

# Pretpakovine i njihova uloga u zaštiti potrošača

---

Šuveljak, Bruno

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:451654>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-16**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište  
Sjever**

**Diplomski rad br. 186/OMIL/2023**

## **Pretpakovine i njihova uloga u zaštiti potrošača**

**Bruno Šuveljak, 3415/336**

Koprivnica, rujan 2023. godine

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za logistiku i održivu mobilnost		
STUDIJ	Diplomski sveučilišni studij Održiva mobilnost i logistika		
PRISTUPNIK	Bruno Šuveljak	MATIČNI BROJ	3514/336
DATUM	05.07.2023.	KOLEGIJ	Strateški menadžment
NASLOV RADA	Pretpakovine i njihova uloga u zaštiti potrošača		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Prepackages and their role in consumer protection		
MENTOR	doc. sc. Krešimir Buntak	ZVANJE	redovni profesor
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Ante Klečina, mag. ing. traff., predsjednik		
	2. doc.dr.s. Vesna Sesar, član		
	3. prof.dr.sc. Krešimir Buntak, mentor, član		
	4. doc. dr. sc. Ivana Martinčević, zamjenski član		
	5.		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ	186/OMIL/2023
OPIS	<p>Skoro svi čovjekovi postupci podvrgnuti su nekom postupku mjerenja, mjeriteljstvo je dio gotovo svih čovjekovih aktivnosti i smatra se jednom od najstarijih znanosti. Mjeriteljstvo se dijeli na znanstveno, tehničko i zakonsko, a povezano je sa zaštitom potrošača jer je cilj zaštite potrošača omogućiti potrošačima zaštitu od nepoštenih trgovačkih praksi bilo koje vrste. Nepoštena trgovačka praksa može se provoditi u obliku neadekvatnog isticanja oznaka na pakiranjima proizvoda. Vrsta pakiranja su pretpakovine koje su kombinacija proizvoda i pojedinačne ambalaže u koju se proizvod pakira, a Pravilnikom su određeni zahtjevi za označavanje pretpakovina. Ciljevi ovog rada su:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>objasniti infrastrukturu kvalitete i ulogu hrvatskih institucija kvalitete u zaštiti potrošača</li><li>objasniti pojam potrošača i zaštite njegovih prava</li><li>objasniti pretpakovine i analizirati zakonski okvir o pretpakovinama</li><li>provesti istraživanje na temelju uzorka čokolada na hrvatskom tržištu zbog provjere usklađenosti pretpakovina na tržištu sa zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom.</li></ol>
ZADATAK URUČEN	POTPIS MENTORA



**Sveučilište  
Sjever**

**Odjel za logistiku i održivu mobilnost**

**Odsjek Održiva mobilnost i logistika**

**Diplomski rad br. 186/OMIL/2023**

## **Pretpakovine i njihova uloga u zaštiti potrošača**

**Student:**

Bruno Šuveljak, mat. br. 3415/336

**Mentor:**

prof. dr. sc. Krešimir Buntak

Koprivnica, rujan 2023. godine



## **Predgovor**

Poštovani profesore dr. sc. Krešimir Buntak, hvala Vam na kvalitetnom i ugodnom mentorstvu kod pisanja ovog diplomskog rada. Hvala mojoj obitelji na podršci i motivaciji za završavanje studija.

## Sažetak

Skoro svi čovjekovi postupci podvrgnuti su nekom postupku mjerenja, mjeriteljstvo je dio gotovo svih čovjekovih aktivnosti i smatra se jednom od najstarijih znanosti. Mjeriteljstvo se dijeli na znanstveno, tehničko i zakonsko, povezano je sa zaštitom potrošača jer je cilj zaštite potrošača omogućiti potrošačima zaštitu od nepoštenih trgovačkih praksi bilo koje vrste. Nepoštena trgovačka praksa može se provoditi u obliku neadekvatnog isticanja oznaka na pakiranjima proizvoda. Vrsta pakiranja su pretpakovine koje su kombinacija proizvoda i pojedinačne ambalaže u koju se proizvod pakira, a Pravilnikom su određeni zahtjevi za označavanje pretpakovina. Hrvatskim potrošačima pretpakovina propisima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom garantirano je da će sve pretpakovine koje kupuju biti označene na određeni način i prema pravilima. Navedeni Pravilnik u tome smislu je način zaštite prava potrošača. U radu su prikazani rezultati istraživanja na uzorku 14 čokolada koje su kupljene u prodavaonici jednog trgovačkog lanca u Hrvatskoj zbog provjere usklađenosti pretpakovina na tržištu s odabranim zahtjevima iz Pravilnika. Odabrani su zahtjevi veličina nazivne oznake, prisutnost oznake ili natpisa koji omogućuje da se utvrdi pakiratelj, njegov ovlaštenu zastupnik ili uvoznik, malo slovo e visine najmanje 3 mm i nazivna količina.

Ključne riječi: infrastruktura kvalitete, zaštita potrošača, pretpakovine

## Summary

Almost all human actions are subjected to some measurement procedure, metrology is a part of almost all human activities and is considered one of the oldest sciences. Metrology is divided into scientific, technical and legal, it is related to consumer protection because the goal of consumer protection is to enable consumers to be protected from unfair trade practices of any kind. Unfair trade practices can be implemented in the form of inadequate labeling on product packaging. The type of packaging is prepackages, which are a combination of the product and the individual packaging in which the product is packed, and the Ordinance specifies the requirements for labeling prepackages. Croatian consumers of prepackages are guaranteed by the regulations from the Ordinance on metrology requirements for prepackages with constant nominal filling quantities marked by mass or volume that all prepackages they buy will be marked in a certain way and according to the rules. In this sense, the aforementioned Ordinance is a way of protecting consumer rights. The paper presents the results of research on a sample of 14 chocolates that were purchased in the store of a retail chain in Croatia for the purpose of checking the compliance of prepackages on the market with selected requirements from the Ordinance. The selected requirements are the size of the nominal label, the presence of a label or inscription that enables the packer, his authorized representative or importer to be identified, a lowercase letter e at least 3 mm high, and the nominal quantity.

Keywords: quality infrastructure, consumer protection, prepackages



## **Popis korištenih kratica**

DZM – Državni zavod za mjeriteljstvo

EU – Europska unija

HAA – Hrvatska akreditacijska agencija

HZN – Hrvatski zavod za norme

ISO – Međunarodna organizacija za normizaciju

OIML – Međunarodna organizacija za zakonsko mjeriteljstvo

RH – Republika Hrvatska

WTO – Svjetska trgovačka organizacija

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Problem i objekt istraživanja.....	1
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja.....	1
1.3. Znanstvene metode korištene u pisanju diplomskog rada.....	1
1.4. Očekivani stručni teorijski i praktični doprinos istraživanju.....	2
1.5. Sadržaj i struktura diplomskog rada.....	2
2. Infrastruktura kvalitete – nacionalna logistika gospodarstva i zaštite potrošača.....	3
2.1. Definiranje pojma kvalitete i infrastrukture kvalitete.....	4
2.1.1. Kvaliteta prema učinku stajališta.....	6
2.2. Institucije infrastrukture kvalitete i njihova uloga u gospodarstvu i zaštiti građana.....	7
2.2.1. Hrvatske institucije infrastrukture kvalitete i njihove temeljne uloge.....	8
2.3. Norme i sustav normizacije.....	12
2.3.1. Normizacija i ciljevi normizacije.....	14
2.3.2. Razine normizacije i vrste normi.....	15
2.4. Akreditacija i sustav akreditacije.....	17
2.5. Mjeriteljstvo i sustav zakonskog i znanstvenog mjeriteljstva.....	18
2.5.1. Podjela mjeriteljstva.....	18
3. Zaštita potrošača.....	20
3.1. Definiranje potrošača i njegovih prava.....	20
3.2. Zakon o zaštiti potrošača.....	22
3.3. Institucionalni okvir zaštite potrošača.....	23
3.3.1. Ciljevi aktualnog Nacionalnog programa za zaštitu potrošača.....	25
4. Pretpakovine i njihova uloga.....	29
4.1. Pojam i definicija pretpakovina.....	29
4.2. Povijest i ključni elementi sustava primjene i ispitivanja pretpakovina.....	30
4.3. Analiza Pravilnika o pretpakovinama i njegove primjene.....	31
4.3.1. Označavanje pretpakovina.....	31
4.3.2. Provjeravanje serije pretpakovina.....	33
5. Istraživanje primjene Pravilnika o pretpakovinama u gospodarstvu RH.....	34
5.1. Opis istraživanja.....	34
5.2. Priprema istraživanja i definiranje uzorka.....	34
6. Rezultati istraživanja i diskusija.....	35
6.1. Analiza uzorka.....	35
6.2. Diskusija dobivenih rezultata.....	38
7. Zaključak.....	40
Literatura.....	43
Popis slika i tablica.....	46

# **1. Uvod**

## **1.1. Problem i objekt istraživanja**

Problem istraživanja je segment zaštite potrošača pretpakovina kojima je propisima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom garantirano da će sve pretpakovine koje kupuju biti označene na određeni način i prema pravilima.

Objekt istraživanja je usklađenost pretpakovina određenih čokolada na hrvatskom tržištu sa zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom.

## **1.2. Svrha i ciljevi istraživanja**

Svrha istraživanja je analizirati usklađenost pretpakovina na hrvatskom tržištu sa zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom.

Ciljevi istraživanja su:

- 1) objasniti infrastrukturu kvalitete i ulogu hrvatskih institucija kvalitete u zaštiti potrošača
- 2) objasniti pojam potrošača i zaštitu njegovih prava
- 3) objasniti pretpakovine i analizirati zakonski okvir o pretpakovinama
- 4) provesti istraživanje na uzorku čokolada zbog provjere usklađenosti pretpakovina na tržištu sa zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom

## **1.3. Znanstvene metode korištene u pisanju diplomskog rada**

Znanstvene metode potrebne za izradu rada su metode analize i sinteze, indukcije i dedukcije, deskripcije i komparacije informacija iz sekundarnih izvora. U praktičnom ili istraživačkom radu upotrebljava se metoda analize uzoraka sastavljenih od nasumično odabranih čokolada u prodavaonici jednog trgovačkog lanca u Hrvatskoj i komparacija oznaka na uzorcima sa

zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom.

#### **1.4. Očekivani stručni teorijski i praktični doprinos istraživanju**

Očekuje se da će ovaj diplomski rad dati doprinos u povećanju kvalitetnih izvora podataka o pretpakovinama iz kojih će se potrošači moći informirati o svojim pravima koja imaju kada kupuju pretpakovine. Temeljem istraživanja koje je provedeno u ovome radu mogu se izraditi i provesti nova istraživanja jer u Hrvatskoj nema objavljenih radova koji se bave istraživanja pretpakovina. Naglasak u zaštiti prava potrošača pretpakovina treba biti na edukaciji potrošača.

#### **1.5. Sadržaj i struktura diplomskog rada**

Diplomski rad podijeljen je na sedam poglavlja. Prvo poglavlje je uvodno i u njemu se određuju problem i objekt istraživanja, svrha i ciljevi istraživanja. U uvodnom poglavlju određene su znanstvene metode korištene u pisanju rada, objašnjava se očekivani stručni i praktični doprinos istraživanja i na kraju prvog poglavlja sadržaj i struktura diplomskog rada.

U drugom poglavlju obrađuje se tema infrastrukture kvalitete koja se odnosi na pojam kvalitete i podjelu kvalitete, institucije kvalitete, ulogu institucija kvalitete u zaštiti potrošača, normizaciju, akreditaciju i mjeriteljstvo. Treće poglavlje govori o sustavu zaštite potrošača i njegovoj ulozi i važnosti. Četvrto poglavlje govori o prisutnosti pretpakovina na tržištu i zahtjevima kojima pretpakovine stavljene na tržište moraju odgovarati. Peto poglavlje opisuje metodologiju istraživanja, a u šestom se nalaze rezultati istraživanja. Na kraju rada je zaključak.

## **2. Infrastruktura kvalitete – nacionalna logistika gospodarstva i zaštite potrošača**

Ideja kvalitete javila se u davnoj povijesti, kada je došlo do pojave prvih civilizacija, a oduvijek se povezivala s obilježjima proizvoda ili usluge. Prvi zabilježeni koncepti kvalitete datiraju u vrijeme antičkih civilizacija. U razdoblju Babilona Hamurabijev zakonik definirao je koja je najmanja kvaliteta materijala u građevinskom sektoru koja može jamčiti trajanje i upotrebljivost građevina i koja će smanjiti mogućnost rizika kod korištenja nekretnina. U srednjem vijeku prvi se puta javila ideja kvalitete kakva je danas poznata i javio se koncept upravljanja kvalitetom. Na početku 20. stoljeća došlo je do početka razvijanja modernih praksi kvalitete u poslovanju (Buntak i sur., 2021). U tome razdoblju, pojavile su se prve metode statističkog kontroliranja kvalitete te različiti projekti usmjereni poboljšanju kvalitete (Lazibat, 2005).

Pretpovijest moderne kvalitete je jako važna jer se kroz razumijevanje pretpovijesti kvalitete lakše razumije povijest i razvoj kvalitete kao važnog područja znanosti, tehnike, tehnologije i cijelog društva. U starim civilizacijama javljala se kvaliteta, a najviše je bila povezana s pravilima u građevinskom sektoru: u staroj Kini 2100 godina prije nove ere, u Babilonu 1700 godina prije nove ere, u staroj Grčkoj te u Rimskom Carstvu (Buntak, 2023). Detaljna analiza kvalitete u svim ovim civilizacijama pokazala bi da „nema niti jedne poznate stare civilizacije kod koje se ne mogu naći dokazi o postojanju vrhunske kvalitete koja se ipak najviše ogledala u području realizacije kapitalnih arhitektonskih i građevinskih dostignuća drevnih civilizacija i preostalim pisanim dokumentima“ (Buntak, 2023: 39).

