

ПЛАСМАН ПРОИЗВОДА СА НЕДОСТАТКОМ И ЊЕГОВО ПОВЛАЧЕЊЕ ИЗ ПРОМЕТА

PLACEMENT OF DEFECTIVE PRODUCTS AND THEIR WITHDRAWAL FROM CIRCULATION

Славица Мандић

Београдска академија пословних и уметничких струковних студија, Србија

slavica.mandic@bpa.edu.rs

ORCID: 0009-0005-9198-9524

Иван Мандић

Београдска академија пословних и уметничких струковних студија

ivan.mandic@bpa.edu.rs

ORCID: 0009-0009-7864-7123

Томо Одаловић

Београдска академија пословних и уметничких струковних студија, Србија

tomo.odalovic@bpa.edu.rs

ORCID: 0009-0002-2579-3361

Апстракт: Рад представља модел за превентивну заштиту потрошача, пре свега из здравствених разлога и аспекта безбедности. Масовна индустријска производња је доста оптерећена овим проблемом, и честе су ситуације повлачења са тржишта. Актуелно законодавство има у виду разлику између оних недостатака који су видљиви и оних који то нису. Несавршеност производа који за последицу има неку штету за њиховог купца сматра се као несавршен производ или недорађен. Ти недостаци могу бити бројни, а обично се у три вида, и то: (1) производи са фабричким или конструкционим недостацима; (2) немање упутстава за коришћење или су она са неадекватним упозорењима за штетност при употреби; и (3) откривени недостаци после пласмана производа на тржиште, а чије штетне последице нису могле да се предвиде у тренутку израде односно производње или по оствареном пласману на тржишту; У реалним околностима у питању су, у огромној већини, продукти фармацеутске индустрије, који могу за последицу (својом употребом) да доведу до здравствених последица. Међутим, у време производње за те производе (према научним и техничким сазнањима) није се

знало за њихову штетност. То су, на пример, следећи потрошачки производи: козметички производи, дечије играчке, здравствени суплементи и слично. Зато је у Европској унији установљен систем који доводи до размене информација о опасностима које произилазе употребом наведених потрошачких производа (РАПЕХ). Слична решења се очекују, као и његова примена, у нашим условима, у циљу апсолутне заштите потрошача.

Кључне ријечи: Пласман производа, недостаци, штете, корисници, здравље, RAPEX систем

JEL класификација: D41, M31

Abstract: The work represents a model for preventive consumer protection, primarily for health reasons and aspects of safety. Mass industrial production is heavily burdened by this problem, and situations of withdrawal from the market are frequent. The current legislation takes into account the difference between those defects that are visible and those that are not. An imperfection of a product that results in some damage to their customer is considered as an imperfect product or unfinished. These defects can be numerous, and usually come in three forms, namely: (1) products with manufacturing or construction defects; (2) there are no instructions for use or those with inadequate warnings for harm during use; and discovered defects after placing the products on the market, the harmful consequences of which could not be foreseen at the time of production or after placing it on the market; In real circumstances, the vast majority are products of the pharmaceutical industry, which can lead to health consequences (through their use). However, at the time of production for these products (according to scientific and technical knowledge), their harmfulness was not known. These are, for example, the following consumer products: cosmetic products, children's toys, health supplements and the like. That's why a system was established in the EU that leads to the exchange of information on the dangers arising from the use of these consumer products (RAPEX). Similar legal solutions are expected, as well as its application, in our conditions, with the aim of absolute consumer protection.

