

UDK: 366.5(497.11)

Biblid 1451-3188, 14 (2015)

Год XIII, бр. 51, стр. 135–147

Изворни научни рад

Јелена ЈОВАНОВИЋ, М.А.¹

ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА НА ТРЖИШТУ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ ПО УГЛЕДУ НА ПРАВНИ ОКВИР ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ

ABSTRACT

The legal framework of consumer protection is a relatively new area. In fact, it occurs in mid-twentieth century, and in seventies it gained importance with adoption of the first Preliminary Program of the European Economic Community for consumer protection and information policy. European legislation and awareness of consumer protection has been much developed since then. The current Directive are concentrated on several key issues, such as the right to return products that had been purchased via the Internet, the right to repair or replace the product if it is different than what is advertised or if it does not work as it should, right that consumer is provided with truthful information, the right to a fair contract terms and the support from the European Consumer Centres. In the Republic of Serbia was applies Consumer Protection Act of 2010, until 2014 when new Consumer Protection Act entered into force, and it did not issued radical changes but it was directed to addition and implementation of Directive which apply in the European union, in order to harmonize the legislation of the Republic of Serbia with the European legislation.

Key words: Legislation, protection, consumers, the key, rights.

1) СВРХА

Право заштите потрошача је једна од новијих области права и њен настанак се везује преваходно за другу половину двадесетог века из разлога што се тај период везује за општи економски и индустријски развој, где

¹ Студент докторских студија на Факултету за пословне студије у Београду, Е-маил: jelena.jovanovic101@yahoo.com.

потрошачи као кључни актери, који треба да потроше произведена добра/искористе услуге, почињу играти веома битну улогу у економији. Правни оквир који је постојао до тада није пружао одговарајући ниво заштите јер се пре свега заснивао на општим правилима уговорног права. Европско право заштите потрошача започело је када је Европска комисија 1975. године усвојила *први Прелиминарни програм Европске економске заједнице о заштити потрошача и политици обавештености*. Овим документом су наведена и основна права, а то су: право на заштиту здравља и безбедност, право на заштиту економског интереса, право на правно средство, право на обавештеност и образовање и право на учешће. Право потрошача је чак ушло и у највиши Акт Европске уније о људским правима, односно у *Повељу Европске уније о основним правима*. Од самог почетка, европско право заштите потрошача се развијало са двоструким циљем; прво, достизања високог општег нивоа заштите потрошача; друго, обезбеђивање несметаног кретања роба и услуга између држава чланица путем успостављања што хармонизованијих правних прописа међу њима. У програму о развоју заштите права потрошача за временски период 2014-2020 Европска унија истиче потребу за даљим развојем заштите потрошача с циљем стварања *моћног и способног* потрошача као кључног актера на јединственом тржишту Европске уније.²

II) МЕРЕ ЕУ

У ЕУ права потрошача су регулисана Директивом (*The Consumer Rights Directive - CRD*) 2011/83/ЕС. Та Директива је усвојена октобра 2011. године, а чланице су добиле рок да је имплементирају до краја 2013. а примена у потрошачким уговорима је отпочела половином јуна 2014. Најважнији извор европског потрошачког права чини неколико десетина Директива које директно или индиректно регулишу права потрошача. Неке од тих директива су: *Директива о уговорима закљученим изван пословних просторија* представља Директиву која се односи на случајеве када се потрошачки уговор закључи у моментима када је потрошач посебно осетљив јер се затекне у неочекиваној ситуацији (на кућном прагу, послу и сл.) у којој му трговац нуди своје производе/услуге. Тада потрошач није у могућности да детаљно размисли о својој одлуци и да упореди понуду која је пред њим са другим сличним понудама. Ова Директива даје право потрошачима да у року

² Лазаревић Н., Ђуровић М., Лазаревић М. и Ђинђић М. „Ка европском нивоу заштите потрошача у Србији“, Студија потрошачке политике у Србији, Центра за европске политике, Јануар 2013, Београд, стр. 10-12.

