slobodnom kretanju roba', takođe sugerise povećanje broja i jačanje nadležnosti radnika u okviru Department za zaštitu potrošača. U tom pogledu, prvenstveno, predviđa se da Department ima dve odgovarajuće divizije:

1. Divizija za izradu i sprovođenje politika i zakonodavstva
2. Divizija za promovisanje podizanja svesti i razmatranje žalbi

Slika 1: *Nadležnosti Department prema preporuci projekta EU-a*



2. Proširenje Saveta za Zaštitu Potrošača

Zaštita potrošača predstavlja multidisciplinarnu oblast i za to se vidi kao neophodna saradnja sektorski politika. Proširenje Saveta za Zaštitu potrošača predviđi se kao neophodno za dalji razvoj zaštite potrošača. Konkretno se predviđi da u budućnost, Savet za Zaštitu Potrošača da bude predstavljen od strane svih aktera u oblasti zaštite potrošača.

Na osnovu aktuelnog Zakona o zaštiti potrošača, koji je osnovan odlukom Vlade Republike Kosovo, Savet za Zaštitu Potrošača funkcioniše na osnovu uredbe o radu koja je izrađena od strane samog Saveta, gde se određuje način rada, delokrug i organizovanje saveta.

U odnosu na način i delokrug rada, Savet za Zaštitu Potrošača je pre svega odgovoran za izradu politike ili programa (strategije) za zaštitu potrošača, koja se odnosi na:

- Analiziranje i razmatranje dešavanja na tržištu u odnosu na potrošača, odnosno predlaganje relevantnih mera za regulisanje tržišta i zaštitu potrošača u odnosu na politike, zakonodavstvo, administrativne kapacitete i podizanje svesti.

U odnosu na sprovođenje Programa za Zaštitu Potrošača, Savet za Zaštitu Potrošača kao odgovoran za izradu ovog programa, u obavezi je da izveštava:

- Ministarku Ministarstva za Trgovinu i Industriju; kao i
- Vladi Kosova u slučajevima kolektivnih prekršaja prava potrošača.

U odnosu na organizovanje saveza zatim, prvenstveno je odlučeno da se on (savet za zaštitu potrošača), sastoji od sedam (7) članova, gde su prema aktuelnom stanju:

- Dva (2) predstavnika iz MTI-a, odnosno jedan od Department za Zaštitu Potrošača (istovremeno i predsedavajući saveta) i drugi iz Department za opasne proizvode u okviru Tržišne Inspekcije;
- Jednog (1) predstavnika iz Agencije za Hranu i Veterinarstvo;
- Jednog (1) predstavnika iz Privredne Komore Kosova;
- Jednog (1) predstavnika iz Kosovskog Poslovnog Saveza;
- Jednog (1) predstavnika iz Nevladinog Udruženja 'Potrošač';
- Jednog (1) nezavisnog eksperta iz oblasti zaštite potrošača.

i. Obuhvatanje zainteresovanih strana iz sektorskih oblasti

Kada govorimo o pravima potrošača na Kosovu, uzimajući u obzir okolnosti aktuelnog stanja u odnosu na neke od prethodnih godina, smatrano je preko potrebnim da, uzimajući u obzir ozbiljnost i trenutne zahteve, posebno onih predstavljenih od strane Evropske Unije, da se Savet za Zaštitu Potrošača proširi za sedam (7) članova kao što je u trenutnom stanju i da se priključe i 5 drugih članova iz relevantnih javnih oblasti, radi stvaranja jednog saveta od 12 članova, odnosno iz sledećih institucija:

1. Ministarstvo Finansija
2. Regulatorni Ured za Vodu i Kanalizaciju
3. Regulatorni Autoritet za elektronske i poštanske komunikacije
4. Regulatorni Ured za Energetiku
5. Nezavisna Komisija za Medije

Proširenje Saveta za Zaštitu Potrošača je u stvari bio i još uvek jeste preporuka programa Evropske Unije IPA (*Instrument for pre-accession assistance* – instrumentacija, podrška pred-pristupanja), gde se između ostalog preporučuje da, izrada programa za zaštitu potrošača 2016-2020. obuhvati ekspertizu iz pet relevantnih oblasti kao što je gore navedeno.

3. Podržavanje Udruženja za Zaštitu Potrošača

Kao što je pomenuto i u jednom od gore navedenih poglavlja, kada se radi o Udruženjima za zaštitu potrošača, slobodno se može reći da u aktuelnoj realnosti, pored NVO-a 'Potrošač', aktuelno ne postoji neki drugi predstavnik u obliku NVO-a koji se isključivo bavi sa pravima potrošača (isključujući one koje se bave drugim programima, tj. ne NVO koje se bave isključivo sa zaštitom prava potrošača).

Svakako, iz iskustva regionalnih zemalja i (ponovo) uz preporuku programa Evropske Unije IPA (*Instrument for pre-accession assistance* – instrumentacija, podrška pred-pristupanja), pod nedostatkom

privatnog sektora finansiranja, postoje dve vrste oblika osnaživanja, odnosno jačanja i podizanja administrativnih kapaciteta, to u saradnji sa javnim sektorom, prvenstveno kroz dva oblika, kao:

i. Jačanje saradnje sa nevladinim organizacijama

Department za Zaštitu Potrošača, odnosno MTI će pokušati stalno da se angažuje za institucionalno partnerstvu sa kosovskim NVO koje deluju u korist potrošača, imaju dugoročni rekord i redovnu performansu, imaju dovoljno kapaciteta i kompetencija, značajno poznavanje oblasti i afiniteta prema kosovskom društvu.

Partnerstva ove vrste imaju za cilj sinergiju znanja, kompetencija i kapaciteta, sa znanjem i iskustvom kako bi se postigli strateški ciljevi kosovske nacionalne saradnje u vezi zaštite potrošača.