Key Words: Product placement, defects, damages, users, health, RAPEX system

JEL classification: D41, M31

1. УВОД

У условима све убрзаније глобализације и масовне производње сви произвођачи треба да се придржавају обавезе да на тржиште пласирају исправне производе, без видљивих мањкавости и нарочито штетности по здравље купаца, а то значи да је конкретан производ сигуран и безбедан. С друге стране купци својом одлуком о куповони треба да су убеђени у исправност, те да никако не треба да буду доведени у заблуду о исправности и безбедности робе коју купују. Међутим, бројни су примери из праксе не само несавршености производа него и о његовој штетности па и опасности по здравље купаца односно потрошача. У том смислу и циљ овог рада је да у таквој врсти пласмана укаже на низ мера и законску регулативу у погледу спречавања лошег пласмана и отклањања штете

нанете купцима. Очигледан недостатак или несавршеност производа се дефинише као недостатак који је проузроковао штету лицима односно стварима или привредним субјектима. Потом треба имати у виду да извесну штету може проузроковати и производ који је, на први поглед, без недостатака, односно они нису видљиви. Примера има доста, али илустративан је онај са алкохолним пићима која се сврставају у ред могућих опасних производа, који могу да нанесу штету кориснику а не спадају у категорију оних производа који се карактеришу у производе са недостатком. Међутим, они се карактеришу опасним по здравље и то својом неодмереном и прекомерном употребом, јер конзумирање алкохолних пића у великим количинама може имати за последицу тровање организма. Ове последице могу изазивати бројни фармацеутски производи односно козметички препарати фармацеутске индустрије (извесни лекови, суплементи, делови опреме) који се не подводе под производе са недостатком али који могу (током терапија) имати нежељене последице по организам корисника. Стога, на фармацеутским производима (лековима и суплементима) произвођач има обавезу да приложи упутство у коме упозорава корисника на могуће негативне последице при употреби односно коришћењу. У ситуацијама када недостаје упутство за употребу такав производ се, уобичајено, сматра да је пласиран на тржиште са евидентним недостатком, те одговорност пада на терет произвођача који га је пласирао на тржите.

2. НЕДОСТАЦИ ПРОИЗВОДА – ПРЕДМЕТ ИСТРАЖИВАЊА

Групе недостатака и несавршеност производа који се пласирају на тржиште представљају основни предмет истраживања. У околностима када је тржиште све турбулентније али и засићеније све чешће повлачење производа постало је уобичајеније, у многим категоријама и земљама. И поред тога што опозиви имају штетне последице за предузећа, регулаторна тела и друштво, они исто тако тестирају отпорност заинтересованих страна са овог аспекта. С друге стране, сви актери се сусрећу са многим недефинисаним проблемима, а недостаје и оквир који може помоћи у тестирању спознаја и решавати многа интересантна и релевантна питања. У контексту циља рада неопходно је концентрисати се на фундаментално питање: које чврсте акције покрећу ефикасност опозива. Такође, потребно је да се дефинишу опозив производа и разграничити га од сродних феномена, са акцијом предузимања различитих стратешких опција које компаније могу да преузимају након пласирања неисправних или дефектних производа, факторе који подстичу избор стратегија и њихове импликације на последице. Затим, потрено је утврдити како маркетиншке опције у комуникацијама и маркетиншки канали фирми, које најављују опозив, доводе до ефикасности опозива производа (Astvansh, V., 2018). Мада, у реалним ситуацијама, у сложеним тржишним условима постоји сијасет појава у којима се испољавају недостаци производа, ипак се у пракси издвајају три главне групе, и то (Ацин, 2010): 1. Фабрички и конструкцијски недостаци, на самом производу који могу довести до штете по потрошачу или кориснику, а настали су због пропуста у конструкцији и дизајну производа, самој производњи или у његовој дистрибуцији; 2. Неодговарајуће упутство о

употреби и неадекватно упозорење о својствима производа, при томе је произвођач или трговина је уручила упутство купцу да га обавести о техничко-технолошким карактеристикама тог производа и поштовање одређених стандарда при коришћењу и његова опасна дејства при неправилној употреби; 3. накнадно откривени недостаци, који нису могли бити познати у процесу по окончању производње и постављање производа у трговинске токове, собзиром на стање научно-технолошког знања, у то време, нису омогућавала да се установи да ли јесте или није производ са недостацима.