(минимум седам дана) једнострано раскине уговор закључен ван пословних просторија, а трговац има обавезу да приликом закључења оваквог уговора јасно каже потрошачу његово право на једнострани раскид; *Директива о неправичним уговорним одредбама* је увела значајна ограничења слободе уговарања код потрошачких уговора и одредбе ове Директиве ограничавају трговцу слободу уговарања спречавајући га да наметне потрошачу уговорне одредбе које се по основу ове Директиве могу сматрати неправичним. Основ за овакву заштиту је заснован на мишљу да је потрошач у знатно лошијој позицији у односу на трговца у уговорним односима (у погледу преговарачке моћи и познавања релевантних чињеница) што за исход може имати да се потрошач сложи са уговорним обавезама које је трговац унапред саставио без могућности да потрошач утиче на њих. У Директиви су наведени и примери уговорних одредби које се сматрају неправичним и потрошачи који потпишу такве уговоре нису њима обавезани, јер се они сматрају ништавним.; *Директива о уговорима закљученим на даљину* се односи на ону врсту потрошачких уговора који су склопљени без истовремене физичке присутности трговца и потрошача. Ова Директива је настала као одговор на велики развој савремених средстава комуникација на даљину и она предвиђа детаљан сет предуговорних обавештења које је трговац обавезан пружити потрошачу пре него што се закључи уговор, с циљем да потрошач на најбољи могући начин схвати какав уговор он заправо закључује и какав је целокупан садржај његових уговорних права и обавеза.; *Директива о продаји робе* регулише уговорне односе између трговца и потрошача с циљем да у потпуности правно обезбеди да потрошач добије производ од трговца који је потпуно саобразан са закљученим потрошачким уговором. У овој Директиви су установљена три основна елемента сваког уговора о продаји, а то су: стандард квалитета који потрошач може разумно очекивати, одговарајућа правна средства у случају да производ не испуњава утврђени стандард квалитета и питање гаранције коју нуди трговац. Уколико се деси да постоји несаобразност, потрошач има право да робу коју је купио замени или поправи код трговца (и они имају право избора шта ће учинити), а трговац је дужан да производ замени или поправи у примереном року; *Директива о непоштеном пословању* суштински се састоји у томе да она забрањује сваки непоштени облик пословања трговца у односу према потрошачу. Овом Директивом се регулише пословање трговца не само пре већ и након закључења уговора са потрошачем. И механизам на основу ког се утврђује да ли је одређено пословање трговца непоштено се састоји из три етапе. Прво, надлежни орган утврђује да ли се пословање трговца може сврстати у неки облик непоштеног понашања, затим уколико надлежни орган утврди да

се то понашање не сматра обликом непоштеног понашања прелази се у другу етапу – у којој се утврђује да ли је одређено пословање обмањујуће, насртљиво или се пропуштају информације. И трећи крак се односи на примену опште формуле уколико пословање трговца не представља непоштено пословање ни под једним од наведених облика непоштеног пословања; *Директива о потрошачком кредиту* се, као што само име каже, односи на уговоре о потрошачким кредитима и у оваквим уговорима потрошачи (физичка лица) су *изложени* трговцима (финансијским институцијама) које су знатно *моћније* од самих потрошача, те им је неопходно пружити додатни степен правне заштите у односу на кредите који се дају правним лицима. Једно од најважнијих права потрошача које је загарантовано овом директивном јесте право да потрошач једнострано раскине уговор о потрошачком кредиту у року од четрнаест дана од његовог закључења, без обавезе да финансијској институцији даје било какво објашњење. И потрошач има право да превремено отплати кредит и тиме се забрањује пракса коју су поједине институције имале претходних година, а то је забрана превремене отплате дуга; *Нова Директива о потрошачким правима* је усвојена 2011. године и једна од најважнијих измена коју је она донела јесу нови јединствени прописи о обавези обавештавања потрошача од стране трговаца пре закључења уговора. Директива се односи и на додатни скуп прописа у случају закључења уговора на даљину и уговора закључених ван пословних просторија. Директивом је утврђено и да цене производа/услуга морају изражавати њихову укупну цену, што потразумева све порезе и остале могуће намете који морају бити исказани на јасан начин, и рок у ком потрошачи имају право на једнострану раскид уговора је (са некадашњих седам) продужен на четрнаест дана.³ На основу Директива, као кључна права потрошача у Европској унији могу се издвојити:⁴

