



HRVATSKA
OBRTNIČKA
KOMORA

Broj: 11-800-6904/7-131-2026
Zagreb, 7. listopada 2026.

Ministarstvo turizma i sporta
n/p ministra
Prisavlje 14
10000 Zagreb

Predmet: Prijedlozi Hrvatske obrtničke komore vezano uz međuresorno usuglašavanje oko donošenja pravilnika o isticanju bazne cijene i objavi važećih cjenika proizvoda

Poštovani,

Hrvatska obrtnička komora obraća se **svim ministarstvima** uoči međuresornog usuglašavanja pravilnika o isticanju bazne cijene i objavi važećih cjenika proizvoda, koje donosi Ministarstvo gospodarstva, s ciljem da se pri davanju očitovanja sagledaju učinci predloženih obveza na obrtnike i mikro poduzetnike te specifičnosti djelatnosti iz djelokruga pojedinih ministarstava. HOK je Ministarstvu gospodarstva dostavio konkretne zahtjeve i prijedloge za izuzeća i pojednostavljenje obveza, koje vam dostavljamo u prilogu. Ne dovodeći u pitanje cilj zaštite potrošača i transparentnosti cijena, smatramo da nove obveze trebaju biti ciljane, razmjerne stvarnoj koristi za potrošača i administrativno što manje opterećujuće, osobito za obrtnike i mikro poduzetnike. Molimo da se, kada prijedlozi pravilnika budu dostavljeni na očitovanje, u okviru svojeg djelokruga založite za rješenja iz priloženog dopisa, od kojih posebno izdvajamo sljedeće:

- 1) **Osigurati ravnotežu između zaštite potrošača i razvoja gospodarstva.** Uz cilj zaštite potrošača i transparentnosti cijena, pri razradi novih obveza važno je voditi računa i o njihovom učinku na poslovanje i konkurentnost gospodarstva, osobito obrtnika i mikro poduzetnika. Smatramo da prednost treba dati rješenjima koja ostvaruju svrhu Zakona uz najmanje potrebno administrativno opterećenje.
- 2) **Baznu cijenu propisati samo za jasno određene kategorije proizvoda.** Zakon daje ovlast ministru da pravilnikom odredi **za koje proizvode** se ističe bazna cijena. Stoga smatramo da pravilnikom treba jasno odrediti kategorije na koje se ta obveza odnosi, polazeći od toga da se u obuhvat uključe samo one kategorije za koje takvo isticanje ima opravdanu svrhu i konkretnu korist za potrošača, a ne od obuhvata svih proizvoda i usluga uz naknadno propisivanje izuzeća. Takav ciljani pristup bio je primijenjen i pri prvotnom uvođenju ove mjere 2. svibnja 2025., kada je obveza bila ograničena na hranu, piće, kozmetiku, sredstva za čišćenje, toaletne potrepštine i proizvode za kućanstvo – proizvode koji se u pravilu učestalo kupuju i troše te kod kojih potrošač može stvarno pratiti i uspoređivati kretanje cijena. Upravo bi stvarna učestalost kupnje i usporedivost cijena trebale biti jedan od ključnih kriterija za određivanje kategorija pravilnikom,

za razliku od proizvoda koji se kupuju rijetko, izrađuju ili prilagođavaju individualnim potrebama ili se njihova cijena formira prema konkretnom poslu.

- 3) **Uvažiti posebnosti usluga i individualno ugovorenih poslova.** Kod primjene novih obveza potrebno je razlikovati standardiziranu robu od usluga čija se cijena određuje prema konkretnom poslu. Kada cijena ovisi o opsegu i složenosti posla, utrošenom radu i materijalu te drugim okolnostima, prethodna cijena često nije usporediva s cijenom nove usluge niti potrošaču pruža jednaku informacijsku vrijednost.
- 4) **Obvezu objave zadržati u okviru zakonske obveze objave važećeg cjenika.** Zakon propisuje objavu **važećeg cjenika**, pa smatramo da pravilnikom tu obvezu ne treba širiti na podatke koji nisu potrebni potrošaču za razumijevanje cijene, poput internih šifri, podataka o zalihama (dostupno-nedostupno), barkodova i drugih operativnih podataka. Jednako tako, objava važećeg cjenika ne bi trebala sama po sebi podrazumijevati obveznu objavu u XML/CSV ili drugom strojno čitljivom formatu niti omogućavanje automatiziranog preuzimanja podataka.
- 5) **Cjenik ažurirati kada se stvarno promijeni, bez dodatne obveze arhiviranja.** Zakonska obveza odnosi se na objavu **važećeg cjenika**. Stoga smatramo da cjenik treba ažurirati kada dođe do promjene cijena, bez ponovnog generiranja i objave nepromijenjenog cjenika, dok se pravilnikom bez izričite zakonske osnove ne bi trebala uvoditi dodatna obveza čuvanja i javne dostupnosti prethodnih cjenika. Zahtjev iz važećih Odluka za dnevno ažuriranjem cjenika trgovaca ne bi trebalo prenositi u pravilnik; objava važećeg cjenika trebala bi podrazumijevati njegovo ažuriranje kada se cijene stvarno promijene.
- 6) **Izbjeći dupliciranje postojećih obveza i kanala objave.** Ako je važeći cjenik odnosno aktualna cijena već jasno i lako dostupna potrošaču na vlastitoj mrežnoj stranici ili u webshopu, takva objava trebala bi biti dovoljna za ispunjenje obveze. Smatramo da nema zakonske obveze da se cjenici čuvaju 30 dana na mrežnoj stranici te da obrtniku koji ima poslovne jedinice s identičnim cijenama treba omogućiti korištenje jednog cjenika.
- 7) **Voditi računa o konkurentskom položaju hrvatskih poduzetnika.** Pri uređivanju dodatnih nacionalnih zahtjeva vezanih uz objavu cijena i cjenika na mrežnim stranicama važno je uzeti u obzir i njihov učinak na položaj hrvatskih gospodarskih subjekata u odnosu na prekogranične konkurente. Dodatne obveze ne bi trebale dovesti do situacije u kojoj hrvatski obrtnici i mikro poduzetnici snose regulatorne i administrativne troškove kojima usporedivi prekogranični ponuditelji nisu izloženi.