2. 1. Истраживања у Европској Унији

У земљама Европске Уније, још од шездесетих година двадесетог века, безбедност производа је изазивала велику забринутост. Временом су доношени бројни птописи о безбедоносном аспект у производа тако да те мере и прописи имају дугу традицију. Међутим, бурне промене у светској економији, нове технологије и низ других, великих трансформација, поново су довеле безбедност производа у први план политичких дебата. С друге стране, пошто су реформе непрестане стално је присутна мотивација преиспитивања сложеног оквира безбедоносне политике ЕУ. На бази бројних анализа дилеберативне политике и интерпретативног прегледа литературе, може се дати преглед мера безбедности непрехрамбених производа у ЕУ, а са историјском позадином могу се апострофирати основни закони, администрација и примена као и стандардизација и хармонизација закона који се односе на специфичне производе, обавештења која достављају национални органи за безбедност, опозив опасних производа и одговорност за њих (Ruohonen, 2022).

2.2. Конструкцијски и фабрички недостаци

Недостаци овог типа настају још у процесу планирања и саме производње конкретног производа кад нису примењени релевантни стандарди, засновани на научним и техничким сазнањима у моменту производње и потом стављања производа у промет. Премда се ова врста недостатака најчешће односи на производе машинске индустрије (производња возила и авиона) они се могу појављивати и код фармацеутских производа (нпр. недовољно испитан лек). У оваквим случајевима конструкцијски недостаци се не односе на појединачни производ, немају карактер изузетка, дају битна обележја укупној производњи или само једној серији производа. За разлику од конструкцијских недостатака фабрички недостаци јављају се током процеса производње. Настају услед грешке оперативног радника али могу да буду изузетци те да се не односе на укупну производну серију. Купац да би остварио право на накнаду штете, по одштетном захтеву, у случају евидентне одговорности за недостатке производа, оштећени не треба да доказује немарност и небригу при раду произвођача, већ се тада реализује вештачење. То је полазна основа по основу које се указује да је грешка била у дизајну или самој производњи или по неком другом основу. Међутим, оне могу учинити производ неупотребљивим или опасним за ширу употребу. Три су основна начина утврђивања грешке: а) истраживањем

приученим средствима, б) клиничким тестирањем, и в) сопственим признањем произвођача. У неким случајевима доказивање произвођачеве грешке може бити отежано (пожар, земљотрес, поплава и сл.), и тада се примењује *princip res ipsa loquitur* (ствари говоре сами за себе) те се допушта суду, да у неким околностима донесе закључке по уравнотежењу вероватноће да ли је постојала грешка (нпр. спонтано запаљење аутомобила), које је изазвало штету на другом возилу, може се извести став да је то возило било у квару, али то не мора суд да констатује.

2.3. Примена непотпуног упутства о коришћењу и некомплетно упозорење о карактеристикама производа који се продају на тржишту