Kvaliteta se vidi i kasnije u srednjovjekovnim feudalnim društvima, isto u građevinskom sektoru, dokaz je mnogo veličanstvenih utvrđenih gradova, crkava kao što je Milanska katedrala ili spomenika. U srednjovjekovnim društvima razvija se obrtništvo koje „postavlja prve temelje ideje kvalitete i upravljanja kvalitetom udružujući se u različite strukovne cehove sa strogim pravilima osiguranja određene razine kompetencija koje jamče da će njihovi proizvodi i usluge moći zadovoljiti zahtjeve kupca na odgovarajući način“ (Buntak, 2023: 39).

Rast i razvoj obrtništva uvjetovao je javljanje potrebe za radnicima koji su se bavili samo poslovima kontrole i za to su bili osposobljavani. Javila se potreba da se formiraju posebna odjeljenja za kontrolu. Nakon toga se javio i koncept zamjenjivosti dijelova na proizvodima iz

kojeg se razvila Prva industrijska revolucija. Na početku 20. stoljeća dolazi do promjene filozofije proizvodnje te do promjena pogleda na kvalitetu. U Prvoj industrijskoj revoluciji došlo je do velikog porasta broja poduzeća i povećanja broja proizvoda, pa i do masovne proizvodnje. S masovnom proizvodnjom javila se i masovna potrošnja pa su se proizvodni procesi počeli kontrolirati. Kontrolori su počeli sudjelovati u procesu proizvodnje, a zadatak im je bio osigurati kvalitetu. Primarni način osiguranja kvalitete u ovom razdoblju je bila kontrola finalnih proizvoda (Buntak, 2023).

U Prvom svjetskom ratu razvijaju se jednostavnije metode analize kvalitete pomoću empirije i statistike. U Drugom svjetskom ratu počela se razvijati grana primijenjene statistike za razvoj statističke kontrole procesa. S krajem Drugog svjetskog rata kreće razdoblje moderne povijesti kvalitete koje se dijeli na (Buntak, 2023):

- razdoblje postavljanja temelja,
- razdoblje razvoja novih tehnika i tehnologija,
- razdoblje uspostavljanja suvremene teorije i znanosti o kvaliteti,
- razdoblje nastanka i implementacija modela kvalitete.

Jednom od najvažnijih godina za razvoj kvalitete smatra se 1987. godina jer su se te godine dogodile dvije vrlo važne stvari: „osim što su objavljeni kriteriji za dodjelu najpoznatije svjetske nagrade za kvalitetu Malcom Baldrige National Quality Award objavljena je i norma ISO 9000 pod nazivom Sustavi kvalitete – model osiguranja kvalitete u dizajnu, razvoju, proizvodnji, instalaciji i servisiranju proizvoda“ (Britvić, 2011: 74). Te godine počinje razdoblje nastanka i implementacije modela kvalitete: „Na taj način kvaliteta je postala globalna vrijednost, te se brigu o daljnjem razvoju modela prepustila ISO organizaciji, točnije tehničkom komitetu 176 u čijem radu je do danas sudjelovalo tisuće vrhunskih stručnjaka kroz sva regionalna i nacionalna tijela“ (Buntak, 2023: 42).

## **2.1. Definiranje pojma kvalitete i infrastrukture kvalitete**

Riječ kvaliteta dolazi od latinske riječi *qualitas* koja ima značenje kakvoće, svojstva, vrednote, odlike, značajke i sposobnosti (Andrijanić, Buntak, Bošnjak, 2012). Jedno od najopćenitijih značenja kvalitete vidi se u tumačenju kvalitete kao nekog razlikovnog svojstva ili osobine predmeta na temelju kojega se taj predmet može razlikovati od svih drugih predmeta (Funda, 2012). Kroz vrijeme su se javile različite definicije kvalitete. Kvaliteta se

definira kao „ukupne značajke i karakteristike proizvoda ili usluge koje utječu na njegovu sposobnost da zadovolji izrečene i neizrečene potrebe“ (Buntak i sur., 2021: 10). Kvaliteta je i „stupanj na kojem određeni proizvodi i usluge zadovoljavaju ljudske potrebe, odnosno ukupnost osobina proizvoda ili usluga na kojima se temelji njihova sposobnost da zadovolje izričite želje ili očekivane zahtjeve“ (Funda, 2012: 14). Današnje tržište karakterizira snažna konkurencija, a potrošači imaju sve više zahtjeva, zato se sve više pazi na kvalitetu jer je kvaliteta najvažniji element koji osigurava opstanak na tržištu, profit i razvoj pojedinih djelatnosti, organizacija i cijelih gospodarstava. Razvijene države konstantno grade, razvijaju i unapređuju kvalitetu, a u njima se uspostavljaju norme i propisi koji štite od loše i nedovoljne kvalitete. Još su neki od načina obrane od loše kvalitete represija, zatvaranje tržišta, povlačenje proizvoda s tržišta te oduzimanje prava na pružanje usluga gospodarskom subjektu koji ne udovoljava propisima o kvaliteti (Funda, 2012). U literaturi se javljaju različiti aspekti kvalitete, a najčešći aspekti su performanse, karakteristike, pouzdanost, sukladnost, trajnost, estetika, uslužnost i percipirana kvaliteta. U Tablici 1. definirani su navedeni aspekti kvalitete.

Tablica 1. Najčešći aspekti kvalitete u literaturi

Aspekt kvalitete	Definicija
performanse	ispunjava li proizvod ili usluga zahtjev kupca na najbolji mogući način
karakteristike	svojstva koje određeni proizvod ili usluga posjeduju, a neki drugi proizvod ili usluga ne posjeduju
pouzdanost	dostupnost proizvoda ili usluge u trenutku kada se ukaže potreba za njima
sukladnost	proizvod ili usluga obavljaju ono što se od njih očekuje
trajnost	koliko dugo se određeni proizvod ili usluga mogu upotrebljavati
estetika	kakav je osjećaj korištenja određenog proizvoda ili usluge
uslužnost	koliko dugo treba da se proizvod ili usluga ponovno vrate u funkciju nakon što su onesposobljeni
percipirana kvaliteta	subjektivni dojam kupca o nekom proizvodu ili usluzi stvoren temeljem ostalih aspekata kvalitete

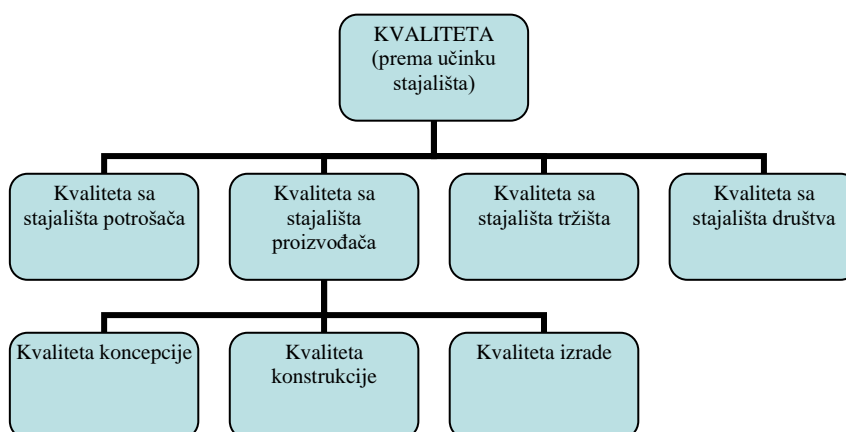
Izvor: Buntak i sur., 2021: 13 prema Garvin, 1984

Pri definiranju kvalitete, različiti se autori pozivaju na različite aspekte kvalitete, a neke od njih navedene su u prethodnoj tablici: performanse, karakteristike, pouzdanost, sukladnost, trajnost, estetika, uslužnost te percipirana kvaliteta. „Kvaliteta je stupanj u kojem niz svojstvenih značajki nekog predmeta ispunjava zahtjeve“ (Norma HR EN ISO 9000:2015 Sustavi upravljanja kvalitetom - Temeljna načela i terminološki rječnik, HZN, 2015).

### 2.1.1. Kvaliteta prema učinku stajališta

Kvaliteta je relativna kategorija što znači da je različito shvaćena i interpretirana jer ju se može promatrati s različitih gledišta, odnosno točaka promatranja. Učinak stajališta ili točke promatranja odnosi se na činjenicu da različiti sudionici u različitim procesima nastajanja, razmjene i upotrebljavanja robe različito gledaju na kvalitetu te robe (Lazibat, 2005). Slika prikazuje moguće točke promatranja na kvalitetu.

Slika 1. Kvaliteta prema učinku stajališta



Izvor: Prilagodba autora prema Lazibat, T. (2005). *Poznavanje robe i upravljanje kvalitetom*, Sinergija, Zagreb, str. 110.

Promatrana sa stajališta potrošača, kvaliteta odgovara na pitanje do koje razine neki proizvod ili usluga mogu zadovoljiti potrebe kupaca (Buntak i sur., 2021). Ako je uporabna vrijednost proizvoda veća od tražene vrijednosti, radi se o luksuznoj robi. Kod kvalitetne robe uporabna i tražena vrijednost su izjednačene, a kod niskokvalitetne robe je uporabna vrijednost manja nego tražena (Lazibat, 2005). Sa stajališta proizvođača, kvaliteta se percipira kao uspjeh nekog proizvoda na tržištu (Buntak i sur., 2021). Prema ovome gledištu, kvaliteta je mjera prema kojoj se određuje koliko je proizvodi namijenjen tržištu uspio u konceptijskom smislu

- koliko je kvalitetna njegova koncepcija, u konstrukcijskom smislu
- koliko je kvalitetna njegova konstrukcija i izvedbeno



– koliko je kvalitetno izveden (Lazibat, 2005).

Sa stajališta tržišta kvaliteta je stupanj do kojega neki proizvod može zadovoljiti potrebe kupca u odnosu na konkurentske proizvode (Buntak i sur., 2021). Kada se na tržištu nalazi samo jedna vrsta robe koja nema konkurenciju, tada je to najkvalitetnija roba (Lazibat, 2005). Sa stajališta društva, a društvo su država ili regija, kvaliteta je stupanj u kojemu su se neki proizvodi ili usluge prodavali na nekom tržištu i u kojemu su ostvarili profit. U tome smislu, neke zemlje imaju snažnu automobilsku industriju, neke farmaceutsku i drugo (Lazibat, 2005).

Kvaliteta koncepcije, kvaliteta konstrukcije i kvaliteta izrade povezane su s percepcijom kvalitete od strane proizvođača. Prema kvaliteti koncepcije, na kvalitetu se gleda kao na koncept koji pokazuje u kojoj je mjeri idejni projekt (i gotov proizvod) prilagođen zadovoljavanju potreba i želja kupaca te je li idejni projekt bolje pogodio koje su želje i zahtjevi kupaca nego idejni projekti konkurenata. Prema kvaliteti konstrukcije, kvaliteta je odnos između uporabnih vrijednosti dva proizvoda koji imaju jednakovrijednu koncepciju. Kvaliteta izrade se promatra kroz sposobnost proizvođača da realizira kvalitetu koncepcije i kvalitetu konstrukcije u redovnoj proizvodnji te na svakom pojedinačnom proizvodu (Lazibat, 2005).

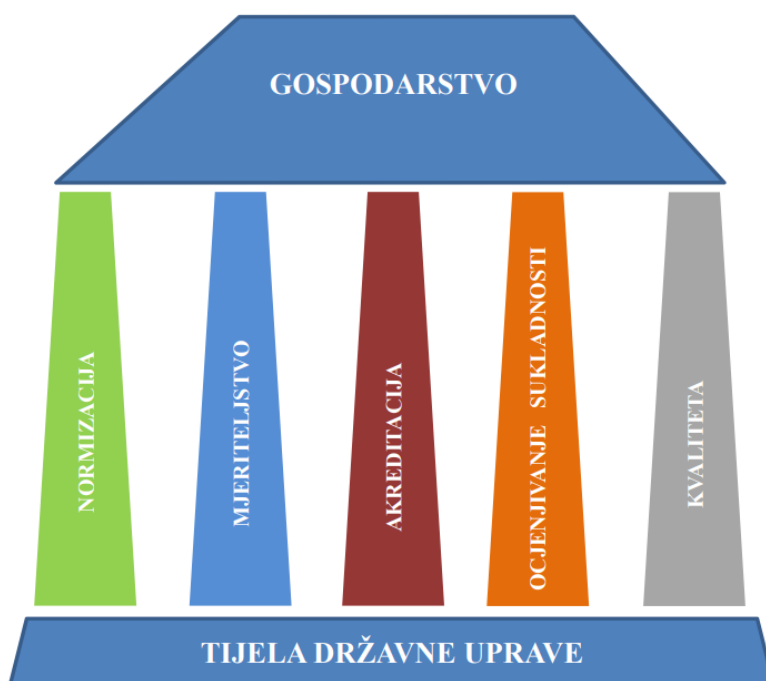
Kvaliteta proizvoda može se promatrati s aspekta konstrukcije ili s aspekta konformnosti sa specifikacijama. „Kvaliteta konstrukcije proizvoda, definirana kao razina kvalitete za istu funkcionalnu uporabu, nastaje prije, u fazama projektiranja i konstrukcije, dok faza konformnosti nastaje potom, u neposrednoj proizvodnji“ (Skoko, 2000: 45). Koliko je proizvod koji proizvođač daje svojim potrošačima kvalitetan zavisi od kvalitete konstrukcije (tehničke specifikacije) i od kvalitete konformnosti (koliko proizvod odgovara tehničkim specifikacijama). Kvaliteta konstrukcije i kvaliteta koncepcije spajaju se u gotovi proizvod kakav se daje potrošačima (Skoko, 2000).