Department za Zaštitu Potrošača će raditi na podsticanju aktera za njihovo sektorsku aktiviranje u zaštitu potrošača. U tom smislu, će podržati nevladine organizacije u cilju podizanja svesti zainteresovane strane da se aktiviraju u različitim sektorima za njihova, prava, interesa i dostojanstva potrošača građana.

Na osnovu njihovog iskustva u programu rada, NVO Kosova će biti ponuđena mogućnost saradnje da doprinesu u edukaciji kosovskih potrošača, podizanje svesti o zaštiti potrošača, jačanje nacionalne i međunarodne debate, kao i prema drugim humanitarnim pitanjima.

IX. CILJEVI I MERE O INFORMISANJU I OBRAZOVANJU POTROŠAČA

Podizanje svesti o pravima potrošača u javnosti na Kosovu je poboljšano u poslednjih nekoliko godina, nakon niza uspešnih aktivnosti koje su preduzete od strane Departmenta za Zaštitu Potrošača. Međutim, znanje potrošača o njihovim pravima je i dalje relativno nisko i ovaj program ima za cilj uzdizanje na dobrom poslu obavljenom u podizanju svesti tokom 2010-14, planirajući širok spektar daljih aktivnosti za period 2016-20.

Ove aktivnosti se mogu podeliti u tri kategorije:

- Kratkoročna pitanja za ranu implementaciju: ona pitanja koja mogu u principu da se sprovedu i sada, u smislu postojećih okolnosti na Kosovu.
- Srednjoročna pitanja za implementaciju tokom druge polovine perioda: ona zahtevaju više vremena za izvršavanje, zahtevaju preliminarni rad koji prvo treba da se obavi, i mogu takođe predvideti promene i razvoj u praksi potrošača i maloprodaji na Kosovu.
- Aspiracione opcije: koje mogu biti izazovne za potpuno ispunjavanje u okviru vremenskog roka, ali koje predstavljaju najbolju praksu.

Ovo poglavlje predstavlja svaku aktivnost izabranu za podizanje svesti u periodu od 2016-20 i razmatra ih u odnosu na ove tri kategorije. Ova se informacija tada rezimira u tabeli na stranici 11. Sveobuhvatna tema za plan je da to bude višedimenzionalno, tj da obuhvata različite vrste aktivnosti kako bi se osiguralo da je ciljan najširi mogući spektar potrošača.

Aktivnosti

1. Reklama

2. Razvoj za prisustvo na mreži
3. Emitovanje i novinarstvo: TV, radio i novine
4. Događaji “Realni svet“
5. Edukativne aktivnosti usmerene prema mladim potrošačima
6. Zajedničke aktivnosti sa međunarodnim partnerima
7. Javne ankete

1. Reklama

Video reklama

Video reklama se u velikoj meri smatra efikasnim načinom za dobivanje poruke preko širokog opsega primalaca. Promotivni video snimci su korišteni od strane Department za zaštitu potrošača ranije i sada je namera da se nastavi i proširi njihova upotreba. Isti sadržaj se može koristiti na različitim platformama, na primer:

- Tokom prekida za reklame na komercijalnoj televiziji
- Ugrađen u sajtu Ministarstva
- Na široko prikazanim video platformama interneta
- Kroz društvene medije

Tradicionalno, sadržaj dobrog video kvaliteta je skup da bi se sprovodili dalji troškovi u smislu plaćanja za reklame na televiziji ili internet video platformi. Međutim, troškovi proizvodnje se generalno smanjuju napretkom tehnologije i potencijalna korist od postizanja šire publike čini ovo dobrim izborom.

Sadržaj će biti kratak, sažet i tematski. Visoke vrednosti proizvodnje su važne za TV reklame, ukoliko TV gledaoci ne očekuju manje tako da ovo treba biti profesionalno proizvedeno. Međutim, pažnja će se posvetiti proizvodnji „domaćih“ spotova za manje formalnu upotrebu, na primer putem društvenih medija. U svakom slučaju, sve reklame moraju izgledati kompetentne i dostojanstvene, tj impresivnog izgleda, ali ne toliko ugrađene da liče na reklamu za luksuzni brend. One trebaju biti zanimljive, ali ne i razmetljive.

Sve vizuelne reklame imaju koristi od efikasnog brendiranja. Zbog toga, pažnja će se posvetiti proizvodnji jasnog vizuelnog brenda za Departmenta za Zaštitu Potrošača, možda sa odgovarajućim logom.

Pitanja pokrivena reklamom biće praćena ključnim temama koje su identifikovane novim materijalom sajta (vidi dole) i inicijativama koje su pokrenute tokom perioda.

Davajući verovatne troškove uključene u video reklamiranje, važno je da se meri njegova efikasnost. Pored opštih već diskutovanih mehanizama (npr brojevi za poziv/žalbe i rezultati istraživanja), video reklama sadrži dalji niz mera, kao što su gledanje televizijskih ličnosti, poseta veb sajt strana i You tube „hitovi“.

SMS (tj „tekst poruke“)

Ova promotivna metoda je korišćena velikim efektom od strane Departmenta za Zaštitu Potrošača, npr. u 2013 godini poslate su poruke za više od 700,000 potrošača, koji su bili najveći korisnici SMS servisa na Kosovu. To je dovelo do neposrednog i vrlo značajnog povećanja poziva primljenih od Departmenta za Zaštitu Potrošača. Sličnom vežbom u 2014., 400.000 korisnika je primilo poruke od manjeg provajdera, što je ponovo dovelo do više poziva i žalbi.

Slične SMS promocije će biti preduzete tokom 2016-20, uključujući i neke od manjih provajdera i ponavljajući prethodne vežbe kroz veće provajdere.