У ситуацијама када је купцу дато неодговарајуће упозорење о могућим ризицима о употреби или могућности појаве скривене опасности сматра се да је производ са недостатком. Подразумева се да потрошач користи производ на начин који одговара намени која је предвиђена. Уобичајено, потрошач се придржава упутстава које су приложене уз производ, али за неке техничко-технолошке производе ова упутства су уопштена и некомплетна. Међутим, код неких сложених производа који су опасни по безбедност, пре употребе неопходно је приложити упутства која су детаљна и исцрпна. То спречава нежељена дејства приликом њихове употребе (нпр. хемијски и фармацеутски производи). С друге стране потрошач има обавезу да са пажњом користи и употребљава такву врсту производа. Сви производи који нису усклађени са законским решењима, а допуштају веома велики ризик по здравље и безбедност купаца поседују обавештења у „Европском систему брзог упозорења за производе (RAPEKS). На пример, у периоду 2006-2015 године, 99% од 724 производа за личну негу, који су пријављени у том периоду, представљају озбиљан хемијски ризик јер садрже супстанце које су забрањене или ограничене европском козметичком регулативом, као што су: хидрокинон (157 производа), метали (114), конзерванси (90), фталати (57), глукокортикотиди (35), Н-нитрозодиетаноламин (27), итд. При томе је 85 производа контаминано патогеним микроорганизмима. Маркетиншки надзор производа за личну негу заснива се на проверама на лицу места и жалбама потрошача и није свеобухватан с обзиром на огроман број производа за личну негу на европском тржишту и законске захтеве за више од 1800 супстанци у козметичкој регулативи. Савремена понуда производа за личну негу подразумева појачан надзор над тржиштем, заједно са наметнутом одговорношћу произвођача и повећаном свешћу и спознајом купаца односно потрошача (Klaschka, 2017). С друге стране, производ има недостатак и када није у употреби у складу са техничко-технолошким стандардима. Због могућности активирања њихова штетна дејства чак и производи у свакодневној употреби треба да имају одговарајуће упутство о коришћењу и упозорењу. У процесу употребе производи који нису, сами по себи опасни, могу да то постану и да имају штетне последице (нпр. неадекватна употреба неких врста лекова). Тада је неопходно извесно стручно знање корисника производа и познавање својства и делотворности сложеност производа. Упутства и упозорења, која иду уз производ, треба да су разумљива за купце, да садрже битне информације о производу (посебно се то тиче употребе производа са токсичним средствима и

фармацеутских производа), и да упозори корисника како да употребљава производе а да не производе штетне последице (Ацин, 2011). На пример, само у једном дану два су се производа повукла са тржишта Србије (MT-NEOPRO, 2022), и то калуп за мафине и кувала за воду, јер ови производи носе одређене ризике по крајње кориснике нпр. од „електричног удара“ или хемијског ризика. Из Dm маркета повучено је брашно „dmBio Erdmandelmehl“ у паковању од 300 грама због опасности од салмонеле. У питању је брашно земљаног бадема које се још назива „тигров орах“ (www.mondo, 2023). Временом, бројне анализе указују да и текстил може бити опасан производ који се износи на тржиште земаља ЕУ, те је стога изграђена адекватна законска регулатива. Анализе су указале да се ризици односе на гајтане, везице и ситне додатке у дечијој одећи, као и хемијске опасности које се односе на присуство опасних ароматичних амина и тешких метала, те су они најчешћа категорија ризика коју представљају ови производи (Salerno-Kochan, R., & Kowalski, M. (2020).

2.4. Накнадно откривени недостаци код производа

Многи производи пошто су пласирани на тржиште нису испољавали недостатке, који су тек накнадно откривени. То се, пре свих, односи на фармацеутске производе који могу проузроковати оштећење здравља, мада се у време производње није знало за њихова штетна дејства. На пример, на тржишту САД се, шездесетих година, појавио нови лек за отклањање сувишне садржине холестерола у крви (MER 29) и који је био врло добро прихваћен од потрошача. Скривени недостаци у производу или ризици који су својствени новим производима, уобичајено се карактеришу као „развојни ризици“ (*development risk*), и они нису били познати у тренутку израде производа а који су *de facto* постојали и пре изласка на тржиште. У Европској унији систем брзог упозорења за опасне непрехрамбене производе (RAPEKS) се сматра врстом е-услуге, која комбинује е-управу, е-образовање и е-здравство. RAPEKS омогућава брзу размену информација између националних власти земаља ЕУ, мерама за производе који су ризични по здравље и безбедност купаца. Та упозорења су се, претежно, односила на производе из Кине (57%), а 18 % су се односила на упозорења на производе из ЕУ, у период 2005-2016 година. Највећи број обавештења достављен је на производе из Немачке, Француске, Италије, В. Британије и Пољске, а односила су се на моторна возила, одећу, текстил и мобилне предмете, потом и на артикле за негу деце и дечије опреме, играчака и козметике. Купац/потрошач је био, углавном, непосредан корисник. При томе је ниво ризика био забрињавајући, јер би за исход имао могућу повреду. Те производе су, претежно, достављале Немачка и Грчка, а одговарајуће мере, у односу на производе, предузимали су привредни субјекти (Piglonjski, 2018). Дешавања у пракси показују да се многе компаније, с разлогом, нађу у дилеми да ли је конкретна ситуација опозив или повлачење (није у питању само терминолошка разлика). Опозиви прехрамбених производа су битан алат који штити конзумента од производа опасних по здравље, па су зато произвођачи и дистрибутери дужни да имају успостављене ефикасне процедуре у случају повлачења или опозива. Обзиром да значење термина варира у различитим земљама па чак и стандардима и водичима. Систем управљања безбедношћу храном неретко долази до забуне у односу на ова два термина. Опозив представља поступак повратка производа који могу нашкодити здрављу