## **2.2. Institucije infrastrukture kvalitete i njihova uloga u gospodarstvu i zaštiti građana**

Svjetska trgovačka organizacija (WTO) infrastrukturu kvalitete promatra kao „skup državnih i/ili privatnih organizacija, uređenih odgovarajućom regulativom, čije se djelatnosti odnose na izradu i donošenje normi i izdavanja potvrda o sukladnosti s njima sa svrhom poboljšanja usklađenosti proizvoda/usluga, procesa i sustava sukladno njihovoj namjeni, odnosno na ukidanje barijera u trgovini i olakšavanje tehnološke suradnje“ (Andrijanić, Buntak, Bošnjak,

2012: 31). Cijela infrastruktura kvalitete sastavljena je od više dijelova koji su povezani i čine mrežu, logičke veze među dijelovima temelje se na tehničkoj hijerarhiji, a svi ti dijelovi zajedno tvore koherentni sustav pomoću kojega se omogućuje siguran i pouzdan proizvod (Popović, Živković, 2011). Pet temeljnih dijelova infrastrukture kvalitete su normizacija, mjeriteljstvo, akreditacija, ocjenjivanje sukladnosti i kvaliteta i prikazani su na slici.

Slika 2. Europska kuća kvalitete



Izvor: Andrijanić, I., Buntak, K., Bošnjak, M. (2012). Upravljanje kvalitetom s poznavanjem robe, Visoka poslovna škola Libertas, Zagreb, str. 32.

Dijelovi koji čine infrastrukturu kvalitete su uzročno-posljedično povezani i tvore sustav koji dokazuje da su proizvod, proces ili sustav usklađeni s obveznim ili dobrovoljnim dogovorenim zahtjevima ili očekivanjima. Potrošačima nije uvijek jasna uloga infrastrukture kvalitete, ali kada donose odluku o kupnji proizvoda, vode se certifikatima i oznakama kvalitete istaknutima na proizvodu (Andrijanić, Buntak, Bošnjak, 2012).

### ***2.2.1. Hrvatske institucije infrastrukture kvalitete i njihove temeljne uloge***

Najvažnije hrvatske institucije infrastrukture kvalitete su Ministarstvo gospodarstva, Upravna organizacijska jedinica za trgovinu i unutarnje tržište (obnaša regulatornu i koordinativnu funkciju), Državni inspektorat (zadužen za nadzor nad tržištem), Državni zavod za mjeriteljstvo (zadužen za zakonsko mjeriteljstvo te ima regulatornu i nadzornu funkciju),

Hrvatski mjeriteljski institut<sup>1</sup> (zadužen za temeljno i tehničko mjeriteljstvo), Hrvatski zavod za norme (bavi se područjem normizacije), Hrvatska akreditacijska agencija (zadužena za akreditacije) i ovlaštena tijela za ocjenu suglasnosti (Andrijanić, Buntak, Bošnjak, 2012). U nastavku su objašnjene uloge Državnog zavoda za mjeriteljstvo, Hrvatskog zavoda za norme i Hrvatske akreditacijske agencije.

Državni zavod za mjeriteljstvo (DZM) je samostalno središnje tijelo državne uprave koje je zaduženo za upravne i ostale poslove iz područja mjeriteljstva te nadzor predmeta izrađenih od plemenitih kovina, a cilj mu je uspostaviti i objediniti sustav mjeriteljstva, uspostaviti i održavati državne etalone i fizikalne veličine te osiguravati njihovu sljedivost kako bi se omogućilo uspostavljanje, opsluživanje te nadzor u području mjeriteljstva (Andrijanić, Buntak, Bošnjak, 2012). Državni zavod za mjeriteljstvo bavi se poslovima koji se odnose na upravne stvari iz područja mjeriteljstva, radi na pripremi poslova iz područja mjeriteljstva, donosi provedbene propise za provođenje zakona, izdaje odobrenja za tijela koja će obavljati poslove pripremanja zakonitih mjerila za ovjeravanje ili poslove ovjeravanja zakonitih mjerila te imenuje tijela koja će ocjenjivati sukladnost u području zakonskog mjeriteljstva. Nadalje, zadužen je za propisivanje tehničkih i mjeriteljskih zahtjeva za postupke ocjenjivanja sukladnosti u domeni zakonskog mjeriteljstva, ispituje pretpakovine i boce kao mjerne spremnike, ovjerava i izvanredno ispituje zakonita mjerila te odrađuje službena mjerenja. U domeni rada Državnog zavoda za mjeriteljstvo je praćenje i nadzor, stoga prati i nadzire stanje u zakonskom mjeriteljstvu te potiče kvalitetno obavljanje djelatnosti, nadzire rad ovlaštenih mjeritelja, servisa i mjeriteljskih inspektora i brine o njihovom stručnom osposobljavanju te pomaže građanima i pravnim osobama pri provođenju mjera i propisa u svojoj domeni. Državni zavod za mjeriteljstvo je predstavnik RH u europskim i međunarodnim organizacijama, izdaje raznovrsne publikacije, vodi evidencije propisane pravilnicima i zakonima i odrađuje druge poslove u svojoj nadležnosti (Zakon o mjeriteljstvu NN 74/14, 111/18, 114/22).

Kada obavlja poslove iz svojega djelokruga, DZM omogućuje da se (Provedbeni program Državnog zavoda za mjeriteljstvo za razdoblje 2021.-2024. godine):

- a) u RH uspostavi i održi mjeriteljsko jedinstvo (i u području zakonskog i u području temeljnog mjeriteljstva) što će kao rezultat imati slobodno kretanje roba i usluga u cilju zaštite potrošača te osiguranja sigurnosti i zdravlja,

---

<sup>1</sup> Ugašen je 1. siječnja 2019. godine i njegovim poslovima danas se bavi Državni zavod za mjeriteljstvo.

- b) ostvaruju, čuvaju, održavaju, upotrebljavaju i razvijaju državni etaloni te da se osigura njihova sljedivost prema međunarodnim etalonima,
- c) efikasno nadziru i kontroliraju postupci ovjeravanja te da se osigura stabilno i održivo funkcioniranje hrvatskog mjeriteljskog sustava,
- d) radi na poboljšanju kvalitete ispitivanja i žigosanja i nadziranja predmeta izrađenih od plemenitih kovina,
- e) djelotvorno upravlja nacionalnim sustavom homologacije vozila te njihovih dijelova.

Državni zavod za mjeriteljstvo u svom radu nastoji ostvariti misiju i viziju. U sljedećoj tablici prikazane su misija i vizija DZM.

Tablica 2. Misija i vizija Državnog zavoda za mjeriteljstvo

<b>Misija i vizija Državnog zavoda za mjeriteljstvo</b>	
Misija	Vizija
Uspostaviti i osigurati primjenu zakonskog i temeljnog mjeriteljstva, stvoriti pouzdanu vezu između mjerenja i vrijednosti, mjerenja i sigurnosti, mjerenja i kvalitete, omogućiti pravičnu trgovinu, zaštitu potrošača, sigurnost u prometu, ispravna mjerenja u zdravstvu te doprinijeti kvaliteti proizvoda i konkurentnosti gospodarstva Republike Hrvatske	Biti učinkovito državno tijelo te sastavnica europskog i međunarodnog sustava zakonskog i temeljnog mjeriteljstva, vršiti nadzor predmeta izrađenih od plemenitih vozila, nadzor homologacije vozila te njihovih dijelova, a time doprinijeti gospodarskom razvoju, zaštititi potrošača, sigurnosti te kvalitetnijem životu u RH.

Izvor: Prilagodba autora prema Provedbeni program Državnog zavoda za mjeriteljstvo za razdoblje 2021.-2024. godine

Hrvatski zavod za norme (HZN) je hrvatska javna ustanova koja se bavi poslovima nacionalne normizacije te je zadužena za ostvarivanje ciljeva normizacije. HZN je osnovan Uredbom o osnivanju Hrvatskog zavoda za norme 2004. godine i bavi se različitim djelatnostima propisanim osnivačkom Uredbom i Zakonom o normizaciji. Svi su poslovi usmjereni na norme i normizaciju, a neki od njih su: pripremiti, prihvatiti i izdati hrvatske norme te objaviti različite vrste dokumenata iz domene normizacije, predstaviti hrvatsku normizaciju u međunarodnim i europskim organizacijama, voditi registar hrvatskih norma te održavati zbirku hrvatskih norma, promicati korištenje hrvatskih norma, ostvarivati suradnju s nacionalnim normiranim tijelima drugih država i brojni drugi (Uredba o osnivanju Hrvatskog

zavoda za norme NN 154/04, 44/05, 30/10, 34/12, 79/12). Hrvatski zavod za norme predstavlja RH u (Andrijanić, Buntak, Bošnjak, 2012):

- a) Međunarodnoj organizaciji za normizaciju (ISO)
- b) Međunarodnom elektrotehničkom povjerenstvu (IEC)
- c) Europskom odboru za normizaciju (CRN)
- d) Europskom odboru za elektrotehničku normizaciju (CENELEC)
- e) Europskom institutu za telekomunikacijske norme (ETSI)

Hrvatski zavod za norme djeluje u skladu s misijom i vizijom, a u sljedećoj tablici prikazane su misija i vizija HZN.

Tablica 3. Misija i vizija Hrvatskog zavoda za norme

<b>Misija i vizija Hrvatskog zavoda za norme</b>	
Misija	Vizija
Promicati ulogu i značenje normizacije u nacionalnom, europskom i međunarodnom okruženju te konstantan razvoj normizacije koji će doprinijeti kvaliteti i konkurentnosti gospodarstva RH, olakšati izlazak hrvatskih proizvoda na međunarodna tržišta te ispuniti zahtjevi iz članstva RH u EU.	U potpunosti zadovoljiti potrebe svih nacionalnih korisnika normi kroz razvoj, prihvaćanje i uporabu europskih i međunarodnih normi u svim tehničkim područjima.

Izvor: Prilagodba autora prema Godišnji plan rada Hrvatskog zavoda za norme (HZN) za 2022. godinu

Hrvatska akreditacijska agencija (HAA) osnovana je 2004. godine kao javna ustanova koja se bavi poslovima i zadacima nacionalne akreditacijske službe. Zadaci HAA su (Uredba o osnivanju Hrvatske akreditacijske agencije NN 158/2004):

- a) akreditacija ispitnih i umjernih laboratorija,
- b) akreditacija pravnih i fizičkih osoba u području potvrđivanja odnosno certifikacije proizvoda, osoblja i sustava upravljanja,
- c) akreditacija pravnih i tehničkih osoba koje se bave poslovima tehničkog nadzora i slično,
- d) ostala ocjenjivanja ili potvrđivanja osposobljenosti za provedbu postupaka sukladnosti,

- e) davanje informacija koje su tijelima državne uprave potrebne za učinkovito provođenje politike akreditacije u domeni ocjenjivanja sukladnosti,
- f) suradnja s europskim i međunarodnim tijelima koja se bave područjem akreditacije te pravnim i fizičkim osobama koje se bave istim područjem,
- g) promicanje akreditacije i izobrazba u domeni akreditacije te objavljivanje raznih publikacija na temu akreditacije.

U svojem djelovanju, HAA se vodi vlastitom misijom i vizijom koje su prikazane u sljedećoj tablici.

Tablica 4. Misija i vizija Hrvatske akreditacijske agencije

<b>Misija i vizija Hrvatske akreditacijske agencije</b>	
<b>Misija</b>	<b>Vizija</b>
Stabilan i konstantan rad na provođenju vjerodostojnog sustava akreditacije RH, a pritom je taj sustav usklađen s europskim i međunarodnim pravilima.	Biti održiva i punopravna članica u europskim i međunarodnim akreditacijskim organizacijama te vjerodostojno i proaktivno predstavljati RH u tim organizacijama kako bi se konstantno osnaživala konkurentna prednost hrvatskog gospodarstva.

Izvor: Prilagodba autora prema O nama, Hrvatska akreditacijska agencija

Konkretna djelatnost HAA vezane su za akreditiranje sljedećih tijela: ispitnih i umjernih laboratorija (HRN EN ISO/IEC 17025), medicinskih laboratorija (HRN EN ISO 15189), certifikacijskih organizacija za proizvode (HRN EN ISO/IEC 17065), certifikacijskih organizacija za sustave upravljanja kvalitetom i okolišem (HRN EN ISO/IEC 17021), certifikacijskih organizacija za osobe (HRN EN ISO/IEC 17024), inspeksijskih/nadzornih organizacija (HRN EN ISO/IEC 17020), organizatora ispitivanja sposobnosti (HRN EN ISO/IEC 17043) te verifikatora emisija stakleničkih plinova (HRN EN ISO 14065) (O nama, Hrvatska akreditacijska agencija).

### **2.3. Norme i sustav normizacije**

Riječi norma i normizacija dolaze iz francuske riječi normalisation i njemačke normung, a u RH se koriste i riječi standard i standardizacija koji dolaze iz engleske riječi standardization. U terminološkom smislu, naziv norma ima latinsko podrijetlo i označava pravilo (Kondić i sur., 2018). Norme su važan dio svakodnevnog života o kojemu čovjek obično ne razmišlja

sve dok mu nepostojanje normi ne stvori teškoće. Bez normi bi bilo vrlo teško, možda čak i nemoguće obavljati svakodnevne zadatke jer nas norme, primjerice sigurnosne norme kod rada s uređajima, štite za vrijeme rada i u slobodno vrijeme. Temelj normi su provjerena znanstvena, tehnička i iskustvena znanja, a dobrobit normi vidljiva je u činjenici da one dovode do unapređivanja zdravlja, sigurnosti, kvalitete okoliša i boljeg standarda života (Funda, 2011). Kada se sagledaju poslovne organizacije, vidi se da njihov rad izravno ili neizravno dovodi do više razine uređenosti u sustavu u kojemu posluju. S razvojem novih tržišta i poslovnih modela, javlja se potreba da se državni dionici krenu uključivati i postavljati zakonske regulacije kojima određuju kako se poslovni subjekti smiju, a kako ne smiju ponašati na tržištu te kojim zahtjevima moraju udovoljiti novi proizvodi i usluge (Buntak i sur., 2021).