1. Сви потрошачи у оквиру Европској унији имају четрнаест дана да врате производе које су купили преко интернета, а да при том не морају да образлажу разлоге враћања. Да би потрошач добио потпуно рефундирање, производ мора бити у таквом стању да може опет да се врати у продају; дакле, потрошач може да утврди карактеристике производа, али не и да га користи;
2. Било да је реч о куповини производа у продавници или преко интернета, ако је производ другачији од онога како је оглашаван или не ради добро – потрошач има право на поправку/замену, а ако то није могуће или није

³ Лазаревић Н. и др., „Ка европском нивоу заштите потрошача у Србији“, оп. цит., стр. 13-19.

⁴ “Key Facts on the new EU Consumer Rights Directive“, *European Commission*, 2014.

практично онда потрошач може захтевати рефундирање или умањање цене производа. Ово право потрошачи имају најмање две године од датума куповине/испоруке производа;

3. Све компаније у оквиру Европске уније које се оглашавају, продају производе или пружају услуге морају потрошаче снабдети истинитим и информацијама које су толико детаљне да потрошачи могу донети одлуку. Те информације се односе на карактеристике производа/услуге, цену, начине плаћања, податке о продавцу/пружаоцу услуге итд;
4. Право на фер уговорне услове – уколико услови уговора нису фер, потрошачи нису у обавези да потпишу уговор и уколико уговори не могу да се измене тако да не буду нефер, онда такви уговори нису законом обавезујући;
5. Сви потрошачи имају право на помоћ од стране Европских потрошачких центара (*European Consumer Centres*) у виду подршке и савета када купују производе/услуге од трговца из било које земље у оквиру Европске уније.

III) ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

На путу ка Европској унији, у Републици Србији је обавеза заштите потрошача и хармонизација законодавства са правним тековинама Европске уније преузета 2008. потписивањем Споразума о стабилизацији и придруживању (ССП) и област заштите потрошача регулисана је Законом о заштити потрошача из 2010. године, а потом и Законом о заштити потрошача („Службени гласник РС“ 62/2014) којим су имплементирани одредбе кључних европских Директива и који је ступио на снагу јуна 2014. године, а примена је отпочета септембра исте године. Законом о заштити потрошача (у наставку текста: Закон) су уређена права и обавезе потрошача, инструменти и начини заштите права потрошача, информисање као и унапређење знања потрошача о њиховим правима и начинима заштите права. Чланом 2. регулисана су сновна права потрошача, а то су право на:⁵

- *задовољавање основних потреба* – то се односи на доступност најнужнијих роба и услуга (храна, одећа, одбућа, здравствена заштита, простор за становање, хигијена и образовање);
- *безбедност* – односно заштита од робе и услуга које су опасне по живот, здравље, имовину или животну средину;

⁵ „Закон о заштити потрошача”, *Службени гласник Републике Србије*, 62/2014, Београд, стр. 1.