Internet “Baner” Reklama

Upotreba interneta na Kosovu je visoka sa zabeleženim prodiranjem, i to je preko tri četvrtine 1 stanovništva. Reklama na popularnim sajtovima je stoga potencijalno jaka metoda podizanja svesti. Baner reklama podrazumeva dinamičan sadržaj koji se pojavljuje na 3. strani sajta uključujući link na koji se može kliknuti na sajtu od oglašivača. Po pitanju merenja, broj „klik – prolaznika“ može da se izračuna. Dodatna – iako manje opipljiva – korist je povećana svest „brenda“ među onim korisnicima koji gledaju reklamu, ali ne kliknu na nju.

Oprezna pažnja će biti posvećena pitanju kojim sajtovima ciljati za reklamne banere. Jedna od velikih mogućnosti je da se reklamira na jednom ili više sajtova Kosova koji su zasnovani na sadržaju vesti. Pored očiglednih prednosti od korišćenja sajtova sa visokim stopama posete, može postojati mogućnost da se radi sa ovim operaterima u promovisanju prava potrošača i na druge načine, kao kroz članke i izveštavanje (vidi u daljem tekstu).

Druga važna pitanja će se razmatrati u pojedinostima i o njima će se odlučiti u dogledno vreme. Na primer:

- Da li reklame treba da uključuju jednostavnu grafiku ili profesionalno proizvedenu animaciju ili video?
- Na kojoj veb stranici korisnici treba da se usmere?
- Da li treba da budu ciljani pojedini navedeni sajtovi u koje se uključuju reklame ili reklamni specijalisti i „Baner mreže“ treba da budu zaposlene za širenje niz sajtova?

Glavni razlozi za postizanje tih odluka će biti budžetski i pogodnost za namenu u to vreme.

Štampani materijali

Porast interneta i elektronske komunikacije je uvideo pad u proizvodnji i korišćenju štampanog reklamnog materijala. Ovaj trend će se nastaviti i ne postoji plan da se vrati proizvodnja velikih količina štampanih letaka.

Jedan izuzetak je ciljana proizvodnja malih kartica poput letaka. One su efikasno korišćene od strane Department za zaštitu potrošača u prošlosti, npr opšti letak reklamira Department i kartice za napomenu sigurne hrane. To je kratko i sažeto napravljeno od kartica, čineći ih otpornijim na trošenje i verovatnoća

¹ “Internet prodiranje i korišćenje na Kosovu”, STIKK, avgust 2013

je veća da će ih potrošači zadržati za buduću upotrebu. Uprkos ogromnoj popularnosti interneta, treba imati na umu da značajna manjina potrošača nije na mreži i ove kartice mogu biti jedan od načina da se dođe do njih.

Kartice će biti proizvedene kako i kada je to potrebno pod budžetskim razmatranjem u to vreme. One će biti distribuirane kroz niz metoda, na primer sa novinama, časopisima ili drugim široko distribuiranim štampanim materijalima. U „realnim svetskim događajima“ (videti u daljnjem tekstu); tokom raznih kontakata sa potrošačima.

Drugi oblici reklame

Razmotren je i broj drugih vrsta reklamiranja, ali trenutno ne čine deo aktivnosti u podizanju svesti. Ovo uključuje oglasne table i radio reklame. Dosadašnja iskustva na Kosovu sugerišu da to može biti manje efikasno od izabranih metoda. U svakom slučaju, ovo se može ponovo razmotriti tokom perioda ukoliko se okolnosti promene.

2. Razvoj prisustva na mreži

Snažno prisustvo na mreži je od vitalnog značaja za uspeh svake moderne organizacije. Za Department za zaštitu potrošača, tri ključna aspekta su: sadržaj na sajtu Ministarstva; omogućen mobilni pristup za korisnike; upotreba društvenih medija.

Sajt Ministarstva Trgovine i Industrije (sekcija za zaštitu potrošača)

Dizajn i sadržaj njegovog materijala na internet stranici je od ključne važnosti za kredibilitet bilo koje organizacije i za postizanje poverenja javnosti. Sajt Ministarstva već ima vrlo korisne dodatke za potrošače, na primer osnovna prava potrošača, obrazac za online žalbe, savetodavne video snimke. Sada je vreme da se izgradi na ovim osnovama i značajno proširi informacija potrošača dostupna na sajtu.

Osnovni cilj je da se eksponencijalno povećava količina dostupnih informacija o pravu potrošača. U stvari, to će uključiti stvaranje niza smernica „e – letaka“ koji objašnjavaju određenu temu. Na početku, oni će biti na „top nivou“ rezime vodiča o odabranim temama, ali namera je da se to dopuni sa serijom „drugog nivoa“ vodiča koji sadrži više detalja o različitim aspektima teme. Stoga, mogući primer može biti:

Nivo	Naslov	Sadržaj
Na vrhu	Prava potrošača pri kupovini robe	Opšti uvod: pravo na garanciju; pravo da roba ne bude lažno opisana, itd.
2.	Kupovina robe na mreži	Pravo na informaciju prilikom kupovine na mreži, pravo na otkazivanje na 14 dana, itd.
2.	Opasna roba	Detaljne informacije o bezbednosti proizvoda
2.	Nezakonite trgovinske prakse prilikom prodaje	Obmanljive akcije, propusti, agresivne komercijalne prakse, itd.

Gornja tabela služi samo kao ilustracija i odluka će biti doneta na naslovima i strukturi novih prava potrošača nakon pažljivog razmatranja opcija. Na primer, „Top nivo“ naslovi mogu odražavati deset EU

principa za zaštitu potrošača. Druga opcija može biti da se strukturira oko predmeta za koji se dobije najveći broj žalbi, tj garancije proizvoda, bezbednost hrane, cene, telekomunikacija, itd.