Dosad su dane različite definicije normi. U općenitom smislu, norma je pravilo postupanja i prihvaćeni zajednički temelj prema kojemu se mjere napredak, prihvatljivost i postignuća te osigurava uspjeh na tržištu (Funda, 2011). „Najčešće se pod normom ili standardom (u robnoj proizvodnji) podrazumijeva niz precizno i sažeto danih definicija, tehničkih specifikacija, kriterija, mjera, pravila i karakteristika koje opisuju materijale, proizvode, procese i sustave“ (Lazibat, 2005: 79). Norma je „nešto što je unaprijed određeno, poželjno ili način postupanja koji se smatra obveznim“ (Kondić i sur., 2018: 47).

Povijest normizacije vrlo je duga, a prvi pisani dokumenti o normizaciji datiraju u 2. st. pr. Kr. U to je vrijeme prvi kineski car Qin Shinhung Di razvio norme za područje cestogradnje, norme za oružje te ratnu opremu, odredio je širinu gradskih vrata te propisao razmak koji moraju imati osovina i kotač u kolima. Suvremena povijest normizacije nastupila je s jačanjem zanimanja za međunarodnu trgovinu. Prva konferencija o normizaciji održala se 1886. godine u Dresdenu, a Međunarodna organizacija za normizaciju (ISO – engl. International Organization for Standardization) osnovana je 1946. godine (Lazibat, 2005).

Danas je na snazi trend internacionalizacije normi koji doprinosi ostvarivanju sljedećih ciljeva (Kondić i sur., 2018):

- a) stvaranju jedinstvenog svjetskog tržišta te jedinstvenog ekološkog sustava,
- b) izbjegavanju protekcionizma,
- c) nastojanju da se štite zemlje u razvoju,
- d) širenju i implementaciji suvremenih globalnih tehničkih i tehnoloških rješenja,
- e) prenošenju znanja,

f) stvaranju jedinstvenog sustava komunikacije.

Važno je istaknuti kako norme nisu nepromjenjiva i zadana konstanta, nego se svakim danom radi na njihovom usavršavanju. Razvoj normi prati razvoj tehnologije i proizvodnih procesa pa s njihovim razvitkom rastu i zahtjevi za kvalitetom, sigurnošću, pouzdanošću i drugim karakteristikama pa se traži i promjena normi koje će u svojim definicijama dati i navedene promijenjene karakteristike (Kondić i sur., 2018).

### ***2.3.1. Normizacija i ciljevi normizacije***

Normizacija je danas prihvaćena kao znanstvena disciplina, proces i alat i kao takva je jedan od pokretača gospodarskog razvoja neke regije i cijele države. Pod pojmom normizacija misli se na proces koji pomaže zainteresiranim stranama uspostaviti dogovor oko nekog problema ili rješenja problema (Gabrić, 2008). Na globalnoj razini, normizacija pridonosi poboljšanju komunikacije na tehničkoj razini, olakšava transfer tehnologija, smanjuje varijabilnost u proizvodima i uslugama, dovodi do sukladnosti u postupcima ispitivanja proizvoda, a u indirektnom smislu povećava produktivnost i smanjuje troškove u proizvodnji. Normizacija ima univerzalan cilj vidljiv u samom pojmu normizacija (Kondić i sur., 2018). „Izrada/izmjena normi te laboratorijski rad (certifikacija) predstavljaju dvije glavne aktivnosti oko kojih se normizacija organizira“ (Gabrić, 2008). U Republici Hrvatskoj ciljevi normizacije propisani su Zakonom o normizaciji. Ciljevi normizacije su sljedeći (Zakon o normizaciji NN 80/2013):

1. Povećati razinu sigurnosti proizvoda i procesa te očuvati čovjekov život i njegovo zdravlje i zaštititi okoliš
2. Promicati kakvoću proizvoda, procesa i usluga
3. Osigurati svrsishodno korištenje rada, materijala i energije.
4. Poboljšati učinkovitost u proizvodnji, ograničiti raznolikost, osigurati spojivost i zamjenjivost
5. Otkloniti tehničke zapreke u međunarodnoj trgovini

Normizacija se provodi prema pet načela, a to su načelo konsenzusa, načelo uključivanja svih zainteresiranih strana, načelo javnosti rada, načelo stupnja razvoja tehnike i načelo koherentnosti zbirke normi. Konsenzus je temeljno načelo normizacije i ono označava suglasnost svih zainteresiranih strana u području na koje se odnosi konkretna norma. Uključivanje svih zainteresiranih strana znači da u izradi normi i dragovoljnom korištenju normi sudjeluju sve zainteresirane strane. Načelo javnosti rada garantira da će u svim fazama



izrade normi postupak izrade biti javan te dostupan na uvid svim zainteresiranim stranama koje će moći dati svoje prijedloge, kritike, mišljenja i druge opaske koje se odnose na određene norme. Norma određuje u kojem se stupnju razvijenosti nalazi tehnika, a stupanj razvoja tehnike donosi se na temelju provjerenih tehničkih, empirijskih i znanstvenih spoznaja. Posljednje načelo je načelo koherentnosti zbirke normi prema kojemu koherentnost norme znači da se kod izdavanja nove norme stara norma mora staviti izvan snage ili povući iz upotrebe, a cijela zbirka normi mora biti povezana i smisljena (Kondić i sur., 2018).

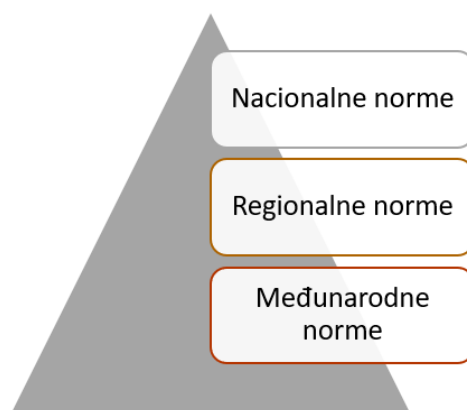
Međunarodna organizacija za normizaciju – ISO (engl. International Organization for Standardization) je nevladina i neovisna međunarodna organizacija u koju je danas uključeno 168 nacionalnih normizacijskih tijela (ISO, About us, 2023). ISO je najveća svjetska organizacija koja je zadužena za norme pa razvija i uvodi nove norme (Kondić i sur., 2018). Glavni zadaci ISO su pripremanje, prihvaćanje, objavljivanje i briga o međunarodnim normama (Andrijanić, Buntak, Bošnjak, 2012). ISO je osnovana 1946. godine, u nju su tada bili uključeni predstavnici 25 zemalja, a s radom je počela 1947. godine. Danas je vjerojatno najpoznatija po međunarodnim ISO normama koje postoje za upravljanje, za proizvode, za ispitivanja ili upute za korištenje (Kondić i sur., 2018).

Namjena ISO normi je: „Pridonose osiguravanju kvalitete, sigurnosti i pouzdanosti, očuvanju i brizi za okoliš, ekonomičnosti, uskladivosti, učinkovitosti i ostalim važnim svojstvima. ISO normama olakšat će se trgovanje i širu primjenu tehnologije“ (Kondić i sur., 2018: 51). Međunarodna organizacija za normizaciju najsnažnija je institucionalna podrška razvoju normizacije na globalnoj razini, a ISO norme temelj su za postizanje kvalitete u svim područjima na koja se odnose.

### ***2.3.2. Razine normizacije i vrste normi***

Normizacija se danas dijeli prema zemljopisnom, političkom i gospodarskom opsegu na tri razine normi prikazane na slici.

Slika 3. Razine normizacije prema regionalnom načelu



Izvor: Prilagodba autora prema Kondić, Ž., Maglić, L., Pavletić, D., Samardžić, I. (2018). Kvaliteta 2 (mjeriteljstvo, normizacija, ustroj, funkcioniranje, statistička kontrola kvalitete), Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Sveučilište Sjever, Sveučilište u Rijeci, Varaždin, str. 52.

Na razini međunarodne normizacije mogu se uključiti odgovarajuća tijela iz svih zemalja. Regionalna normizacija je normizacija u koju se mogu uključiti samo tijela iz zemalja s jednog zemljopisnog, političkog ili gospodarskog područja pa se može govoriti o, npr., europskoj normizaciji. Nacionalna normizacija provodi se u jednoj zemlji ili u jednom dijelu zemlje. Normizacija se unutar jedne zemlje može odvijati na jednom području djelovanja, na lokalnom području ili na razini udruga ili organizacija (Kondić i sur., 2018). Norme se dijele na različite načine, a prema podjeli normi s obzirom na područje ljudske aktivnosti, dijele se na primjer na (Kondić i sur., 2018):

- a) norme za sporazumijevanje,
- b) norme za kvalitetu,
- c) norme za zaštitu okoliša,
- d) norme za zaštitu na radu i zaštitu zdravlja,
- e) norme za konstrukcije,
- f) norme za materijale i ostale.

Norme se dijele i na osnovne norme, terminološke norme, norme za ispitivanja i norme za proizvod. Osnovne norme su norme koje se odnose na široko područje ili daju općenite odredbe za neko od posebnih područja. Osnovne norme mogu biti temelj za izgradnju drugih norma ili se mogu biti izravno primijenjene. Terminološke norme utvrđuju nazive, sadrže njihove definicije, a ponekad i crteže, objašnjenja i primjere. Norme za ispitivanja povezane

su s metodama ispitivanja, mogu biti upotunjene pravilima koja se odnose na ispitivanje, na primjer pravilima za uzorkovanje, korištenje statističkih metoda ili redosljed ispitivanja. Norme za proizvode propisuju kojim zahtjevima mora udovoljiti proizvod ili grupa proizvoda da bi se osigurala njihova prikladnost. Postoje potpune i nepotpune norme za proizvode, potpune su norme koje utvrđuju sve potrebne zahtjeve, a nepotpune utvrđuju samo neke zahtjeve (Kondić i sur., 2018).

#### **2.4. Akreditacija i sustav akreditacije**

„Akreditacija je postupak kojim mjerodavno tijelo, odnosno nacionalna služba za ovlašćivanje, formalno priznaje da je ustanova ili osoba sposobna obavljati određene zadatke“ (Kos, 2005: 77). Akreditacija je službeno priznanje koje daje nacionalna institucija za akreditaciju nakon što provede postupak akreditacije, a njime se potvrđuje da organizacija ispunjava potrebne zahtjeve te da je kompetentna za obavljanje poslova ocjenjivanja usuglašenosti. U ocjenjivanje usuglašenosti ubrajaju se poslovi ispitivanja proizvoda, kontroliranja i certifikacije proizvoda (Popović, Živković, 2011).

Jedan od razloga zbog kojih je akreditacija korisna za uspostavu povjerenja na tržištu proizvoda i usluga je činjenica da podrazumijeva nezavisnu i nepristranu ocjenu osposobljenosti ustanova, a tu će ocjenu dati posebne ustanove koje se bave umjeravanjem, ispitivanjem, potvrđivanjem proizvoda, usluga i procesa, sustava kvaliteta i osoba te koje pružaju nadzor (Kos, 2005). Akreditacija je postupak u kojemu se utvrđuje je li netko osposobljen za obavljanje određenih radnji. „U postupku akreditacije utvrđuje se osposobljenost pravnih i fizičkih osoba za obavljanje poslova za koje se daje akreditacija s obzirom na zahtjeve propisa, odgovarajućih međunarodnih i europskih norma, odnosno istovrijednih nacionalnih norma, te dokumenata europskih i međunarodnih organizacija za akreditaciju“ (Zakon o akreditaciji NN 158/03, 75/09, 56/13).

Akreditacija ima važnu ulogu na tržištu jer je ona način da se uspostavi povjerenje (Popović, Živković, 2011). Nadalje, akreditacija je izvrstan način za pospješivanje inovacija, pomaže u donošenju odluka te kod prosudbe rizika. Povjerenje potrošača i korisnika proizvoda povećava se kada proizvodi posjeduju vjerodostojan certifikat, a time proizvođač postaje konkurentniji na tržištu (Funda, 2012).

## **2.5. Mjeriteljstvo i sustav zakonskog i znanstvenog mjeriteljstva**

Mjeriteljstvo je dio gotovo svih čovjekovih aktivnosti jer skoro sve što obavlja podvrgnuto je određenim oblicima mjerenja. Smatra se jednim od najstarijih znanosti, a bez nje ne mogu funkcionirati druge znanosti jer je mjeriteljstvo temeljna potreba svim drugim znanostima. Prisutno je od davne povijesti kada su se mjerenja temeljila na praktičnim veličinama koje su tada bile dostupne, na primjer duljina ljudskog stopala, lakta ili palca. U 18. stoljeću u Francuskoj dolazi do službenog razvoja suvremenog mjeriteljstva zbog želje da se ujednači sustav mjernih jedinica te da se temelji na vrijednostima koje se ne mijenjaju. U Parizu su 1799. godine izrađena dva etalona, za metar i kilogram, a to je početak danas prihvaćenog međunarodnog sustava jedinica (SI) (Kondić i sur., 2018).