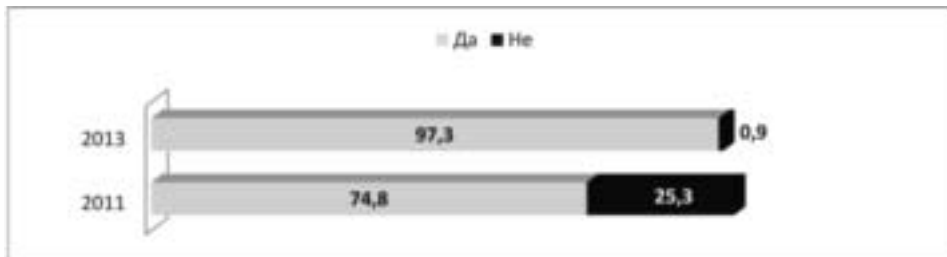
- *обавештеност* – располагање тачним подацима који су неопходни да би се направио разуман избор понуђене робе и услуга;
- *избор* – могућност избора између више роба и услуга по приступачним ценама и уз одговарајући квалитет;
- *учешће* – заступљеност интереса потрошача у поступку доношења и спровођења политике заштите потрошача и могућност да преко удружења и савеза удружења за заштиту потрошача буде заступљен у поступку усвајања и спровођења политике заштите потрошача;
- *правну заштиту* – заштита права потрошача у законом предвиђеном поступку у случају повреде његовог права и накнада материјалне и нематеријалне штете коју му причини трговац;
- *едукацију* – стицање основних знања и вештина неопходних за правилан и поуздан избор производа и услуга, као и знања о основним правима и дужностима потрошача и начину њиховог остваривања;
- *здраву и одрживу животну средину* – живот и рад у средини која није штетна за здравље и добробит садашње и будућих генерација, правовремено и потпуно информисање о стању животне средине.

Овим Законом се права потрошача Републике Србије приближавају правима потрошача Европске уније према више законских одредби. У наставку текста биће наведене неке од њих. Законом је регулисано информисање потрошача и едукација, а то се односи на свесност потрошача да је трговац дужан да на недвосмислен, читак и лако уочљив начин истакне продајну (јединичну) цену робе или услуге, складу са прописима који уређују трговину (члан 6). Када је реч о продајним услугама, трговац је дужан да сачини ценовник (тарифник) услуга и да га истакне у излогу, односно у пословним просторијама или на другом месту на коме нуди вршење услуга (члан 7). Исто тако, потрошач није дужан да плати било какав облик додатних трошкова, укључујући и поштанске трошкове и трошкове транспорта и испоруке, ако трговац није добио изричиту сагласност потрошача за конкретне додатне трошкове поред уговорене накнаде за главну уговорну обавезу трговца (члан 14). Чланом 19. овог Закона забрањена је обмањујућа пословна пракса, под којом се сматра пословна пракса трговца којом наводи или прети да наведе потрошача да донесе економску одлуку коју иначе не би донео, тако што му даје нетачна обавештења или га доводи у заблуду у погледу постојања или природе производа, основних обележја производа, обима обавеза трговца, цене или начина обрачуна цене, потребе за сервисирањем, положаја трговца, права потрошача укључујући и право на замену робе или повраћај новца.