Dalje pojedinosti se mogu dodati na trajnoj osnovi, povećavajući sve vreme informacije dostupne za potrošače Kosova. To će omogućiti potrošačima da provere svoja prava, pre nego što kupe proizvod i usluge i da saznaju šta oni mogu da urade kada stvari krenu pogrešno sa kupovinom. Pored toga, osoblje Department za zaštitu potrošača će moći da pruži „putokaz“ potrošača koji zovu liniju za žalbe na informacijama sajta ponavljajući savete koje daju preko telefona.

Uključivanje ovog novog materijala na sajtu Ministarstva će značajno povećati usluge koje se pružaju potrošačima o njihovim pravima.

Dve druge promene će biti implementirane na sajtu:

- Uključivanje generičke e-mail adrese za potrošače da koriste i podnose žalbu ili prijave problem. Ovo proširuje opcije za potrošače, od kojih neki mogu preferirati više e-mail nego da telefoniraju. Dalje, uključivanje e-mail adrese je prepoznato kao najbolja praksa u oblasti e – komunikacije sa potrošačima, na primer EU Direktiva za trgovinu 2000/31/EC čini ovaj uslov kao zahtev za sve biznise u EU sa veb prisustvom.
- Sajt Ministarstva već ima korisni obrazac na mreži za potrošače za otpremanje žalbe. Uzeće se u obzir stvaranje novih obrazaca za specifične kampanje / inicijative koje će biti dizajnirane da prikupe informacije zatražene u tom trenutku. Kratki URL će biti kreiran za obrasce na mreži za pomoć i njihovu promociju i upotrebu.

Omogućeni mobilni pristup za korisnike

U skladu sa većim delom Evrope, upotreba interneta na Kosovu od strane potrošača se sve više udaljava od tradicionalnih „velikih ekrana“ kompjutera (desktop, laptop) prema mobilnim uređajima kao što su mobilni telefoni i tableti. Da bi organizacija bila efektivna na mreži, njen sadržaj treba biti u stanju da se dobro vidi na svim mobilnim uređajima, posebno telefonima. Sajt koji izgleda dobro i razumljivo na laptopu ne može biti isto i na telefonu ako korisnik jednostavno vidi manju verziju punog sajta na malom ekranu. Verovatno je da će potrošači, koji su trenutno na internet na svom telefonu, odbiti sajt koji na neki način nije mobilno omogućen.

Postoji nekoliko načina na koji veb sadržaj može biti učinjen „prijateljski – mobilni“, među kojima su sledeći.

- Stvaranje mobilne verzije veb stranice. Na neki način, ovo je idealno ukoliko sajt može biti drugačije viđen i sa punim efektom na mobilnim i na desktop uređajima. Mogući problemi sa ovim pristupom uključuju set-up troškove i potencijalne probleme sa pretraživanjem na mobilnim telefonima, pronalaženje sajta zbog „M“ (mobilnog) poddomena.
- Primena principa „odgovarajućeg dizajna“ na sajtu, tako da može prilagoditi svoj raspored automatski prema uređaju koji se koristi. Poteškoće sa ovom opcijom mogu biti skupe, organizacione politike i mogući domino efekti kao što može uključiti i velike promene na sajtu.
- Stvaranje aplikacije. Ovo može biti veoma efikasan i popularan način. U svakom slučaju, postoje opasnosti sa ovom opcijom. Loše dizajnirana aplikacija će biti odbijena od strane korisnika. Dalje, ona treba da bude u stanju da ima efikasnu interakciju sa promenama sadržaja, npr informacije o novim zakonima, itd.

Opcije za poboljšanje iskustva za mobilne korisnike će biti pažljivo razmatrane, razmatranja će obuhvatiti: prednosti i nedostatke u pogledu korisničkih iskustva; troškovi; politike Ministarstva. Relevantne zainteresovane strane i IT stručnjaci će se konsultovati. Odluke će biti preduzete kako treba da se nastavi.

Upotreba društvenih medija

Društveni mediji su samo za nekoliko godina postali centar života mnogo miliona osoba širom sveta. Kosovo nije drugačije, sa preko 50% stanovnika koji verovatno koriste Facebook nakon 2013 studija je prikazala figuru od 43%². Online prisustvo treba smatrati korišćenje društvenih medija: Facebook, Twitter, druge društvene mreže.

Facebook

Nije jednostavno za vladine institucije da koriste Facebook. Uspeh Facebook-a se zasniva na neformalnom stilu. Da bi uspela u upotrebi Facebook-a, institucija mora da pronađe prikladnu ravnotežu između zanimljivosti, dostupnosti i usklađenosti u opuštenom stilu sajta, s jedne strane i održavanja nivoa ozbiljnosti koji odražava dostojanstvo državne institucije, s druge strane. To je teško, ali s obzirom na centralni značaj Facebook-a na internetu za navike građana Kosova, to treba biti ostvareno.

Department za zaštitu potrošača već ima Facebook stranicu koja ima nekoliko hiljada “lajkova” i preko koje potrošači kontaktiraju Department sa upitima i žalbama. Stranica će se i dalje razvijati i nove inicijative će biti pokrenute kroz nju. Biti će organizovana da bude u potpunoj interakciji sa sadržajem iz sajta Ministarstva i drugim izvorima, po potrebi.

Jedna nova inicijativa će biti “Chat” događaji. Oni su najbolje urađeni na „tematskoj“ osnovi, gde se bira određena tema. Vreme i datum su određeni i događaj se promovise putem društvenih medija i drugih kanala. Ovi događaji će omogućiti Odeljenju da dostigne do potrošača na dva načina: aktivni učesnici koji komentarišu i postavljaju pitanja (kojima će odgovori biti dati); mnogo veći broj potrošača koji gleda “Chat”.