Definicija mjeriteljstva kaže da „mjeriteljstvo podrazumijeva osiguravanje, održavanje i diseminaciju konzistentnog skupa mjernih jedinica, osiguravanje podrške pravičnom trgovanju te osiguravanje podataka potrebnih za nadzor i postizanje zahtijevane razine kvalitete u proizvodnim djelatnostima“ (Kondić i sur., 2018: 3). Tri su glavna zadatka mjeriteljstva: definirati međunarodno prihvaćene mjerene jedinice (primjerice metar), ostvariti mjerne jedinice pomoću znanstvenih metoda (primjerice ostvarivanje metra pomoću lasera) te utvrditi lanac sljedivosti kod određivanja i dokumentiranja vrijednosti i točnosti mjerenja te kod prenošenja tog znanja (Molnar, 2010). U RH su za obavljanje poslova mjeriteljstva zaduženi (Zakon o mjeriteljstvu 74/14, 111/18, 114/22):

- a) Državni zavod za mjeriteljstvo
- b) Ovlaštena tijela
- c) Pravne osobe koje se bave poslom nacionalnog umjernog laboratorija

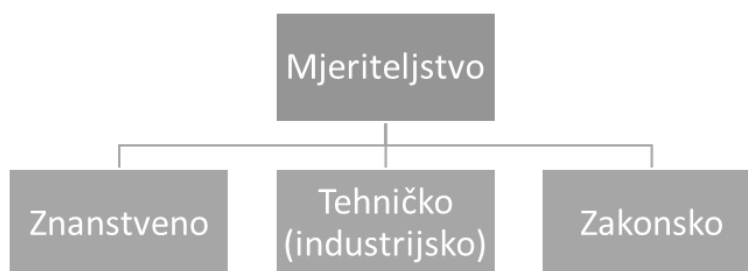
### **2.5.1. Podjela mjeriteljstva**

Mjeriteljstvo se dijeli u dvije najvažnije djelatnosti (Andrijanić, Buntak, Bošnjak, 2012):

1. Znanstveno i primijenjeno mjeriteljstvo (BIPM te međunarodni lanac mjerenja)  
Najvažnija institucija u području znanstvenog mjeriteljstva je Međunarodni ured za utege i mjere (BIPM – franc. Bureau International des Poids et Mesures) koji je dužan osigurati svjetski temelj prema kojemu će funkcionirati jedinstven, sljediv sustav mjerenja.
2. Zakonsko mjeriteljstvo (OIML i svjetsko međusobno prihvaćanje ispitnih rezultata)

Znanstveno mjeriteljstvo organizira i razvija mjerne etalone te ih održava. Industrijsko mjeriteljstvo (tehničko mjeriteljstvo) zaduženo je za dobro funkcioniranje mjerila koje se koriste u industriji, u proizvodnim procesima i ispitivanjima. Zakonsko mjeriteljstvo bavi se točnošću mjerenja, a posebno ako se javi zahtjev za ovjeravanjem mjerila (Molnar, 2010). Na sljedećoj slici prikazana je podjela mjeriteljstva.

Slika 4. Podjela mjeriteljstva



Izvor: Izvor: Prilagodba autora prema Kondić, Ž., Maglić, L., Pavletić, D., Samardžić, I. (2018). Kvaliteta 2 (mjeriteljstvo, normizacija, ustroj, funkcioniranje, statistička kontrola kvalitete), Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Sveučilište Sjever, Sveučilište u Rijeci, Varaždin, str. 5.

Mjerne jedinice su posebne, točno određene veličine koje su dogovorno prihvaćene. S njima se uspoređuju druge veličine iste vrste kako bi se mogle izraziti njihove veličine u odnosu na tu veličinu. Mjerne jedinice označavaju se znakom mjernih jedinica koji su dogovoreni, na primjer m – znak za metar ili A – znak za amper. Osnovne i izvedene mjerne jedinice nekog sustava veličina organizirane u skup prema jasno definiranim pravilima čine sustav mjernih jedinica. Primjeri sustava mjernih jedinica su međunarodni sustav jedinica (SI) i CGS sustav jedinica (Kondić i sur., 2018). Zakonita mjerila su ovjerena mjerila koja su pod nadzorom mjeriteljske inspekcije te su usklađena s mjeriteljskim i tehničkim zahtjevima, a mjerne rezultate pokazuju u zakonski propisanim mjernim jedinicama. Koriste se za mjerenja koja se odvijaju u prometu robe i usluga, da bi se zaštitilo čovjekovo zdravlje, zdravlje životinja, opća sigurnost, imovina, okoliš i priroda, kod pružanja zaštite na radu, za sigurnost u prometu te zaštitu od nesreća. Primjenjuju se i kod provjere pretpakovina i boca kao mjernih spremnika te kod mjerenja koja su uređena različitim zakonima (Zakon o mjeriteljstvu 74/14, 111/18, 114/22).

### **3. Zaštita potrošača**

Pitanje zaštite potrošača te prve odredbe koje su služile za zaštitu interesa potrošača javili su se na kraju 19. i na početku 20. stoljeća kada su neke od razvijenijih država u Europi donijele propise vezane za zaštitu potrošačkih prava. Primjer je zakon koji je u Njemačkoj donesen 1894. godine prema kojemu je prodavač kupcu morao vratiti sav novac ako se nije pridržavao ugovora, a poznat je i Trgovački zakon donesen 1935. godine u Nizozemskoj koji je govorio o sigurnosti proizvoda i zdravlju potrošača. Kao građanski pokret, zaštita potrošača javila se u razvijenim tržišnim gospodarstvima i bila je reakcija potrošača na probleme s kojima su se morali nositi, primjerice na nesigurne proizvode, neistinito oglašavanje i ostale. Zato su se potrošači počeli povezivati i organizirati jer je to bio jedini način da se stave u ravnopravan odnos s moćnim poduzećima te da traže i ostvare svoja potrošačka prava. Najprije se intenzivni pokret za zaštitu potrošača javio u Sjedinjenim Američkim Državama u razdoblju 60-ih godina prošlog stoljeća što je rezultiralo brojnim zakonima koji su doneseni s ciljem zaštite potrošača (Salač, Uzelac, 2014).

Usporedno s pokretima za zaštitu potrošača u SAD-u, takvi su se pokreti javili i u Europi, a na europskom području prve organizacije za zaštitu potrošača osnivaju se nakon Drugog svjetskog rata. U razdoblju 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća, u Europi dolazi do donošenja prvih nacionalnih zakona za zaštitu potrošača, ali intenzivnija zaštita potrošača razvija se tek unutar Europske unije (Salač, Uzelac, 2014). U RH se područje zaštite prava potrošača počelo razvijati kada se krenulo ozbiljnije razmatrati o pristupanju EU: „Pravo zaštite potrošača kao samostalno područje prava u hrvatskome pravnome poretku se u pravome smislu te riječi, počelo značajnije razvijati nakon potpisivanja Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između Republike Hrvatske i Europskih zajednica te njihovih država članica 29. listopada 2001.“ (Mišćenić, 2013: 145). Danas na području EU postoji dobar institucionalni okvir zaštite potrošača, ali ostaje otvoreno pitanje učinkovitosti mehanizama koji pomažu potrošačima u ostvarivanju i zaštiti prava (Poretti, 2018).

#### **3.1. Definiranje potrošača i njegovih prava**

Čovjek svakodnevno konzumira proizvode i usluge (hranu, stambeni prostor, odjeću i obuću, obrazovanje, usluge i ostalo) što ga čini potrošačem (Salač, Uzelac, 2014). Potrošač je “svaka fizička osoba koja sklupa pravni posao ili djeluje na tržištu izvan svoje trgovačke, poslovne,

obrtničke ili profesionalne djelatnosti” (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23). U tradicionalnom smislu, potrošač je krajnji korisnik proizvoda i usluga, osoba koja troši proizvod ili uslugu kako bi zadovoljila vlastite želje i potrebe. Izrazi potrošač i kupac uglavnom se poistovjećuju, iako kupac ne mora uvijek biti i potrošač onoga što je kupio (Grbac, Lončarić, 2010). Kako u svim trgovačkim odnosima osim potrošača sudjeluje i trgovac, potrebno je definirati i taj pojam. Trgovac je „bilo koja osoba koja sklapa pravni posao ili djeluje na tržištu u okviru svoje trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti, uključujući i osobu koja nastupa u ime ili za račun trgovca“ (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23). Osnovna potrošačka prava uređena su Zakonom o zaštiti potrošača, a ona su (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23):

- a) Pravo da se zaštite ekonomski interesi potrošača.
- b) Pravo da se potrošač zaštiti od opasnosti za život, zdravlje i imovinu.
- c) Pravo na pravnu zaštitu.
- d) Pravo potrošača na informiranje i izobrazbu.
- e) Pravo da se potrošači udružuju da bi zaštitili vlastite interese.
- f) Pravo na predstavljanje potrošača i sudjelovanje njihovih predstavnika u tijelima koja se bave potrošačkim pravima.

Baretić svodi potrošačka prava na sedam prava: pravo na visoku razinu zaštite zdravlja i sigurnosti, pravo na obaviještenost, pravo na jednostran raskid ugovora, pravo na zaštitu od nepoštenih ugovornih odredaba, pravo na sukladnost kupljene robe s ugovorom, pravo na zaštitu od nepoštene poslovne prakse i pravo na učinkovitu pravnu zaštitu. Prvo pravo je pravo na visoku razinu zaštite zdravlja i sigurnosti. Temeljna potrošačka prava osmišljena su tako da potrošaču pruže zaštitu u odnosu s trgovcem. Pravo na visoku razinu zaštite zdravlja i sigurnosti štiti potrošače od nesigurnih proizvoda na tržištu. EU ima jedne od najstrožih sigurnosnih standarda na svijetu, a kada je RH uskladila svoje zakonodavstvo sa zakonodavstvom Europske unije, preuzela je stroge sigurnosne standarde. Sigurni proizvodi su oni proizvodi koji u normalnim uvjetima korištenja nemaju nikakav rizik za potrošača ili imaju neznatan rizik koji je uobičajeno spojiv s korištenjem proizvoda te ga se smatra prihvatljivim i usklađenim sa zahtjevom visoke razine zaštite ljudskog zdravlja i sigurnosti. Proizvođači i distributeri na tržište smiju stavljati samo sigurne proizvode, a ako utvrde da su na tržište stavili nesiguran proizvod, dužni su o tome obavijestiti nadležna tijela (Baretić, X). Drugo pravo je pravo na obaviještenost. Dužnost je trgovca da obavijesti potrošača o nazivu, tipu i modelu proizvoda, sastavu proizvoda, o tehničkim obilježjima i svojstvima proizvoda, o nazivu i sjedištu proizvođača ili uvoznika. Potrošaču je dužan dati i informacije o mogućnosti

jednostranog, bezrazložnog raskida ugovora, o općim uvjetima poslovanja te o troškovima dostavljanja i povrata kupljenog proizvoda. Treće pravo je pravo na jednostran raskid ugovora koje znači da potrošač smije bez obrazloženja vratiti proizvod, dobit će povrat novca te zbog toga neće snositi nikakve negativne posljedice. Četvrto pravo potrošaču garantira zaštitu od nepoštenih ugovornih odredbi. „Nepoštene ugovorne odredbe su one odredbe o kojima se nije pojedinačno pregovaralo, a koje suprotno načelu savjesnosti i poštenja uzrokuju znatnu neravnotežu u pravima i obvezama ugovornih strana“ (Baretić, X: 18). Trgovac, prema očekivanjima, ima više znanja, poslovnih vještina i iskustva nego potrošač i zato je u dominantnom položaju koji ne smije iskorištavati kako bi potrošača stavio u nepravedan položaj. Peto potrošačko pravo je pravo da je kupljena roba sukladna s ugovorom što znači da potrošač ima pravo tražiti robu koja nema materijalne nedostatke, a ako roba ima materijalne nedostatke ili je na bilo koji drugi način neusklađena s ugovorom, potrošač može tražiti predaju nove robe bez nedostataka, popravak stvari, sniženje cijene ili raskinuti ugovor. Prema šestom pravilu, potrošače je potrebno zaštititi od nepoštene trgovačke prakse. Zabranjena zavaravajuća i agresivna poslovna praksa podrazumijeva brojne aktivnosti trgovca kao što su isticanje zaštitnih znakova, znakova kvalitete i drugih sličnih znakova ako za to nemaju odobrenje, pokazivanje neispravnog proizvoda, a s ciljem da se proda neki drugi proizvod, posjećivanje potrošača u njegovom domu ako potrošač to ne želi, ustrajno i neželjeno komuniciranje s potrošačem putem različitih komunikacijskih kanala i ostalo. Sedmo pravilo nalaže da se potrošaču treba pružiti učinkovita pravna zaštita (Baretić, X).

### **3.2. Zakon o zaštiti potrošača**

Zakon o zaštiti potrošača je osnovni hrvatski zakon koji uređuje glavna načela zaštite potrošačkih prava koja potrošač ima kada kupuje proizvode na tržištu te je kao takav usklađen s pravnim propisima Europske unije. U prvom dijelu Zakona iskazana su osnovna potrošačka prava. Ovaj je Zakon dio hrvatske zakonske regulative koja se odnosi na zaštitu potrošačkih prava, a ako su neke od njegovih odredbi suprotne odredbama zakona koji uređuju određena posebna područja zaštite, onda se odnos potrošača i trgovaca uređuje takvim posebnim zakonima (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23). Za poslovanje trgovaca s potrošačima od primarnog su značaja osnovne odredbe iskazane u drugom dijelu Zakona o zaštiti potrošača “Dio drugi: Poslovanje trgovaca s potrošačima”: način označavanja proizvoda, način isticanja cijena proizvoda, uvjeti prodaje, izdavanje računa, način podnošenja pisanog prigovora, zaštita osobnih podataka potrošača, neželjene komunikacije prema potrošačima koje se odvijaju telefonskim putem ili putem poruka, pravila o popravku ili održavanju



proizvoda, plaćanje predujmom, plaćanje novčanih obveza, nedospjele novčane tražbine, ambalaža te ostavljanje oglasnih poruka. U ovome dijelu Zakona uređene su i opće odredbe posebnih oblika prodaje (akcijskih prodaja, rasprodaja, sezonskih sniženja, prodaje robe s greškom), javne usluge koje se pružaju potrošačima i suzbijanje nepoštene trgovačke prakse (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23).

Trećim dijelom Zakona uređuju se potrošački ugovorni odnosi, nepoštene odredbe u potrošačkim ugovorima, sklapanje ugovora koje se odvija izvan poslovnih prostorija te sklapanje ugovora na daljinu, ugovor o pravu na vremenski ograničenu uporabu (timeshare), ugovor o dugotrajnom turističkom proizvodu, ugovor o ponovnoj prodaji i ugovor o zamjeni (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23). Četvrtim dijelom Zakona uređuje se procesnopravna zaštita potrošača: načini alternativnog rješavanja potrošačkih sporova, zaštita kolektivnih interesa i prava potrošača, a petim dijelom uređen je institucionalni okvir zaštite potrošačkih prava. U šestom dijelu propisuje se provedba inspekcijskog nadzora, u sedmom dijelu prekršajne odredbe, a osmi dio Zakona čine prijelazne i završne odredbe (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23).