Обмањујућа пословна пракса постоји и када трговац оглашава производ (укључујући и упоређујуће оглашавање) на збуњујући начин којим се отежава разликовања производа од других производа, жигова, назива других производа или ознаке другог трговца; или ако крши одредбе кодекса добре пословне праксе. Када је реч о уговорима на даљину и уговорима који се закључују изван пословних просторија, трговац је дружан да пре закључења таквих уговора на јасан и разумљив начин потрошача обавести о: адреси на којој послује, продајној цени (са укупним трошковима обрачуноског периода у случају уговора који садрже претплату), трошковима коришћења средстава комуникације на даљину за заључивање уговора кад се тај трошак обрачунава на основу различитој од основне тарифе, условима и временском року за одустанак од уговора, обавези да се трговцу плате разумни трошкови, постојању огворног односа са поштанским оператором преко кога потрошач може у случају рекламације због несаобразности послати робу и када право на одустанак од уговора није предвиђено (члан 27). Чланом 28. је речено да потрошач има право да одустане од уговора закључених на даљину, односно изван пословних просторија у року од 14 дана, без навођења разлога и додатних трошкова (осим трошкова из члана 34. и 35. овог Закона којима су регулисане обавезе трговца и потрошача у случају одустанка од уговора). Непосредно оглашавање телефоном, факсом, електронском поштом и другим средствима комуникације на даљину је забрањено овим Законом (члан 38). Забрањено је и слање робе или пружање услуга (члан 39) потрошачу са захтевом за плаћање робе или услуга које потрошач није наручио. Тако да, слањем робе или пружањем услуга које потрошач није наручио, не може настати обавеза за потрошача и потрошач има право да задржи послату робу без обавезе плаћања, односно није у обавези да плати за извршену услугу. Законом је утврђена и саобразност робе, односно да испоручена роба буде саобразна уговору (члан 50) значи да одговара својствима робе коју је продавац показао потрошачу, да има својства потребна за употребу за коју је потрошач набавља а да је употреба била позната продавцу у време закључења уговора, да има својства, квалитет и да функционално одговара ономе што је уобичајено код робе исте врсте. Продавац одговара за несаобразности испоручене робе у уговору: ако је постојала у часу преласка ризика на потрошача, ако се појавила после преласка ризика на потрошача а потиче од узрока који је постојао пре преласка на њега, и ако је потрошач могао лако уочити (члан 51). У случају да роба није саобразна уговору (члан 52) потрошач који је обавестио продавца о несаобразности, има право да захтева од продавца да отклони несаобразност, без накнаде, оправком или заменом, односно да захтева

одговарајуће умањење цене или да раскине уговор у погледу те робе.⁶ Истраживање о познавању права потрошача које је спровела агенција Масми (MASMI) у сарадњи са Министарством спољне и унутрашње трговине и телекомуникација на пројекту *Јачање заштите потрошача* у Србији (о чему ће бити речи у наставку текста) која се бави истраживањем тржишта и јавног мњења је објављено јануара 2014. године и реч је о компаративном истраживању у ком се пореде подаци прикупљени 2011. и 2013. године. У истраживању је учествовало 1200 испитаника у 2011. години и 1000 испитаника у 2013. Од укупног броја испитаника 2011. године је њих 59,8% било свесно постојања Закона, а у наредном циклусу истраживања тај проценат је порастао на 75,4% што представља значајан пораст, али и даље је тај проценат мањи него што би требао бити. Резултати истраживања из 2011. су показали и да велики број потрошача у РС (25%) не познаје своја права, јер нису били у стању да наведу ниједно право које им је као потрошачима осигурано; а већ две године касније, тај проценат је пао на 0,9% њих који нису могли навести ниједно право потрошача. Када је реч о правима с којима су потрошачи најчешће упознати, *прво* место заузима право на рекламацију и накнаду штете и у постојање тог права је упућено 89,3% испитаника што је за 22,5% више у односу на 2011. У размаку између ова два истраживања, свест потрошача је највише повећана када је реч о праву на добијање фискалног рачуна, а свест о праву на добар квалитет производа и услуге није уопште порасла у периоду од две године (Графикон 3).⁷

Графикон 1. Свест о постојању права потрошача (у процентима)

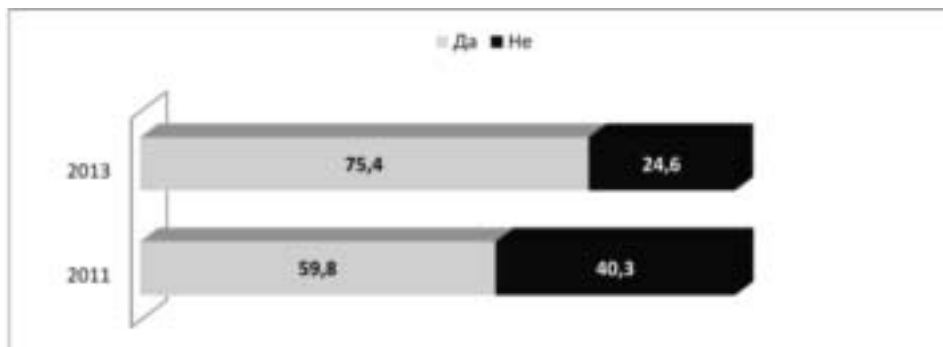


Извор: http://www.zapotrosace.rs/CMS/download/poznavanje_prava_potrosaca_2011-2013_uporedno.pdf, 2014.