конзумента, док се у случају повлачења ослонац тражи у тумачењу захтева важеће легистативе и/или стандарда који компанија примењује. Врсте опозива могу бити: (1) добровољни: када сама компанија услед уочених проблема (или потенцијалних проблема) улази у поступаак опозива, или (2) обавезни: када је опозив наложен од стране надлежних државних органа; Такође опозиви се могу посматрати на два нивоа. (1) тржишта: подразумева опозив производа на нивоу дистрибутивних центара и/или малопродаја и подразумева храну која се продаје на велико; (2) потрошача: подразумева опозив са било које тачке ланца снабдевања: дистрибутера, ритејлера и конзумента;

Улогу институционалних актера, у глобалним ланцима снабдевања и њене импликације на безбедност производа потребно је емпиријски проучавати како би се могле проширити постојеће теорије управљања ланцем снабдевања како би покриле отпорност у настајању, зрелом и привременом ланцу снабдевања. Пример за то је била критична ситуација у пандемији COVID-19. Друштвене импликације сугеришу да су тада могле бити владе одговорне за примену ригорозних механизма за управљање ризицима повлачења производа са тржишта у условима специфичних феномена ризика. У период опасности од COVID-19 појавила се јединствена карактеристика дизајна који укључују динамичку анализу базе података и перспективу усредсређену на производ, процес и локацију (Schumacher, Glew, Tsolakis., & Kumar, 2021).

2.5. Систем брзе размене информација о опасностима које произилазе употребом потрошачких производа (RAPEX)

Систем брзе размене информација о опасностима које произилазе употребом потрошачких производа (RAPEX) у Европској унији (изузев производа за исхрану, фармацеутских производа и медицинских апарата који су обухваћени другим механизмима), обезбеђује информације државама Европске уније о опасним потрошачким производима који су препознати на тржишту од стране националних институција и веома брзо круже између тих институција и Европске комисије, са циљем да спрече или ограниче понуду опасних производа потрошачима. У трећој деценији XXI века у овом систему учествује 30 држава: све државе чланице Европске уније и три државе Европског економског простора: Исланд, Лихтенштајн и Норвешка. Мере које предузимају надлежни органи односне земље као и мере које добровољно предузимају произвођачи или дистрибутери су обухваћене RAPEX системом. Најчешће мере су забрана продаје, повлачење опасних потрошачких производа са тржишта, обезбеђење информација потрошачима о ризику употребе ових производа и повлачење опасних производа од потрошача. Надлежни органи држава које су у систему RAPEX-а размењују информације о опасностима које произилазе из употребе потрошачких производа. Систем се ослања на чврсту сарадњу између Европске комисије и следећих партнера: (1) надлежних органа односне земље, и (2) произвођача и дистрибутера.