### **3.3. Institucionalni okvir zaštite potrošača**

Najvažniji nositelji politike zaštita potrošača u RH su Hrvatski sabor i Vlada Republike Hrvatske koji djeluju kroz ministarstvo nadležno za obavljanje poslova zaštite potrošača. Važnu ulogu u zaštiti potrošača imaju Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača i poslovna udruženja (Babić, 2015). Uz to, institucionalni okvir zaštite potrošača u RH čine i nadležne inspekcije, udruge za zaštitu potrošača te jedinice lokalne samouprave i druga javnopravna tijela (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23).

Prema Odluci Vlade Republike Hrvatske, osnovano je Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača koje čini 27 skupina predstavnika: šest predstavnika dolazi iz ministarstva nadležnog za zaštitu potrošača i održivi razvoj, po jedan predstavnik iz ministarstva nadležnog za financije, ministarstva nadležnog za more, promet i infrastrukturu, ministarstva nadležnog za poljoprivredu, ministarstva nadležnog za pravosuđe i upravu, ministarstva nadležnog za vanjske i europske poslove, ministarstva nadležnog za unutarnje poslove, ministarstva nadležnog za turizam, ministarstva nadležnog za zdravstvo, ministarstva nadležnog za znanost i obrazovanje te tijela državne uprave nadležnog za demografiju i mlade. U Nacionalnom vijeću su i dva predstavnika Državnog inspektorata, po jedan predstavnik Agencije za

elektroničke medije, Hrvatske agencije za civilno zrakoplovstvo, Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga, Hrvatske energetske regulatorne agencije, Hrvatske regulatorne agencije za mrežne djelatnosti, Hrvatske narodne banke, Hrvatske gospodarske komore, Hrvatske obrtničke komore, Hrvatske udruge poslodavaca te Hrvatske udruge banaka. Nadalje, u Nacionalnom vijeću su i tri predstavnika reprezentativnih sindikalnih središnjica, po jedan predstavnik Vijeća za vodne usluge i Visokog trgovačkog suda Republike Hrvatske, dva predstavnika akademske zajednice te tri predstavnika udruga za zaštitu potrošača (Odluka o osnivanju Nacionalnog vijeća za zaštitu potrošača NN 96/2022).

Kao savjetodavno tijelo Vlade RH, Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača sudjeluje i u izradi Nacionalnog programa za zaštitu potrošača te u izradi Izvješća o provedbi Nacionalnog programa za zaštitu potrošača. Osim toga, inicira izmjene i dopune propisa i donošenje novih propisa te sudjeluje u osmišljavanju politika zaštite potrošača (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23). Kako bi zaštitila potrošače, Vlada Republike Hrvatske periodički, svake četiri godine Hrvatskom saboru predlaže nacionalni program za zaštitu potrošača koji zatim Sabor donosi, a koji se smatra temeljnim dokumentom u kojemu su izneseni ciljevi i mjere za zaštitu potrošača (Babić, 2015). Za zaštitu potrošača važne su i jedinice lokalne samouprave koje su obvezne poduzimati sve mjere i aktivnosti za zaštitu potrošača iz domene svoje nadležnosti, a osobito (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23):

- a) provoditi informiranje i educiranje potrošača,
- b) organizirati savjetovanja potrošača,
- c) sudjelovati u radu udruga koje rade na unapređenju i zaštiti potrošača kroz inicijative i pružanje podrške,
- d) na lokalnoj razini sudjelovati u provedbi Nacionalnog programa za zaštitu potrošača,
- e) obavljati ostale poslove koji se odnose na zaštitu potrošača, u skladu s posebnim propisima.

Potrošači mogu osnivati udruge za zaštitu potrošača kroz koje će promicati i štititi svoje interese i svoja prava, a na rad udruga odnose se posebni zakoni koji pravno uređuju osnivanje i djelovanje udruga. Udruge osnovane s ciljem zaštite potrošačkih prava moraju biti neovisne o trgovcima te nijedan član udruge ne smije koristiti udruhu za postizanje vlastitog interesa. Udruge za zaštitu potrošača obavljaju sljedeće poslove (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23):

- a) informiraju, educiraju i savjetuju potrošače kako bi im pružili preventivnu zaštitu,

- b) putem akreditiranih laboratorija provode usporedne testove proizvoda te rezultate tih testova objavljuju u medijima,
- c) putem akreditiranih laboratorija u zemlji i inozemstvu provode naknadna ispitivanja proizvoda koji su stavljeni na tržište,
- d) pružaju pomoć potrošaču kojemu su narušena prava,
- e) daju primjedbe i prijedloge kada se donose propisi u području zaštite potrošačkih prava,
- f) bave se drugim poslovima koji se odnose na zaštitu potrošača.

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja kao ministarstvo nadležno za poslove zaštite prava potrošača kroz Središnji portal za potrošače informira potrošače o njihovim pravima te donosi sve teme važne za potrošače na jednome mjestu (Središnji portal za potrošače). Posljednji segment institucionalnog okvira zaštite potrošača je inspeksijski nadzor, a za obavljanje nadzora nad provedbom Zakona o zaštiti potrošača kojim se štite potrošačka prava zaduženi su tržišni inspektori iz Državnog inspektorata. Nadležni inspektor ima niz ovlasti kojima se služi kako bi utjecao na trgovca da ukloni nepravilnosti u poslovanju. Za određene nepravilnosti predviđene su i novčane kazne (Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23).

### ***3.3.1. Ciljevi aktualnog Nacionalnog programa za zaštitu potrošača***

U Republici Hrvatskoj trenutno je na snazi Nacionalni program zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine u kojemu su određena prioritetna područja zaštite potrošačkih prava te kojemu su ciljevi osnaživanje položaja potrošača i povjerenje potrošača u tržište. Glavni cilj definiran Nacionalnim programom je „osnažiti prava hrvatskih potrošača te promicati pravedno tržišno natjecanje na dobrobit potrošača“. Da bi se postigao taj cilj, treba unaprijediti i dobro koordinirati međuresornu suradnju nadležnih tijela kako bi se ostvarili sljedeći prioriteti (Nacionalni program zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine NN 29/2021):

- a) daljnje razvijanje nacionalnog zakonodavstva u području zaštite potrošača,
- b) jačanje nadzora tržišta zbog zaštite potrošača,
- c) unapređenje zaštite potrošača u digitalnom okruženju,
- d) poticanje politike energetske učinkovitosti te održive potrošnje,
- e) osnaživanje potrošača u području financijske pismenosti,
- f) informiranje potrošača o hrani te poboljšanje sustava sigurnosti hrane,
- g) zaštita potrošača za vrijeme konverzije hrvatske kune u euro,

- h) davanje informacija i razvoj svijesti o važnosti zaštite potrošačkih prava,
- i) pružanje informacija potrošačima o alatima koji su im na raspolaganju za rješavanje potrošačkih sporova,
- j) provođenje projekata koji su namijenjeni potrošačima, a koji se odvijaju u suradnji s udrugama za zaštitu potrošača,
- k) razvoj alata za informiranje.

Kako bi se ostvarili navedeni ciljevi, provest će se niz mjera, a za njihovo provođenje zadužiti će se različiti nositelji. U tablici su prikazane mjere za ostvarivanje ciljeva iz Nacionalnog programa zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine.

Tablica 5. Mjere za ostvarivanje ciljeva iz Nacionalnog programa zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine

Red. br.	Nositelj	Mjera	Rok	Financijska sredstva
1.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja	Prenošenje direktive o modernizaciji pravila Europske unije u nacionalno zakonodavstvo	IV. kvartal 2021.	državni proračun
2.	Ministarstvo pravosuđa i uprave Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja	Prenošenje Direktive o predstavničkim tužbama za zaštitu kolektivnih interesa potrošača	IV. kvartal 2022.	državni proračun
3.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Ministarstvo pravosuđa i uprave	Prenošenje digitalnih direktiva u nacionalno gospodarstvo	II. kvartal 2021.	državni proračun
4.	DZIV u suradnji s ostalim dionicima politike zaštite potrošača	Praćenje trendova o povredama prava intelektualnog vlasništva s naglaskom na krivotvorene i piratske proizvode	kontinuirano	državni proračun/vlastita sredstva
5.	HAKOM	Daljnje unapređenje aplikacija Procjenitelj troškova i HAKOMetar	kontinuirano	vlastita sredstva
6.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja	Dodjela ekooznaka za proizvode i usluge: EU Ecolabel (ekooznaka EU-a) i Prijatelj okoliša (nacionalna oznaka)	kontinuirano	državni proračun
7.	HERA	Razvoj web aplikacije za usporedbu cijene plina	IV. kvartal 2021.	vlastita sredstva
8.	Ministarstvo	Edukativno-informativne	kontinuirano	državni

	financija HNB HANFA Ministarstvo znanosti i obrazovanja Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja HGK HUP te ostali dionici politike zaštite potrošača	aktivnosti usmjerene podizanju financijskih znanja građana od najranije dobi		proračun/vlastita sredstva
9.	Ministarstvo poljoprivrede	Sudjelovanje u radu komisije Codex Alimentarius	kontinuirano	državni proračun
10.	Ministarstvo poljoprivrede	Povećanje prepoznatljivosti proizvoda i značenja oznaka ZOI / ZOZP / ZTS te proizvoda s oznakom Dokazana kvaliteta za potrošače	kontinuirano	državni proračun
11.	Ministarstvo poljoprivrede	Podizanje svijesti i informiranje potrošača o sprječavanju i smanjenju nastajanja otpada od hrane	kontinuirano	državni proračun
12.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja u suradnji s ostalim dionicima politike zaštite potrošača	Informiranje potrošača i podizanje svijesti o potrošačkim pravima organiziranjem informativnih kampanja	kontinuirano	državni proračun/vlastita sredstva
13.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja	Rješavanje prekograničnih EU pritužbi i informiranje potrošača o prekograničnim potrošačkim pravima putem Europskog potrošačkog centra Hrvatska	kontinuirano	EU sredstva/državni proračun
14.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja	Informiranje potrošača o njihovim pravima putem alata za informiranje	kontinuirano	državni proračun
15.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja HGK HOK te ostala notificirana tijela	Informiranje potrošača o prednostima alternativnih i online načina rješavanja potrošačkih sporova	kontinuirano	državni proračun/vlastita sredstva
16.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja u	Sudjelovanje u javnim kampanjama kroz Koordinacijski odbor za	2022. 2023.	državni proračun/vlastita sredstva

	suradnji državnim i javnim tijelima koja se bave zaštitom potrošača, HNB-om, DZS-om, HANFA-om, predstavnicima gospodarskih udruženja, predstavnicima jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te po potrebi s predstavnicima strukovnih udruženja	prilagodbu gospodarstva i zaštitu potrošača s ciljem informiranja poduzeća i potrošača o promjenama koje ih očekuju u postupku uvođenja eura te o pravilnom isticanju i preračunavanju cijena, praćenje cijena i etičnosti poslovanja poduzeća		
17.	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Ured za udruge Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva	Jačanje kapaciteta udruga za zaštitu potrošača za pristup natječajima koji se financiraju iz EU sredstava	kontinuirano	EU sredstva/državni proračun
18.	Nacionalno Vijeće za zaštitu potrošača	Donošenje Zajedničke komunikacijske strategije	III. kvartal 2024.	državni proračun
19.	Državni inspektorat	Učinkovita organizacija i provedba inspekcijskih nadzora i službenih kontrola u cilju zaštite potrošača	kontinuirano	državni proračun
20.	HACZ	Informiranje potrošača o pravima putnika u zračnom prometu	kontinuirano	vlastita sredstva

Izvor: Nacionalni program zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine NN

29/2021

Na temelju prikazanih mjera, vidljivo je da će na ostvarivanju ciljeva iz Nacionalnog programa raditi različite institucije, a najzastupljenija je Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. Sredstva za ostvarivanje ciljeva osigurana su u državnom proračunu, u vlastitim izvorima financiranja provoditelja mjere te u europskom proračunu.

## 4. Pretpakovine i njihova uloga

### 4.1. Pojam i definicija pretpakovina

Međunarodna organizacija za zakonsko mjeriteljstvo - OIML (engl. International Organization of Legal Metrology) djeluje kao svjetska međuvladina organizacija, a glavni cilj joj je uskladiti propise i mjeriteljske kontrole koje primjenjuju mjeriteljske službe ili srodne organizacije u državama koje su članice OIML-a. OIML određuje pretpakovine kao pojedinačne stavke koje se nude potrošaču u obliku kombinacije proizvoda i materijala koji je iskorišten za njegovo pakiranje, zajedničko im je da je proizvod u pakiranje stavljen prije nego što je ponuđen za prodaju i da količina proizvoda u pakiranju ima unaprijed određenu vrijednost, neovisnu o tome je li proizvod obavijen materijalom za pakiranje potpuno ili samo djelomično, ali stvarna količina proizvoda ne može se mijenjati bez uklanjanja materijala (Labeling requirements for prepackages).

Pretpakovina je „kombinacija proizvoda i pojedinačne ambalaže u koju je proizvod zapakiran” (Zakon o mjeriteljstvu 74/14, 111/18, 114/22). Pretpakirani proizvod se stavlja u ambalažu (pakira) kada kupac nije prisutan i ima definiranu količinu proizvoda koja se nalazi u ambalaži te se ta količina ne može promijeniti ili vidljivo preinačiti bez da se ambalaža otvori (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016). Za stavljanje pretpakovina na tržište vrijedi pravilo da se smiju staviti na tržište samo ako do trenutka u kojemu ih kupac preuzima zadovoljavaju propisane mjeriteljske zahtjeve. Odgovornost je pakiratelja, ovlaštenog zastupnika punitelja ili uvoznika pretpakovina da osigurati da pretpakovina zadovoljava mjeriteljske zahtjeve (Zakon o mjeriteljstvu 74/14, 111/18, 114/22). Nadalje, svi pretpakirani proizvodi, kada su upakirani u finalnu ambalažu, moraju zadovoljavati sljedeće uvjete (Direktiva Vijeća od 20. siječnja 1976. o usklađivanju zakonodavstava država članica u odnosu na pakiranje određenih pretpakovina označenih masom ili obujmom):

1. Stvarni sadržaj prosječno ne smije biti manji od nazivne količine.
2. Odnos pretpakiranih proizvoda koji sadrže negativnu podršku koja je veća od propisane dopuštene negativne pogreške mora biti dovoljno nizak da bi skupina pretpakiranih proizvoda udovoljila zahtjevima kontrole.
3. Nijedan proizvod koji sadrži dva puta veću negativnu pogrešku nego što je dopuštena ne smije se označavati oznakom EEZ.