Jedna od opasnosti korišćenja društvenih medija je da anonimnost korisnika može povećati objavljivanje nerazumno kritičnih ili uvredljivih poruka. Procedure će biti implementirane da se ovim bave blagovremeno na Facebook-u, kako tokom Facebook razgovora, tako i u odnosu na sajtu za zaštitu potrošača uopšte.

Dalji aspekti Facebook strategije uključuju:

- Korišćenje Facebook “uvida”, analitički instrument koji omogućava procenu o tome kako se koristi stranica, kada je posećena, itd.
- Korišćenje fotografija, videa, ilustracija i drugih sličnih sadržaja za dopunu odlomka teksta.
- “Sati poslovanja” kada je račun proveren, biće objavljen i račun će biti pažljivo i redovito praćen u ovim vremenima.
- Bilo kakva zloupotreba od strane korisnika će se razmatrati blagovremeno.

²“Internet prodiranje i korišćenje na Kosovu”, STIKK, avgust 2013 – stranica 46

- Razmotrite upotrebu „označavanja“ i drugih interakcija sa drugim organizacijama i korisnicima Facebook-a.

Twitter

Upotreba Twitter-a na Kosovu je mnogo niža nego Facebook, sa samo 7% populacije koja ga koristi³. Međutim, kao i u drugim zemljama, intenzivno je korišćen od političara, novinara i drugih stvaraoca mišljenja, i od mladih internet korisnika. Stoga, može biti važno za organizaciju da ima Twitter prisustvo.

Oprezna pažnja će se posvetiti formiranju računa. U početku će se koristiti za promocije i druge aktivnosti, na primer nedeljni potrošački događaji, sa linkovima na Twitter-u do detaljnijih informacija na sajtu. Pored toga, pažnja će biti posvećena spajanju Facebook računa, koristeći specijalizovani softver kao što je Hoot suite. Vremenom, biće razmatrana redovnija upotreba Twitter-a.

Korišćenje Twitter-a ima svoje izazove, neke tipične iz društvenih medija (npr oni koji se bave zloupotrebom), neke specifične iz medija (npr., izazov skraćivanja poruke na 140 karaktera). Procedure će biti implementirane da se bave ovim, kako i kada je to potrebno.

Drugi socijalni mediji

Postoji širok spektar drugih popularnih društvenih mreža, kao što su Instagram, Pinterest, Tumblr, itd. Međutim, u ovoj fazi ne postoji plan da se stvori prisustvo na bilo kojoj od njih. Smatra se da bi bio nedovoljan povratak na posao, potreban da budu aktivni na drugim sajtovima. Bolje je da se koncentriše na jednom ili dva vodeća sajta i da se efikasno obavlja na njima. Međutim, s obzirom na brzo menjanje društvenih medija, ova odluka će biti pod stalnim pregledom i može se promeniti ako se novi „suštinski“ medij pojavi tokom perioda.

3. Emitovanje i novinarstvo, radio i novine

Ovi više tradicionalni mediji još uvek dostižu do velikog dela kosovskog stanovništva na dnevnoj bazi. Za potrošače je važno da su ovi lokali ohrabrivani, da se priča o potrošačkim temama i da su te priče dobro informisane i da promovišu rad Department za zaštitu potrošača. Službenici Department će odgovoriti na zahteve za informacije i intervjuje iz lokala medija i negovati će i razviti pozitivne radne odnose sa emiterima i novinarima.

Televizija

TV je popularan na Kosovu i korišćen je u prošlosti da promoviše prava potrošača, na primer kroz intervjuje na vestima ili programima časopisa. Mogućnosti za preduzimanje sličnih prilika će se preduzeti

³ “Vodič za implementaciju društvenih medija za podršku Kosova u EU procese integracije”, EU perspektiva na Kosovu, stranica 5.

u budućnosti. Bilo koji potez od strane TV kompanija za proširenje svojeg tržišta potrošača – na primer stvaranjem namenskih TV potrošačkih programa – biće podržavan i podstican.

Radio

Iznad navedene tačke za TV odnose se i na radio. Pored toga, radio kompanijama će se pristupiti kako bi se razgovaralo o držanju jednog ili više “Radio Phone-ins”, npr radio programa, gde potrošači mogu da telefoniraju da bi dobili savete o svojim potrošačkim problemima ili da pokrenu pitanja od značaja.

Novine

Štampane novine su u padu, ali i dalje dostižu do značajnog broja ljudi, uključujući mnoge koji ne koriste internet i koji su ponekad zaboravljeni od strane kompanija i donosioca odluka. Mogućnosti će se tražiti za podsticanje novina kako bi se uključilo što više potrošačkih priča. Uzeće se u obzir pružanje članaka novinama koje su izrađene od strane Department za zaštitu potrošača.

Verzije novina na mreži dostignu širu publiku i dodaci u štampanim verzijama će se generalno replicirati na mreži. Takođe mogu postojati prilike da se ubede lokali Online novosti da izvrše priče o potrošačima u zamenu za kupovinu oglasnog prostora (vidi iznad). Ove mogućnosti će biti pažljivo razmotrene.

4. “Događaji realan svet”

Pored virtuelnih aktivnosti i radio emisija, posebna se pažnja mora posvetiti kontaktu licem u lice sa potrošačima i drugima. Takvi događaji su uspešno održani ranije i nastaviti će da budu deo plana podizanja svesti, na primer:

- Promotivni događaji u javnom prostoru: „tezge“ na gradskim trgovima i drugim mestima sa visokim obimom ljudi.
- Događaji okruglog stola: okupljajući niz zainteresovanih strana za informisanje i diskusiju o pitanjima potrošača.