⁶ Ibid. стр. 6-29.

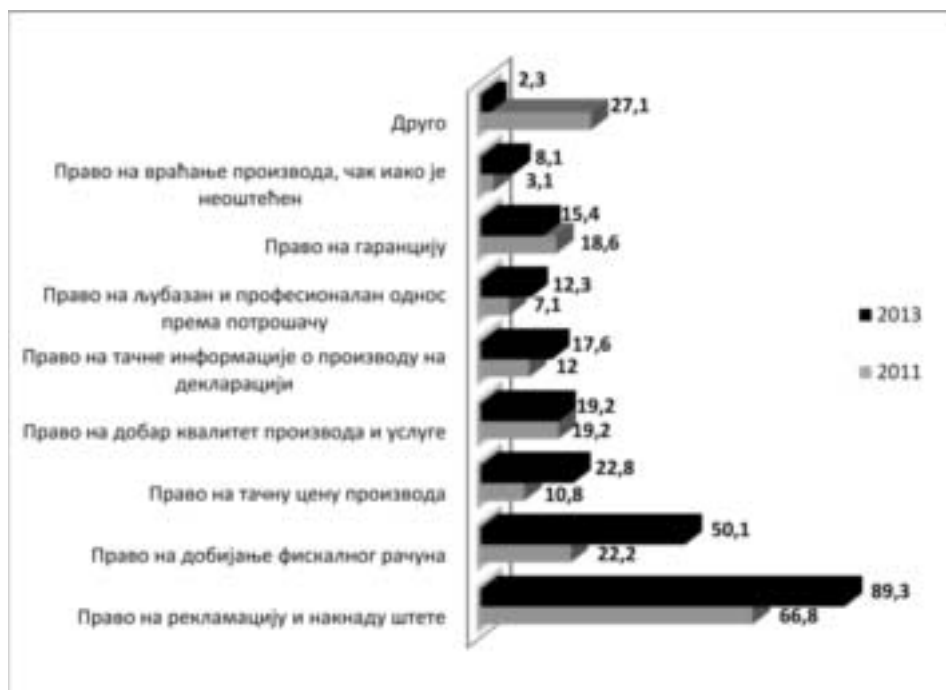
⁷ „Друго истраживање о познавању права потрошача у Србији”, Компаративни извештај, МАСМИ, 2014., стр. 6, 11 и 13.

Графикон 2. Свест о постојању Закона о заштити потрошача (у процентима)



Извор: http://www.zapotrosace.rs/CMS/download/poznavanje_prava_potrosaca_2011-2013_uporedno.pdf, 2014.

Графикон 3. Процентуални приказ познавања постојања различитих права потрошача



Извор: http://www.zapotrosace.rs/CMS/download/poznavanje_prava_potrosaca_2011-2013_uporedno.pdf, 2014.