Prepakovine mogu biti zavaravajuće. Zavaravajuća prepakovina je „prepakovina koja je izrađena, oblikovana, predstavljena, označena ili ispunjena na bilo koji način koji može dovesti potrošača u zabludu o količini proizvoda koju sadrži“ (Labeling requirements for prepackages).

#### **4.2. Povijest i ključni elementi sustava primjene i ispitivanja prepakovina**

Temeljni dokument kojim se na području EU uređuje zakonodavni okvir prepakovina je Direktiva Vijeća od 20. siječnja 1976. o usklađivanju zakonodavstava država članica u odnosu na pakiranje određenih prepakovina označenih masom ili obujmom. Direktiva je donesena jer je postalo jasno da nacionalna gospodarstva u EU propisuju različite zakonske regulative za stavljanje prepakiranih proizvoda na tržište te time ometaju promet prepakiranim proizvodima (Direktiva Vijeća od 20. siječnja 1976. o usklađivanju zakonodavstava država članica u odnosu na pakiranje određenih prepakovina označenih masom ili obujmom). Osim Direktive 76/211/EZ, danas se na području Europske unije područje prepakovina te boca kao mjernih spremnika regulira i Direktivom 2007/45/EZ koja problematizira nazivne količine za prepakirane proizvode i Direktivom 75/107/EEZ koja govori o spremnicima koji se obično nazivaju bocama, a koji su napravljeni od stakla ili neke druge tvari koje imaju postojanost i čvrst oblik pa pružaju jednaka mjeriteljska jamstva kao i staklo (Prepakovine i BMS, Državni zavod za mjeriteljstvo).

Državni zavod za mjeriteljstvo je temeljna institucija koja se bavi prepakovinama i bocama kao mjernim spremnicima u RH te je zbog prenošenja ove tri europske Direktive u hrvatski zakonodavni sustav donio tri pravilnika (Prepakovine i BMS, Državni zavod za mjeriteljstvo):

1. Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za prepakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom (NN 82/16)
2. Pravilnik o nazivnim količinama prepakiranih proizvoda (NN 82/16)(NN 33/17)
3. Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za boce kao mjerne spremnike (NN 82/16).



### **4.3. Analiza Pravilnika o pretpakovinama i njegove primjene**

Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom definira mjeriteljske zahtjeve za pretpakovine koje imaju stalne nazivne količine punjenja označene obujmom ili masom. Odnosi se na oblike pretpakovina u koje su pakirani proizvodi namijenjeni prodaji u jedinicama sa stalnim nazivnim količinama punjenja, a koje imaju sljedeća obilježja (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016):

- a) Pretpakovinama je vrijednost količine punjenja jednaka i unaprijed određena, a odredio ju je pakiratelj
- b) Pretpakovinama je količina punjenja izražena u jedinicama za masu ili obujam
- c) Pretpakovinama količina nije manja od 5 g ili 5 ml niti veća od 10 kg ili 10 l

#### ***4.3.1. Označavanje pretpakovina***

Pretpakovine moraju biti označene masom ili obujmom proizvoda (nazivna masa ili nazivni obujam). Pravilo je da se pretpakovine u kojima se nalaze tekući proizvodi označe nazivnim obujmom, a one koje sadrže druge proizvode označavaju se nazivnom masom, osim kada trgovačka praksa ili nacionalni propis drugačije definira označavanje. Postoji razlika između definicije pojma nazivna količina i stvarni sadržaj pretpakovine. Nazivna količina je sadržaj naznačen na pretpakovini te je to sadržaj koji bi pretpakovina morala sadržavati. Stvarni sadržaj pretpakovine je količina sadržaja koju pretpakovina zaista sadrži (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016).

Na ambalaži svih pretpakovina moraju se nalaziti istaknute neizbrisive, lako čitljive i vidljive tri skupine oznaka, a one moraju biti vidljive na pretpakovini u normalnim uvjetima izlaganja. Prva skupina oznaka su oznake nazivne količine. Nazivna količina iskazuje se u kilogramima, gramima, litrama, centilitrima ili mililitrima (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016). Veličina brojke tiskane oznake mora biti u skladu s najmanjom propisanom veličinom u sljedećoj tablici.

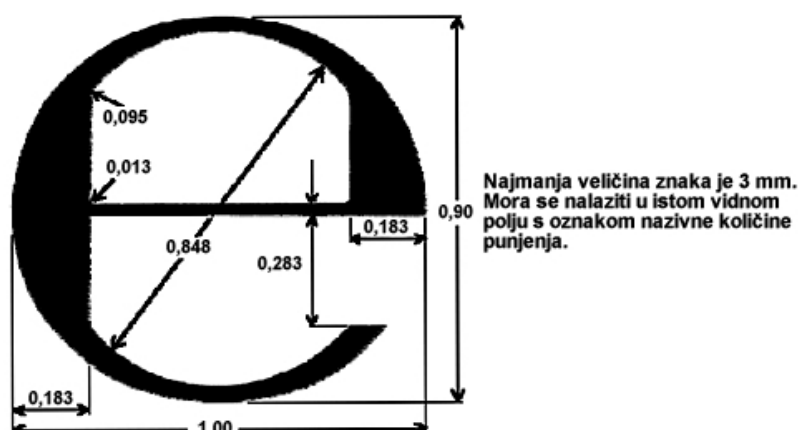
Tablica 6. Veličine oznaka na pretpakovinama

Nazivna količina punjenja Qn u g ili ml	Veličina oznaka u mm
Manja od 50	2
od 51 do 200	3
od 201 do 1000	4
veća od 1000	6

Izvor: Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016

Druga skupina oznaka su oznake na temelju kojih će se saznati tko je pakiratelj, ovlašteni zastupnik ili uvoznik (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016). Treća skupina je oznaka e. Za označavanje pretpakovina koje odgovaraju svim zakonskim preduvjetima koristi se oznaka e čiji su izgled i veličina propisani te se na pretpakovinu smije samo staviti oznaka ispravnih dimenzija i izgleda (Oznaka e, Državni zavod za mjeriteljstvo). Na sljedećoj slici prikazane su točne dimenzije oznake e za označavanje pretpakovina.

Slika 5. Dimenzije i izgled znaka e za označavanje pretpakovina



Izvor: Oznaka e, Državni zavod za mjeriteljstvo

Malo slovo e na pretpakovini mora biti postavljeno kao jamstvo da je pretpakovina usklađena sa zakonskim regulativama.

#### **4.3.2. Provjeravanje serije pretpakovina**

Prema definiciji, serija pretpakovina sadrži sve pretpakovine s istom nazivnom količinom, iste vrste i istog tijeka proizvodnje te koje su napunjene na istome mjestu i koje će biti provjerene odnosno pregledane. Serije pretpakovina podliježu provjeri uzorkovanjem koja ima dva dijela: prvi je provjeravanje stvarnog sadržaja svake pojedinačne pretpakovine u uzorku, a drugi je dodatno provjeravanje prosječne vrijednosti stvarnog sadržaja svake pojedinačne pretpakovine u uzorku. Nakon što se odrade ove dvije provjere, donosi se zaključak je li serija pretpakovina prihvatljiva ili ne, a prihvatljiva je ako udovolji kriterijima za prihvaćanje u ove dvije provjere (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016).

Prije nego što se krene s provjeravanjem serije pretpakovina, potrebno je odrediti veličinu serije koja će se podvrgnuti provjeri. Ako se serija pretpakovina provjerava na kraju linije punjenja, onda broj artikala koji će se provjeriti u svakoj seriji mora biti jednak „najvećoj vrijednosti jednosatne proizvodnje linije za punjenje, bez ikakvih ograničenja s obzirom na veličinu serije“. U ostalim slučajevima serija može sadržavati najviše 10.000 komada. Ako serija ima manje od 100 pretpakovina, onda se nerazarajuće ispitivanje provodi na cijelom uzorku, odnosno na 100% serije. Serija će se odbiti ako se pronađe više od 2,5% neispravnih jedinica u seriji (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016). Postoje dvije vrste provjera serija pretpakovina: razarajuće ispitivanje i nerazarajuće ispitivanje. Razarajuće ispitivanje je ispitivanje kod kojeg se otvara ambalaža pretpakovina, a budući da dolazi do uništavanja, zbog ekonomskih i praktičnih razloga preporučuje se ograničiti ga na onaj broj ispitivanja koji je zaista nužno potrebno provesti. Za razarajuće ispitivanje vrijedi pravilo da ga treba provoditi samo ako nije moguće provesti nerazarajuće ispitivanje, a ne provodi se ako serija sadrži manje od 100 jedinica. Kod nerazarajućeg ispitivanja ne dolazi do otvaranja ambalaže (Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016).

## **5. Istraživanje primjene Pravilnika o pretpakovinama u gospodarstvu RH**

### **5.1. Opis istraživanja**

Kada je završena analiza literature, odabran je uzorak na kojemu će se provoditi istraživanje i zatim je napravljena tablica prema kojoj će se procjenjivati odgovaraju li primjerci iz uzorka na zahtjeve iz Pravilnika.

### **5.2. Priprema istraživanja i definiranje uzorka**

Priprema za istraživanje bilo je proučavanje literature o pretpakovinama. Uzorak čokolada za istraživanje odabran je metodom nasumičnog odabira. S police u prodavaonici odabrano je 14 čokolada:

- 1) Milka
- 2) Fina
- 3) Dorina
- 4) Kinder chocolate
- 5) Čoksa
- 6) Kandi
- 7) Životinjsko carstvo
- 8) Finesse
- 9) Lindor
- 10) Jimmy fantastic
- 11) Salut
- 12) Tony's chocolonely
- 13) Mikado
- 14) Seka


## 6. Rezultati istraživanja i diskusija

Provedeno je istraživanje na uzorku 14 čokolada koje su kupljene u prodavaonici jednog trgovačkog lanca u Hrvatskoj zbog provjere usklađenosti pretpakovina na tržištu s odabranim zahtjevima iz Pravilnika. Iz Pravilnika su odabrana četiri zahtjeva: veličina nazivne oznake, prisutnost oznake ili natpisa koji omogućuje da se utvrdi pakiratelj, njegov ovlašteni zastupnik ili uvoznik, malo slovo e visine najmanje 3 mm i nazivna količina. Nakon odabira zahtjeva, svaka čokolada je analizirana prema svakom zahtjevu i rezultati su uneseni u tablicu.

### 6.1. Analiza uzorka

U sljedećoj tablici prikazani su rezultati istraživanja.

Tablica 7. Analiza uzorka čokolada

Analiza uzorka čokolada					
PRIMJER PRETPAKOVINE	FOTOGRAFIJA	KRITERIJ (ZADOVOLJAVA - DA / NE ZADOVOLJAVA - NE)			
		Veličina nazivne oznake	Oznaka ili natpis koji omogućuje da se utvrdi pakiratelj, njegovog ovlaštenog zastupnika ili uvoznika	Malo slovo e čija je visina barem 3 mm	Nazivna količina
Milka		DA	DA	DA	DA
Fina		DA	DA	NE	DA

Dorina		DA	DA	NE	DA
Kinder chocolate		DA	DA	NE	DA
Čoksa		DA	DA	NE	DA
Kandi		DA	DA	DA	DA
Životinjsko carstvo		DA	DA	NE	DA
Finesse		DA	DA	NE	DA
Lindor		DA	DA	DA	DA

Jimmy fantastic		DA	DA	NE	DA
Salut		DA	DA	NE	DA
Tony's chocolonely		DA	DA	DA	NE
Mikado		DA	DA	NE	DA
Seka		DA	DA	NE	DA

Izvor: Student

Milka čokolada zadovoljava sva četiri kriterija iz Pravilnika. Fina čokolada zadovoljava tri od četiri kriterija iz Pravilnika. Ne zadovoljava kriterij isticanja malog slova e čija je visina barem 3 milimetra jer nije istaknuto na samom proizvodu. Dorina čokolada zadovoljava tri od četiri kriterija Pravilnika jer ni u ovoj čokoladi malo slovo e čija je visina barem 3 mm nije istaknuto na samom proizvodu.

Kinder chocolate čokolada zadovoljava tri od četiri kriterija iz Pravilnika. Malo slovo e čija je visina barem 3 mm ne zadovoljava kriterij jer nije istaknuto na samom proizvodu. Čokolada Čoksa zadovoljava tri od četiri kriterija iz Pravilnika jer malo slovo e čija je visina barem 3 mm ne zadovoljava kriterij jer nije istaknuto na samom proizvodu. Kandi čokolada zadovoljava sva četiri kriterija iz Pravilnika. Životinjsko carstvo zadovoljava tri od četiri

kriterija Pravilnika, a ne zadovoljava kriterij isticanja malog slova e čija je visina barem 3 mm jer slovo nije istaknuto na samom proizvodu.

Finesse čokolada zadovoljava tri od četiri kriterija, a ne zadovoljava jedan kriterij jer malo slovo e čija je visina barem 3 mm nije istaknuto na samom proizvodu. Lindor čokolada zadovoljava sva četiri kriterija. Čokolada Jimmy fantastic zadovoljava tri od četiri kriterija jer malo slovo e čija je visina barem 3 mm nije istaknuto na samom proizvodu. Čokolada Salut zadovoljava sva četiri kriterija.