Pažnja će biti posvećena proširenju ovih aktivnosti u ne-javnim prostorima, gde se okuplja veliki broj potrošača, kao što su supermarketi. Promotivni štandovi mogu biti postavljeni na ulazu / izlazu ili čak unutar supermarketima tokom događaja kao što je Nedelja potrošača. To će zahtevati punu saradnju sa supermarketima koji su uključeni i tako detaljne diskusije bi trebale da budu održane na prvom mestu sa njima. Moglo bi se predložiti vlasnicima supermarketima da njihova saradnja pokaže potrošačima da oni podržavaju prava potrošača i da su supermarketi pouzdana mesta za kupovinu.

Zaista, ako se kompanije supermarketima ubede da sarađuju, to bi moglo da dovede do drugih mogućnosti, kao što su promocija Department za rad za zaštitu potrošača putem nalepnica ili letaka u supermarketima.

5. Zajedničke aktivnosti sa međunarodnim partnerima

Kosovo je aktivni član ICPEN-a (Internacionalna zaštita potrošača i mreža za sprovođenje) i Department za zaštitu potrošača je već koristilo međunarodne inicijative za promovisanje prava potrošača unutar Kosova, na primer događaji na Svetski Dan Potrošača, u martu.

Department za Zaštitu Potrošača će vršiti sličan posao za partnerskim agencijama ICPEN-a i institucijama EU. Takođe će tražiti da razvije bilateralne veze sa drugim agencijama u regionu – kao što su Hrvatska i Albanija – i da se promovišu takve aktivnosti unutar Kosova kao deo plana za podizanje svesti.

6. Edukativne aktivnosti usmerene prema mladim potrošačima

Bilo koja strategija za podizanje svesti potrošača treba da sadrži mere za dostizanje mladih. Neke od razmatranih aktivnosti će doprineti tome, kao što je rad društvenih medija. Druge mere koje su specifično usmerene prema mladim potrošačima će biti pažljivo razmotrene. To može biti teško da se izvede i verovatno će biti dugoročni predlozi. U svakom slučaju, smatra se da se koristi od uspešnog angažovanja sa značajnim brojem kosovskih tinejdžera isplate kako bi se ovim nastavilo i napravio najmanje neki napredak tokom 2016-20. Mogućnosti su sledeće:

- Formiranje takmičarskog kviza potrošača za timove tinejdžera. To bi moglo biti promovisano kroz škole, čime bi mogli ući timovi. Priprema za takmičenje bi dovela do boljeg informisanja takmičara o svojim potrošačkim pravima, ali bi takođe moglo imati širi uticaj na njihova Department. Department za zaštitu potrošača može da obezbedi materijale za informisanje takmičara i takođe može biti pogodno za službenike da posete škole i sprovedu razgovore za grupama učenika.
- Pokušaj da se uvedu prava potrošača u standardnom nastavnom programu u školama. To može dovesti do veoma širokog dometa među mladima.

7. Javne ankete

Postoji veliki broj postojećih mehanizama za merenje efikasnosti podizanja svesti, kao što je broj poziva i primljenih žalbi, sajtovi sa “hit” cenama, itd. Drugi metod je ispitivanje javnog mnjenja.

Ispitivanje javnog mnjenja može biti izvedeno na nekoliko različitih načina. Ponekad je potrebno da se zaposli stručna agencija kako bi se obezbedila pouzdanost ličnosti i kredibilitet procesa. Ovo može biti skupo.

Međutim, dostupnost besplatne ili jeftine ankete softvera znači da se neke ankete mogu izvršiti u “kući”. „Anketa Majmun“ je lider na tržištu i gotovo sinonim sa aktivnošću, ali širok spektar drugih alternativa takođe postoji. Opcije će biti pažljivo posmatrane u smislu onoga što najbolje funkcioniše na Kosovu.

Ova manja formalna istraživanja ne zvuče statistički kao ona koja se obavljaju od strane specijalizovanih kompanija: “samo – odabrani” učesnici mogu iskriviti brojeke na ne-reprezentativan način. U svakom slučaju, ova istraživanja mogu biti veoma korisna u pružanju informacija kako bi se potvrdila prethodna sumnja, ili da se obezbedi nova ideja koja može biti dodatno testirana. Drugi način na koji mogu biti korisna u smislu međusobnog poređenja, tj čak i ako nisu statistički reprezentativna, ako se istraživanje sprovodi nekoliko puta na isti način, trendovi mogu biti identifikovani.

Dodatno, postoji još jedan razlog za sprovođenje javnog istraživanja. Ovo služi u pomaganju identifikacije problema pretrpljenih od strane potrošača kako bi se informisali o tekućem reklamnom radu. Statistike i narativne informacije iz žalbi primljenih od strane Department za zaštitu potrošača će i dalje biti glavni izvor takvih informacija. Ali ovo može biti dopunjeno podacima iz istraživanja koja postavljaju pitanja o problemima potrošača.

Detaljna pažnja će biti posvećena sprovođenju programa istraživanja javnog mnjenja, koje ocenjuje efikasnost aktivnosti Department za zaštitu potrošača i prikuplja podatke o problemima koji se susreću od strane potrošača, i njihovo znanje o njihovim potrošačkim pravima.

Pregled aktivnosti

Pogledajte sledeću stranicu za tabelarni pregled aktivnosti.