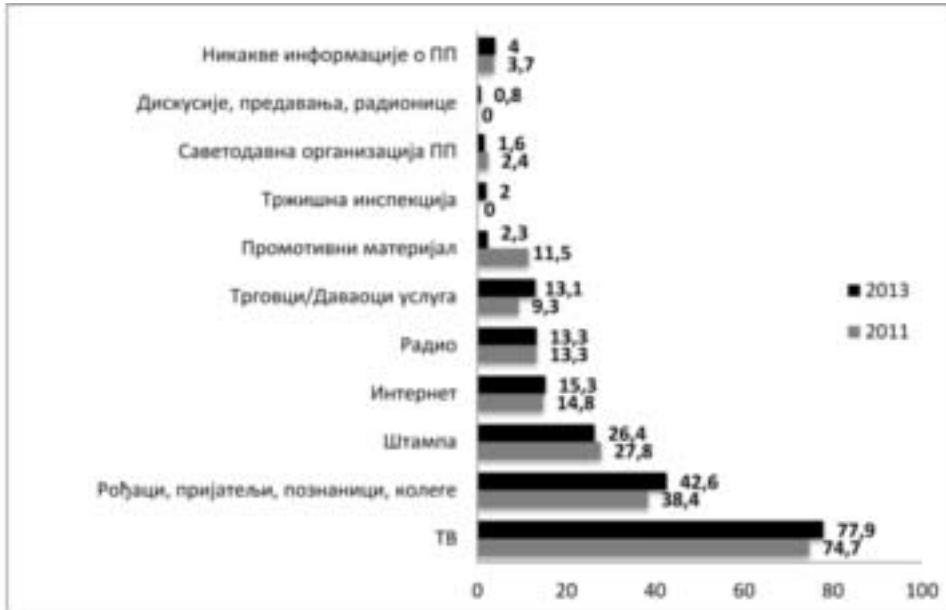
У Табели 1. су приказани резултати сигурности потрошача по питању њихових права и обавеза трговаца. Од потрошача је затражено да се на скали од 1 (*Потпуно сам сигуран да то право није регулисано*) до 5 (*Потпуно сам сигуран да прова јесте регулисано*) изјасне колико су сигурни да је одређено право део Закона. У односу на 2011. у 2013. је порасло мишљење потрошача да имају право на повраћај средстава од туристичких агенција уколико им је пружен лошији смештај или превоз, и та разлика је само у 0,04 просечне оцене, али ипак показује помак у свести потрошача. Тај пораст се може приписати бројним скандалима који су се дешавали на нашем тржишту са туристичким агенцијама у протеклих неколико година. Када је реч о осталим питањима наведеним у табели, 2013. година бележи пад просечне оцене у односу на 2011. годину и разлози за такве резултате би требали бити детаљније испитани.

Табела 1. Ниво сигурности по погледу постојања права потрошача у Закону РС

	2011.	2013.
Ценовник услуга мора бити видљиво изложен на свим местима где се пружају услуге.	4,15	4,11
Уколико потрошач купи неки производ за који трговац обезбеђује испоруку, и приликом испоруке дође до оштећења купљеног производа, трговац је тај који је дужан да покрије штету.	3,93	3,81
Ако потрошач добије лошији квалитет превоза или смештаја него што је договореног приликом уплате туристичког аранжмана, има право да од туристичке агенције захтева повраћај новца од туристичке агенције.	3,57	3,61
Уколико потрошач наручи неки производ преко каталога, има право да га врати у року од 14 дана уколико се из било ког разлога предомисли (чак и уколико производ није неисправан).	3,45	3,05
Забрањено је да трговац наводи потрошачана то да се у његовој продавници одређени производ продаје по нижој цени него у другим продавницама, уколико то није тачна и проверена информација.ра	2,9	2,83
Није дозвољено да се потрошачи, без њихове дозволе, понављано контактирају ради рекламирања или нуђења услуге на кућну адресу лично, преко телефона или електронске поште.	2,95	2,76

Извор: http://www.zapotrosace.rs/CMS/download/poznavanje_prava_potrosaca_2011-2013_uporedno.pdf, 2014.

Графикон 4. Извори информација о правима потрошача (у процентима)



Извор: http://www.zapotrosace.rs/CMS/download/poznavanje_prava_potrosaca_2011-2013_uporedno.pdf, 2014.

Истраживање је показало и да је највећи број испитаника информације о правима потрошача добило путем телевизије, тачније 74,7% (2011) и 77,9% (2013); затим 38,4%, односно 42,6% је добило информације од рођака, пријатеља, познаника и колега. Веома мали проценат испитаника ($\approx 2\%$) је информације о правима потрошача добило преко саветодавних организација, а $\approx 4\%$ испитаника се изјаснило да није добило никакве информације о правима потрошача.