Tony's chocolonely je čokolada koja zadovoljava tri od četiri kriterija Pravilnika. Ne zadovoljava kriterij nazivna količina zbog toga što su slova na samoj ambalaži lako brisiva premda su dobre veličine. Mikado čokolada nema istaknuto malo slovo e čija je visina barem 3 mm pa ne zadovoljava taj kriterij, a zadovoljava ostala četiri kriterija. Čokolada Seka zadovoljava tri od četiri kriterija, a nema istaknuto malo slovo e čija je visina barem 3 mm.

Uzorak od 14 čokolada (Milka, Fina, Dorina, Kinder chocolate, Čoksa, Kandi, Životinjsko carstvo, Finesse, Lindor, Jimmy fantastic, Salut, Tony's chocolonely, Mikado, Seka) potpuno odgovara kriteriju veličina nazivne oznake jer sve čokolade u uzorku imaju oznaku odgovarajuće veličine. Uzorak potpuno odgovara na kriterij prema kojemu pretpakovina mora sadržavati oznaku ili natpis koji omogućuje da se utvrdi pakiratelja, njegovog ovlaštenog zastupnika ili uvoznika.

## **6.2. Diskusija dobivenih rezultata**

Na uzorku od 14 čokolada koje su kupljene u prodavaonici jednog trgovačkog lanca u Hrvatskoj potvrđuje se kako odabrane čokolade odgovaraju samo nekim zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom. Odabrane čokolade potpuno odgovaraju na dva zahtjeva, djelomično odgovaraju na jedan zahtjev i jedan zahtjev je problematičan jer mu većina čokolada ne odgovara. Sve čokolade odgovaraju zahtjevu koji određuje veličinu nazivne oznake i zahtjevu koji određuje kako se na pretpakovini nalazi oznaka ili natpisa koji omogućuje da se utvrdi pakiratelj, njegov ovlaštenu zastupnik ili uvoznik. Nazivnu količinu imaju istaknute sve čokolade osim čokolade Tony's chocolonely. Problematičan je zahtjev koji određuje kako se na pretpakovini nalazi malo slovo e visine najmanje 3 mm. Iz uzorka od



14 čokolada, samo četiri čokolade odgovaraju ovom zahtjevu i sadrže malo slovo e visoko najmanje 3 mm: Milka, Kandi, Lindor i Tony's chokolony. Nije jasno zašto proizvođači ne ističu malo slovo e na pakiranju i nisu pronađena istraživanja kroz koja bi se saznalo znaju li hrvatski potrošači značenje malog e. Nije jasno ni zašto neki proizvođači čokolada koriste oznaku kako je određeno Pravilnikom, a zašto ju drugi ne koriste. Želi li se saznati o tim nepoznanicama, potrebna su nova istraživanja. Rezultati istraživanja pokazali su da na tržištu postoje proizvodi koji nisu usklađeni sa zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom. Potrošačima zato nije pružena potpuna zaštita, a trebalo bi provjeriti zašto se proizvođači ne pridržavaju zakonskih odredbi i ne štite potrošače.

## 7. Zaključak

Promatrana kao stupanj na kojemu proizvodi i usluge zadovoljavaju čovjekove potrebe, ili, prema normi HR EN ISO 9000:2015 kao *stupanj u kojem niz svojstvenih značajki nekog predmeta ispunjava zahtjeve*, kvaliteta je neraskidivo povezana sa zaštitom prava potrošača. Potrošači imaju različita prava: pravo da im se zaštite ekonomski interesi, pravo da ih se zaštiti od opasnosti za život, zdravlje i imovinu, pravo na pravnu zaštitu, pravo na informiranje i izobrazbu, pravo na udruživanje zbog zaštite vlastitog interesa i pravo na sudjelovanje predstavnika potrošača u tijelima koja se bave potrošačkim pravima te ostala prava. Pravo potrošača je pravo na obaviještenost. Trgovac je dužan obavijestiti potrošača o nazivu, tipu i modelu proizvoda, sastavu proizvoda, o tehničkim obilježjima i svojstvima proizvoda, o nazivu i sjedištu proizvođača ili uvoznika. Kako bi se utvrdilo poštuje li se pravo potrošača na obaviještenost, napravljena je analiza proizvoda na hrvatskom tržištu prema zahtjevima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom. Pravilnikom je potrošaču zagarantirana obaviještenost kod kupnje pretpakovina.

Odabran je uzorak od 14 čokolada (Milka, Fina, Dorina, Kinder chocolate, Čoksa, Kandi, Životinjsko carstvo, Finesse, Lindor, Jimmy fantastic, Salut, Tony's chocolonely, Mikado, Seka). Kod odabira uzorka nije se vodilo nikakvim pravilom, nasumično su odabrane čokolade s polica u prodavaonici. Uzorak čokolada testiran je prema četiri kriterija: veličini nazivne oznake, prisutnosti oznake ili natpisa koji omogućuje da se utvrdi pakiratelj, njegov ovlaštenu zastupnik ili uvoznik, malom slovu e visine najmanje 3 mm i nazivnoj količini. Svaka čokolada je pregledana, izmjerene su oznake (pomoću ravnala) i u tablicu je upisano odgovara li proizvod u uzorku na svaki od četiri kriterija ili ne.

Odabrane čokolade potpuno odgovaraju na dva zahtjeva, djelomično odgovaraju na jedan zahtjev i jedan zahtjev je problematičan jer mu većina čokolada ne odgovara. Sve čokolade odgovaraju zahtjevu koji određuje veličinu nazivne oznake i zahtjevu koji određuje da se na pretpakovini mora nalaziti oznaka ili natpis koji omogućuje da se utvrdi pakiratelj, njegov ovlaštenu zastupnik ili uvoznik. Nazivnu količinu imaju istaknute sve čokolade osim čokolade Tony's chocolonely. Problematičan je zahtjev koji određuje da se na pretpakovini mora nalaziti malo slovo e visine najmanje 3 mm jer samo četiri čokolade odgovaraju ovom zahtjevu i sadrže malo slovo e visoko najmanje 3 mm: Milka, Kandi, Lindor i Tony's chocolonely.

Prema rezultatima istraživanja, hrvatskim potrošačima pretpakiranih čokolada krši se pravo na obaviještenost. Pitanje je zašto se proizvođači ne vode pravilima iz Pravilnika o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom i jesu li potrošači upoznati s činjenicom da im se krše njihova potrošačka prava.

# Sveučilište Sjever



## IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, BRUNO ŠUVEJAK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PROTIFAČIJE I NJIHOVA ULOGA U ZAŠTITI PRISILJENIH (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.

## Literatura

1. Andrijanić, I., Buntak, K., Bošnjak, M. (2012). Upravljanje kvalitetom s poznavanjem robe, Visoka poslovna škola Libertas, Zagreb
2. Babić, M. (2015). Zaštita prava potrošača i izvori trgovačkog prava, Poslovna izvrsnost, 9(1), str. 71-89.
3. Baretić, M. (X). Zaštita potrošača, Minivodič za poslovnu zajednicu, Ministarstvo gospodarstva. <https://www.mingo.hr/public/Poduzetnistvo/108-vodic-zastita-potrosaca-lowresfinalweb.pdf>
4. Britvić, J. (2011). Moderni sustavi upravljanja u organizacijama, Praktični menadžment, 2(1), str. 72-80.
5. Buntak, K., Baković, T., Mišević, P., Damić, M., Buntić, L. (2021). Kvaliteta i sustavi upravljanja kvalitetom, Vodič za uspješnu implementaciju i održavanje sustava kvalitetnog upravljanja u poduzećima, sveučilišni priručnik, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb
6. Buntak, K. (2023). Quo vadis kvaliteta, XXV Naučno stručni skup Sistem kvaliteta uslov za uspješno poslovanje i konkurentnost, Zbornik radova, str. 37-45.
7. Direktiva Vijeća od 20. siječnja 1976. o usklađivanju zakonodavstava država članica u odnosu na pakiranje određenih pretpakovina označenih masom ili obujmom. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:31976L0211&from=HR>
8. Funda, D. (2011). Doprinos međunarodnih norma u rješavanju poslovnih kriza, Tranzicija, 13(27), str. 98-109.
9. Funda, D. (2012). Upravljanje kvalitetom, Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica
10. Gabrić, B. (2008). Normizacija - Ukratko o značaju normizacije; Obilježavanje svjetskog dan normi 14. listopada 2008. godine, Goriva i maziva, 47(5), str. 425-428.
11. Godišnji plan rada Hrvatskog zavoda za norme (HZN) za 2022. godinu. <https://www.hzn.hr/UserDocsImages/pdf/Posl%20izvjestaji/Godi%C5%A1nji%20plan%20rada%20HZN-a%20za%202022.%20godinu.pdf>
12. Grbac, B., Lončarić, D. (2010). Ponašanje potrošača na tržištu krajnje i poslovne potrošnje, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka
13. ISO, About us, 2023. <https://www.iso.org/about-us.html>
14. Kondić, Ž., Maglić, L., Pavletić, D., Samardžić, I. (2018). Kvaliteta 2 (mjeriteljstvo, normizacija, ustroj, funkcioniranje, statistička kontrola kvalitete), Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Sveučilište Sjever, Sveučilište u Rijeci, Varaždin
15. Kos, J. (2005). Akreditacija ili certifikacija laboratorija, Goriva i maziva, 44(1), str. 77-79.

16. Labeling requirements for prepackages. [https://www.oiml.org/en/files/pdf\\_r/r079-e15.pdf](https://www.oiml.org/en/files/pdf_r/r079-e15.pdf)
17. Lazibat, T. (2005). Poznavanje robe i upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb
18. Miščenić, E. (2013). Usklađivanje prava zaštite potrošača u Republici Hrvatskoj, Godišnjak Akademije pravnih znanosti Hrvatske, IV(1), str. 145-176.
19. Molnar, M. (prijevod) (2010). Mjeriteljstvo ukratko, Državni zavod za mjeriteljstvo, Zagreb.  
<https://dzm.gov.hr/UserDocsImages/Zakonsko%20mjeriteljstvo/Publikacije/MjeriteljstvoUkratko3.pdf>
20. Nacionalni program zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine NN 29/2021. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021\\_03\\_29\\_620.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_03_29_620.html)
21. Norma HR EN ISO 9000:2015 Sustavi upravljanja kvalitetom - Temeljna načela i terminološki rječnik, HZN, 2015
22. O nama, Hrvatska akreditacijska agencija. <https://akreditacija.hr/onama/>
23. Odluka o osnivanju Nacionalnog vijeća za zaštitu potrošača NN 96/2022. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022\\_08\\_96\\_1434.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022_08_96_1434.html)
24. Oznaka „e“, Državni zavod za mjeriteljstvo. <https://dzm.gov.hr/istaknute teme/zakonsko-mjeriteljstvo/pretpakovine-i-bms/oznaka-e/122>
25. Popović, P., Živković, V. (2011). Osnovi standardizacije i metrologije, Univerzitet Singidunum, Beograd
26. Poretti, P. (2018). Sudska zaštita prava potrošača – (naj)bolji put?, Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, 39(1), str. 535-570.
27. Pravilnik o mjeriteljskim zahtjevima za pretpakovine stalnih nazivnih količina punjenja označenih masom ili obujmom NN 82/2016. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016\\_09\\_82\\_1837.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_09_82_1837.html)
28. Pretpakovine i BMS, Državni zavod za mjeriteljstvo. <https://dzm.gov.hr/istaknute teme/zakonsko-mjeriteljstvo/pretpakovine-i-bms/119>
29. Provedbeni program Državnog zavoda za mjeriteljstvo za razdoblje 2021.-2024. godine.  
<https://dzm.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Planovi%20i%20izvjesca/Provedbeni%20%20program%20DZM-a%20za%20razdoblje%202021.-2024.%20godine.pdf>
30. Salač, J., Uzelac, J. (2014). Zaštita potrošača u Republici Hrvatskoj u kontekstu harmonizacije s pravnom stečevinom Europske unije, FIP - Financije i pravo, 2(1), str. 7-27.
31. Skoko, H. (2000). Upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb
32. Središnji portal za potrošače. <https://www.szp.hr/>

33. Uredba o osnivanju Hrvatske akreditacijske agencije NN 158/2004. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2004\\_11\\_158\\_2748.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2004_11_158_2748.html)
34. Uredba o osnivanju Hrvatskog zavoda za norme NN 154/04, 44/05, 30/10, 34/12, 79/12. <https://zakon.hr/cms.htm?id=35425>
35. Zakon o akreditaciji NN 158/03, 75/09, 56/13. <https://www.zakon.hr/z/595/Zakon-o-akreditaciji>
36. Zakon o mjeriteljstvu 74/14, 111/18, 114/22. <https://www.zakon.hr/z/699/Zakon-o-mjeriteljstvu>
37. Zakon o normizaciji NN 80/2013. [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_06\\_80\\_1656.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_80_1656.html)
38. Zakon o zaštiti potrošača NN 19/22, 59/23. <https://www.zakon.hr/z/193/Zakon-o-za%C5%A1titi-potro%C5%A1a%C4%8Da>

## Popis slika i tablica

### Popis slika

Slika 1. Kvaliteta prema učinku stajališta .....	6
Slika 2. Europska kuća kvalitete .....	8
Slika 3. Razine normizacije prema regionalnom principu .....	16
Slika 4. Podjela mjeriteljstva.....	19
Slika 5. Dimenzije i izgled znaka e za označavanje pretpakovina.....	32

### Popis tablica

Tablica 1. Najčešći aspekti kvalitete u literaturi .....	5
Tablica 2. Misija i vizija Državnog zavoda za mjeriteljstvo.....	10
Tablica 3. Misija i vizija Hrvatskog zavoda za norme .....	11
Tablica 4. Misija i vizija Hrvatske akreditacijske agencije.....	12
Tablica 5. Mjere za ostvarivanje ciljeva iz Nacionalnog programa zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine .....	26
Tablica 6. Veličine oznaka na pretpakovinama .....	32
Tablica 7. Analiza uzorka čokolada .....	35