Tabela 1 Pregled aktivnosti u podizanju svesti

Aktivnost	Sekcija	Vremenski okvir	Merenje*
Video reklamiranje na TV	1	Kratkoročni	Gledanje TV podataka
Video reklamiranje na sajtu Ministarstva	1	Kratkoročni	Vebsajt hitovi
Video reklama na „internet televiziji ”	1	Srednjoročni	Vebsajt hitovi
Video reklama putem društvenih medija	1	Kratkoročni	Vebsajt hitovi
Reklamiranje putem SMS-a	1	Kratkoročni	Broj poslatih poruka
Internet baner reklamiranje	1	Srednjoročni	Vebsajt hitovi, “klik - prolaznici”
Štampani reklamni materijal	1	Kratkoročni	Broj distribuiranih kartica
Uključivanje „najvišeg nivoa“ sažetog vodiča na sajtu Ministarstva	2	Srednjoročni	Vebsajt hitovi
Široki paket “2. nivoa” detaljnog navođenja materijala na sajtu	2	Aspiracioni	Vebsajt hitovi
Kontakt e-mail adresa na sajtu	2	Kratkoročni	Broj primljenih e-maila
Obrasci veb kontakta sa kratkim URL-om	2	Kratkoročni	Broj završenih obrazaca
Omogućiti mobilni veb sadržaj	2	Srednjoročni	
Razvijen facebook račun	2	Kratkoročni	Interakcije računa, „lajkovi“
Održani „razgovori“ na facebook-u	2	Srednjoročni	Broj učesnika
Postavljanje i početak selektivne upotrebe Twitter računa	2	Srednjoročni	Broj tweet-a, retweets-a, sledbenika
Redovna upotreba Twitter-a kao rutinsko pitanje.	2	Aspiracioni	Broj tweet-a, retweets-a, sledbenika
Sudelovanje u TV emisijama	3	Kratkoročni	Gledanje TV podataka
Pokušaj da se organizuje a potom učestvuje u radio “phone-ins”	3	Srednjoročni	Broj učesnika, podaci slušaoca
Novinski članci	3	Srednjoročni	Brojevi čitaoca
Organizovanje promotivnih štandova na javnim mestima za kampanje	4	Kratkoročni	Broj potrošača sa kojima se razgovaralo
Pristupiti kompanijama supermarketa sa ciljem zajedničkog promotivnog rada	4	Srednjoročni	Broj potrošača sa kojima se razgovaralo
Sudelovati u međunarodnim događajima potrošača	5	Kratkoročni	
Razmotriti zajednički rad o podizanju svesti potrošača sa regionalnim partnerima.	5	Srednjoročni	
Organizovati kviz potrošača za tinejdžerske srednjoškolce	6	Aspiracioni	Broj učesnika kviza, gledaoca

Pokušaj da se prava potrošača uključe u školskim nastavnim planovima i programima	6	Aspiracioni	Broj učenika koji pohađaju nastavu o pravima potrošača
Razmotriti zapošljavanje kompanije za istraživanje tržišta za procenu efikasnosti podizanja svesti i za identifikaciju problema potrošača	7	Srednjoročni	Broj ispitanika
Sprovođenje istraživanja „u kući“ za procenu efikasnosti podizanja svesti i identifikovanja problema potrošača	7	Srednjoročni	Broj ispitanika

* pored relativnog broja primljenih poziva i žalbi i informacija iz istraživanja javnog mnjenja, koje se odnosi na sve aktivnosti

X. ALTERNATIVNO REŠENJE SPOROVA SA POTROŠAČIMA

Alternativno rešavanje sporova (ARS) se odnosi na procese i tehnike rešavanja konteksta kao sredstvo za ne-složene stranke kako bi se dogovorili pre sudskog postupka. ARS predstavlja kolektivni termin za načine rešavanja nesporazuma između stranaka, sa (ili bez) pomoći jedne treće stranke.

Kada govorimo o zapadnom svetu, poznato je da ARS manifestovalo šire prihvatanje kod opšte javnosti i pravne profesije tokom poslednjih godina. U stvari, neki od sudova zahtevaju od stranaka da pronalaze podršku kroz bilo koju vrstu ARS-a, uglavnom posredovanje, pre tretiranja slučajeva. Štaviše, Evropska Direktiva za Posredovanje (2008), predviđa i izričito posredovanje kao "obavezujuće", ostavljajući da se podrazumeva da je učešće obavezujuće (iako ne rešavanje treba da se postigne uvek kroz posredovanje).

Povećanje popularnosti u odnosu na ARS dolazi uglavnom kao rezultat opterećenja/povećanja broja predmeta u tradicionalnim sudovima, percepciji o tome da ARS izriče manje troškove od sudskog postupka, sklonost ka poverljivosti i veće moći stranaka o odabiranju pojedinaca u donošenju odluka u odnosu na nesporazume.

ARS se obično uvek manifestuje kroz formalne i neformalne tribune, kao i procese posredovanja formalnih i neformalnih procedura. Poznato je da tribunal predstavlja formalan klasičan oblik. Klasičan formalni meditativni oblik se odražava posredovanju od/pred posrednika (pojedinačan ili panel) određenog od strane suda. Klasične ne-formalne metode obuhvataju sudske procese, reference kod neformalnih autoriteta i posredovanje. Osnovna razlika između formalnih i neformalnih procesa je:

- Čekanje na jednom sudskom postupku; i
- Pod nedostatkom jedne formalne strukture za primenjivanje postupka.

Poznato je da je alternativno rešavanje sporova tokom istorije predstavljeno u tri oblika:

1. Metode u obliku rešavanja sporova izvan zvaničnih sudskih mehanizama;
2. Neformalne metode podržane (zavisne) na zvanične sudske mehanizme;
3. Nezavisne metode, kao što su programi meditacija i ombuds kancelarije u okviru organizacija.

Zatim, štaviše, tradicije o ARS-u se razlikuju između kultura, svakako postoje zajednički elementi koji opravdavaju ceo sistem. Generalno, ARS klasifikuje najmanje četiri vrste: pregovaranje; meditaciju; saradnički zakon; i arbitražu.