Институције које су задужене и имају овлашћења именоване су од сваке државе и могу да изричу мере (пропорционалне ризику и категорији потрошача) спречавања или рестрикције у маркетингу за употребу опасних и небезбедних производа. Дакле, свака држава чланица RAPEX система именују државну контакт институцију (RAPEX Contact Point) која доставља Комисији детаљне информације о опасним производима које је пронашла на свом тржишту. Ове

информације се достављају стандардној форми обавештавања која укључује следеће детаље: (1) идентификацију производа (име, марка, модел, опис, слика); (2) ризик који садржи производ (тип ризика, резултати лабораторијског теста); (3) мере предузете да се спречи ризик (тип мера, обим, време трајања, датум ступања на снагу); и (4) канали дистрибуције именованог производа (произвођач, извозник, увозник, дистрибутер, земља крајње намене).

Одговорни државни органи контролишу и проверавају поступке компанија у примени кључних мера у детерминисању и спречавању ризика. За једноставну примену редовног информисања произвођача и трговаца Комисија је креирала механизам који користи информационе технологије назване „Пословна пријава“ (business application) која омогућује пословним субјектима да поднесу путем интернета обавештење надлежним државним органима о опасностима које произилазе из употребе опасних производа који су намењени купцима односно потрошачима. У пракси, како би се успешно спровео поступак опозива и/или повлачења производа, компанија мора проћи кроз следеће обавезујуће фазе (www.ccaconsulting.rs 2023): (1) прикупљање и обрада информација, (2) ово је кључна фаза у којој је неопходно сазнати детаље проблема и сакупити што више информација на основу којих ће се донети исправна одлука да ли је у питању повлачење или опозив производа; долази се, такође до података које лотове производа треба повући или опозвати, идентификовати погођене купце и зауставити дистрибуцију производа; (3) обавештавање: купаца, надлежних државних органа, конзумента и сертификационог тела (у случају опозива); (4) мониторинг: током процеса повлачења или опозива, бити у сталној комуникацији са свим заинтересованим странама; (5) поступање са небезбедним производима: небезбедна храна се мора јасно означити и тиме спречити њена даља продаја и дистрибуција; даље поступање са небезбедним производом спровести према детаљној анализи ризика и утврђеним процедурама система управљања.

Произвођачима прехранбених производа препоручује се да барем једном годишње спроведу симулацију опозива производа са тржишта. Тако они добијају драгоцене информације и смернице даљег унапређења система, јер су у могућности да открију потенцијале проблеме који се могу јавити у случају потребе за стварним повлачењем производа.

Посебну пажњу приликом симулације опозива производа треба посветити планирању транспорта, складиштења и начина уништавања опозваних производа. Једино тако организација може показати зрелост и спремност да се носи са свим проблемима који прате опозив. У периоду 2005-2018 године идентификована су 104 извештаја о микробиолошки контаминираној козметички, а двадесет производа је било намењено деци. Већина производа (65,38%) потиче из земаља чланица РАПЕК-а *latinicom napisati*. У већини случајева контаминацију су изазвале грам-негативне бактерије (59,62%) и бактерије органског порекла. Ове бактерије су у облику штапића и најчешће мицробиота контаминира козметичке производе у Европи.

Већина пријављених микробиолошки контаминираних козметике потиче из европских земаља (Michalek, I. M., John, S. M., & Caetano dos Santos, F. L. (2019).