IV) ИЗВОРИ

“Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/ED of the European Parliament and of the Council”, *Official Journal of the European Union*, 22.11.2011, pp. 65-87.

“DG Justice Guidance Document“, European Commission, June 2014., доступно на: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_guidance_en.pdf, датум приступа: 18.01.2015.

- „Друго истраживање о познавању права потрошача у Србији“, Компаративни извештај, МАСМИ, 2014., Интернет: http://www.zapotrosace.rs/CMS/download/poznavanje_prava_potrosaca_2011-2013_uporedno.pdf, датум приступа: 17.01.2015.
- „Закон о заштити потрошача“, Службени гласник Републике Србије, 62/2014, Београд.
- „Key Facts on the new EU Consumer Rights Directive“, European Commission, June 2014., Интернет: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_arc2014_factsheet-consumer_general_en.pdf, датум приступа: 18.01.2015.
- Лазаревић Н., Ђуровић М., Лазаревић М. и Ђинђић М. „Ка европском нивоу заштите потрошача у Србији“, *Студија потрошачке политике у Србији*, Центра за европске политике, Јануар 2013, Београд.
- Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Одељење за заштиту потрошача, Пројекти, н.д., Интернет: <http://zastitapotrosaca.gov.rs/o-nama.php?naslov=projekti-odeljenja-za-zastitu-potrosaca>, датум приступа: 19.01.2015.

У) ЗНАЧАЈ ЗА РЕПУБЛИКУ СРБИЈУ

У Републици Србији је 10.08.2011. почео да се спроводи пројекат под називом *Јачање заштите потрошача у Србији*, који финансира ЕУ (вредност пројекта 2.260.500 евра) и пројекат је требао трајати 30 месеци али је продужен за три месеца. Главни корисник је Министарство спољне и унутрашње трговине и телекомуникација (МТТ) Републике Србије. Општи циљ пројекта је било унапређење заштите права и интереса потрошача у Републици Србији у складу са правним тековина Европске уније. Специфични циљеви били су: подршка ММТ-у у даљој хармонизацији домаћег законодавства у области заштите потрошача са правним тековинама Европске уније, укључујући и измене и допуне подзаконских аката и прописа који су на снази; јачање институционални капацитета МТТ-а, тела за вансудско решавање спорова, судова, удружења за заштиту потрошача и других релевантних институција, са циљем примене новог законодавства у области заштите потрошача, а у складу са правним тековинама Европске уније и најбоље праксе; оснаживање сарадње и координације међу институцијама јавног и приватног сектора који су у систему заштите потрошача у Републици Србији како би се унапредила јединствена примена законодавног оквира заштите потрошача; и подизање свести јавности о политици заштите потрошача.⁸ С почетка релације овог

⁸ Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Одељење за заштиту потрошача, Пројекти, н.д.

пројекта спроведено је истраживање о познавању потрошачких права, исто је учињено и на крају овог пројекта. Резултати истраживања су показали да иако потрошачи у Републици Србији имају већу свест о постојању права које као потрошачи имају, та свест није довољно развијена јер већина њих може набројати једно, евентуално два права. Увођењем Закона извршена је имплементација кључних европских директива чиме је успостављен правни оквир којим се заштита потрошача у Републици Србији приближава стандардима Европске уније. Закон би требао довести до вишег нивоа сигурности свих потрошача, кроз већи степен сигурности уговора, могућности потрошача да утичу на садржину уговора, веће контроле активности трговаца, квалитета производа/услуга, веће заштите потрошача и бољег начина реаговања од стране трговаца у случајевима рекламација. Оно на чему би се свакако требало радити у наредном периоду јесте веће упознавање грађања Републике Србије са правима која они имају као потрошачи, чиме би било јасније којим сегментима законске регулативе би се требала посветити додатна пажња како би се убрзала хармонизација са регулативом Европске уније.