Potrošači često biraju korišćenje raznih opcija, u zavisnosti od potreba i okolnosti sa kojima se suočavaju, kao:

1. Pregovaranje predstavlja učešće na dobrovoljan način i tom prilikom se ne predviđa potreba za treću stranku prema postizanju rešenja.
2. Posredovanje predviđa posredovanje od treće strane, koje pomaže rešavanje problem, često sugerišući rezoluciju (poznato kao 'predlog posrednika'), ali se ne nameće strankama.
3. Saradnički zakon predviđa koja stranka treba da ima predstavnika/advokata koji pruža proces rezolucije u okviru specifičnih termina ugovora. Stranke se sporazumevaju uz pomoć advokata (obučenih o procesima) i prethodnih stručnjaka uzajamnog sporazuma. Niko ne nameće rezoluciju između stranaka, svakako, postupak predstavlja formalnost kao varijantu u okviru sudskog sistema.
4. Arbitraža se zasniva na dobrovoljnom učešću, pod prisustvom treće stranke (kao privatan sudija) koji nameće rezoluciju.

1. Kako unaprediti alternativno rešenje sporova potrošača

U odnosu na alternativno rešavanje sporova potrošača u Republiku Kosova, trenutno se kao neophodno predviđa odgovarajuće posredovanje u funkcionalizaciji postupaka ove vrste, to prvenstveno kao rezultat velikog opterećenja sa kojim se suočava trenutni sudski sistem Kosova (i ne samo u odnosu na potrošača). Iskustvo regionalnih zemalja, posebno onih koje su sledile isti put tokom procesa stabilizacije/pridruživanja ka Evropskoj Uniji, pružaju nam mogućnost za upoređivanje, odnosno kako treba nastaviti daljim koracima radi osiguranja jednog odgovarajućeg pristupa u odnosu na funkcionisanje ovih mogućnosti.

Na primer, imamo slučaj države Hrvatske, gde su razni oblici/mogućnosti pristupa potrošača postigli stepen respektabilne konsolidacije kao rezultat dugogodišnjeg angažovanja, trenutno je poznato da postoje četiri centara savetodavne službe (rukovođene od strane nevladinih organizacija koje su finansijski podržane od strane Vlade), ispred kojih se žalbe mogu procesirati pre nego da podležu pred-sudskim sporom (poznato kao 'vanparnično rešavanje sudskih sporova'), koje funkcioniše u okviru Privredne komore, odnosno ispred ili pod nadzorom 'nezavisnih tela' (kvalifikovana lica/tela za pomirenje), ali predstavnici Ombudsmana. Sastanak se ovom prilikom može organizovati ukoliko postoji volja obeju strana (nakon kontakata od strane posrednika), uvek pod prisustvom lica za pomirenje, i tom prilikom postignuto pomirenje treba da ima zakonsku osnovu. Kao što je ranije pomenuto, ukoliko se proces ne reši u ovom obliku, zatim se može inicirati sudski proces ispred adekvatne sudske prostorije.

Uprkos činjenice za potrebom jednog sistema ove pred-sudske vrst u Republici Kosovo, jedini način pristupa u odnosu na Alternativno rešavanje sporova' je način poslovanja – sa – poslovanjem (dakle ne vrste potrošač – sa – poslovanjem) ispred posebne komore u okviru Privredne Komore Kosova. Veliko opterećivanje pravosudnog sistema kao i nadležnih inspektorata na tržištu (i ne samo) Kosova, predstavlja neophodnu potrebu za angažovanje u vezi stvaranja neophodnih struktura u odnosu na alternativno rešavanje sporova svih oblika. U tom pogledu, Department, zajedno/u koordinaciji sa Svetom za zaštitu potrošača, tokom perioda za koji se predviđa trajanje Programa za potrošače (2016-220), će pružiti sve neophodne napore za stvaranje ili bar pokretanje pitanja potrošača u tom pogledu. U svom obliku (direktno ili indirektno) ovo pitanje se povezuje i sa samim jednim od ključnih ciljeva ovog programa, odnosno 'Jačanje saradnje sa NVO-ima'. takođe to, oslanjajući se na sam neophodni razlog osnaživanja predstavnika u obliku nevladinih udruženja. Dok ne postoje kapaciteti kao što su ranije naglašeni... pitanje žalbi se može ostaviti kao unutrašnje pitanje javne institucije (kao što je naglašeno u novom predlogu organograma – deo divizije za informisanje i obrazovanje).

XI. ZAKLJUČAK

Preko tog Programa za Zaštitu Potrošača, se određuju okvire prioriteta državne politike prema zaštiti potrošača za perioda 2016- 2020, kao jedna od preduslova tokom procesa “Stabilizacija i Pridruživanje” u Evropsku Uniju. Osiguranje potrebne funkcionisanje tržišne ekonomije, se zavisi od razvoja jedne administrativne infrastrukture u relaciji tržišnog nadzora i sprovođenje zakona u ovoj oblasti. Razvoj jednog otvorenog dijaloga sa svim intresnih grupa u kosovskom društvu , za osiguranje jasnoću, trajnost delovanja i razmišljenja na određivanje interesa potrošača na nacionalnonim nivoima predstavlja cilj i predhodni izazov za Republiku Kosovo. Sve to se predviđa da se postiže preko daljeg angažiranja nad usklađivanje mogućnosti i nacinalnih interesa. Znači, ceo proces se zavisi od dobrovolje svih ključnih sektora i nadležnosti departmenta Vlade u procesu prilagođanja sa standardima EU, preko obrazovanja ljudskih resursa na načina civilnog usluga, kao i pravosuđe prema jednog informisanog javnosti i dobro svestan.

Uspeh sprovođenja tog programa, pre svega, će se zavisiti od spremnosti svih ključnih aktera prema zaštiti potrošača na završenje određenih zadatka i poštovanje naveđenih rokova.