3. ЕЛЕКТРОНСКА ТРГОВИНА И ПОВЕРЕЊЕ КУПАЦА

Куповина преко Интернета представља прави тест за поверење потрошача, а то потврђују извесни показатељи овог кратког истраживања. Трговци односно дистрибутери су још пре појаве пандемије да користе интернет и погодности (on line) електронске трговине односно трговинских трансакција. Субјекти малопродаје поодавно су креирали своје веб странице, профиле на познатим друштвеним мрежама. У време кризе изазване пандемијом многи малотрговци су се преместили у интернет сферу робних и новчаних трансакција. Међутим, ту се и крила опасност за пласман небезбедних и опасних производа. Многи су прибегли решењима која су им се учинила најбржа и најједноставнија. Оваква логика у први план је избацила друштвене мреже као платформе за on line развој пословања. То је било и потпуно разумно – пре свега су бесплатне, сваки потенцијални купац сигурно већ има профил на некој од друштвених мрежа, дакле поменута логика је била врло применљива (Митић, 2021). У сајбер простору (витуелном свету) битна карактеристика је поверење, за успешну трговину, која је неопходнија него у offline свету јер купац не може да буде у физичком контакту са производом. Зато, продавци на интернету (е-продавци) треба да константно раде на задобијању поверења код могућих купаца. Транспарентност је битан предуслов на коме се гради поверење. Купац треба да поседује основне податке о фирми која се представља на сајту. Потом, битан податак представља учесталост појављивања, појављивање продавца на истој адреси и са познатим подацима. Међутим, интернет трговац који је своје дигиталне послове заснива, најчешће, на једној друштвеној мрежи, као једином е-каналу ризикује да остане без те е-продавнице, тиме и купаца односно укупног е-пословања. Према неким подацима готово 86% микро и 92% малих предузећа у Србији, која активно користе интернет је управо истраживање које је крајем 2021 године спровео Регистар националног интернет домена Србије-РНИДС (<https://www.domen.rs>). Врло битан дигиталан канал за стварање нових пословних прилика, представља званични сајт фирме који је далеко важнији од свих друштвених мрежа, док чак три четвртине анкетираних сматра да им је сајт у мањој или већој мери утицао на пораст промета. Ово истраживање се односило и на посетиоце друштвених мрежа (узорак 100) даје слику да се употребљавање интернет странице позитивно одразило на повећање броја корисника и то за 38% или на бољу позицију на тржишту и то за 27%. Правна лица која послују у области производње, индустрије и грађевинарства чешће наводе да је сајт допринео повећању броја клијената и то за 52%, док предузећа из области трговине наводе да је интернет страница са личним доменом „кривац“ за повећање продаје за 24%. Затим, још једно истраживање указује да чак 82% анкетираних предузећа које послују преко интернета сматра да је онлајн продаја важна па и важнија од традиционалног модела ппродаје. То потврђују и подаци из анкете која је проведена у 1.000 предузећа, а која је реализована преко USAID пројекта сарадње за економски развој, у новембру 2021. године (www.facebook.com/saradnja). Међутим, е-трговина није битна само продавцима, већ и купцима. У Србији је у 2020 години 61% од свих онлајн купаца куповало редовно или интензивно на интернету, према истраживању портала (<https://www.idealno.rs>) који је пренео портал нетокрација (<https://netokracija.com>). Очекивано, у е-трговини предњаче велика и средња предузећа, док је удео микро и малих који имају свој сајт и интернет

продавницу скромна, износи RINDS као резултате обављеног истраживања. Куповина преко интернета није подложна решењима само једног закона, на интернет порталима се може наћи широка лепеза закона и законских решења које могу да утичу на е-трговину: Закон о електронској трговини, Закон о трговини, Закон о заштити потрошача, Закон о облигационим односима, Закон о заштити података о личности. Ово су само део закона који се односе на извесне регулативе које утичу на трговину обављану путем интернета или паметних уређаја, а поред тога постоји и низ ужих решења (*lex specialis*) који додатно могу уређивати овај вид трговине. У оквиру овог закона издвајају се нека од права купаца која су карактеристична за онлине трговину и шта све можемо као купци на интернету: (1) Парво на одустанак од куповине (рок од 14 дана), (2) Купци уживају парво на повраћај новца, (3) Право на рекламацију, и (4) Право на повраћај робе и трошкове слања регулисане српским законским решењима.

ЗАКЉУЧАК

Производ са недостатком сматра се и онај производ када је потрошачу дато неодговарајуће обавештење или упозорење о ризику производа при употреби, или ако је изостало на производу упозорење потрошачу на скривену опасност при употреби производа. Сматра се да је уобичајено да потрошач употребљава производ на начин који одговара сврси за коју је он намењен. Потрошач се ослања на упутства која је добио од произвођача. Недостаци могу бити бројни, а обично се у три вида, и то: (1) производи са фабричким или конструкционим недостацима; (2) недостатак упутства за коришћење или су она са неадекватним упозорењима за штетност при употреби; и (3) откривени недостаци после пласмана производа на тржиште, а чије штетне последице нису могле да се предвиде у тренутку израде односно производње или по оствареном пласману на тржиште; У реалним околностима у питању су, у огромној већини, продукти фармацеутске индустрије, који могу за последицу (својом употребом) да доведу до здравствених последица. Произвођачи или дистрибутери су обухваћене RAPEX системом који обухвата земље ЕУ. Најчешће мере су забрана продаје, повлачење опасних потрошачких производа са тржишта, обезбеђење информација потрошачима о ризику употребе ових производа и повлачење опасних производа од потрошача. Надлежни органи држава које су у систему RAPEX-а размењују информације о опасностима које произилазе из употребе потрошачких производа,

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ацинин, Исидора, (2020), Детерминанте производа са недостатком, Пословна економија, Универзитет Едукон, Сремска Каменица, бр.2, стр. 267.
- [2] Astvansh, V. (2018). Toward a better understanding and management of product recall (Doctoral dissertation, The University of Western Ontario (Canada).
- [3] Klaschka, U. (2017). Trust, but verify! Personal care products in the rapid alert system database, RAPEX. Sustainable Chemistry and Pharmacy, 5, 30-41.

- [4] Petrović, Biljana, (2004), 'Odgovornost za štetetu od stvari sa nedostatkom', Doktorska disertacija, Pravni fakultet, Novi Sad, 2004.
- [5] Pigłowski, M. (2018). Notifications of dangerous products from European Union countries in the RAPEX as an e-service. *European Journal of Service Management*, 26, 175-183.
- [6] Salerno-Kochan, R., & Kowalski, M. (2020). Safety management of textile products in the European Union and estimation of its efficiency. Part 1. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*.
- [7] Mitić, Tadija, (2021), 'Kako zadobiti poverenje kupaca ? www.pravilaw.rs/2021/05/19/kupovina преко интернетапреко (18.03.2023).
- [8] Ruohonen, J. (2022). A review of product safety regulations in the European Union. *International, Cybersecurity Law Review*, 1-22.
- [9] Salerno-Kochan, R., & Kowalski, M. (2020). Safety management of textile products in the European Union and estimation of its efficiency. Part 1. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*.
- [10] Schumacher, R., Glew, R., Tsolakis, N., & Kumar, M. (2021), Strategies to manage product recalls in the COVID-19 pandemic: an exploratory case study of PPE supply chains. *Continuity & Resilience Review*, 3(1), 64-78.

SUMMARY

Before being placed in direct and indirect market channels, the product may contain various hidden or unhidden defects. The manufacturer should keep this in mind and the retailer should detect them. The consequence of that observation is the withdrawal of the investment of efforts to eliminate or rehabilitate the defects. In cases where the instructions for use are missing, such a product is usually considered to have been placed on the market with an obvious deficiency, and the responsibility falls on the manufacturer who placed in on the market. That's why a system was established in the EU that leads to the exchange of information on the dangers arising from the use of these consumer products (RAPEX). Similar legal solutions are expected, as well as its application, in our conditions, with the aim of absolute consumer protection. Online shopping is not subject to the solutions of only can find a wide range of laws and legal solutions that can affect e/commerce> Law on Electronic Commerce, Law on Trade, Law on consumer protection, Law on Obligations, Personal Data Protection Act.



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License