Posebno u odnosu na djelatnosti iz djelokruga vašeg Ministarstva, molimo da se pri međuresornom usuglašavanju uzmu u obzir specifičnosti **turističkih i ugostiteljskih usluga, usluga putničkih agencija i turističkih vodiča te sportskih usluga.**

Kod usluga smještaja cijene se mijenjaju ovisno o sezoni, terminu, potražnji i popunjenosti, zbog čega cijena iz jednog referentnog razdoblja često nije usporediva s cijenom za konkretan termin. Specifičnost smještaja već je prepoznata i pri primjeni važećih Odluka, prema čijem se službenom pojašnjenju obveza isticanja dodatne cijene ne primjenjuje na cijene smještaja prikazane kroz vlastite rezervacijske sustave niti na posredničkim platformama.

Kod ugostiteljskih usluga cijena s jednog referentnog datuma također nema uvijek stvarnu informacijsku vrijednost zbog promjenjivosti i sezonalnosti ponude. Istanje bazne cijene uz aktualnu cijenu na jelovnicima, kartama pića, vanjskim reklamnim pločama, internetskim stranicama, QR cjenicima i digitalnim oglasima, osobito uz posebne ponude i sniženja, moglo bi rezultirati većim brojem istaknutih cijena i manje

preglednim informiranjem gosta.

Kod usluga putničkih agencija cijena može ovisiti o konkretnom programu putovanja, terminu, broju putnika, prijevozu, smještaju i drugim uključenim uslugama, dok se dio usluga prodaje ili posreduje za druge pružatelje. Zbog toga ranija cijena drugog aranžmana ili usluge često nije usporediva s aktualnom ponudom niti predstavlja korisnu referentnu informaciju za potrošača.

Slično tome, kod turističkih vodiča cijena usluge može ovisiti o trajanju i vrsti vođenja, jeziku, broju osoba, lokaciji, programu i posebnim zahtjevima naručitelja te se često određuje prema konkretnom angažmanu. U takvim slučajevima prethodno ugovorena cijena nije nužno usporediva s cijenom nove usluge.

Kod sportskih usluga koje se obavljaju u obrtu, primjerice usluga trenera, instruktora i fitnes centara, cijena može ovisiti o vrsti i trajanju programa, individualnom ili grupnom načinu rada i drugim uvjetima. Stoga ni kod tih usluga cijena s jednog referentnog datuma ne mora predstavljati stvarno usporedivu informaciju za potrošača.

Slijedom navedenoga, molimo da Ministarstvo turizma i sporta pri međuresornom usuglašavanju **zastupa pristup prema kojem se navedene usluge uopće ne uključuju** među kategorije za koje će se pravilnikom propisati isticanje bazne cijene. Time se polazi od zakonske ovlasti ministra da odredi za koje proizvode se bazna cijena ističe, umjesto od općeg obuhvata svih proizvoda i usluga i njihova naknadnog izuzimanja.

Jednako tako, kod objave važećih cjenika na mrežnim stranicama smatramo važnim da se za djelatnosti iz djelokruga Ministarstva ne prenesu tehnički i administrativni zahtjevi iz važećih Odluka, poput obveznog XML/CSV formata, omogućavanja automatiziranog preuzimanja podataka i javne dostupnosti prethodnih cjenika 30 dana. Važeće Odluke upravo predviđaju takve zahtjeve. Zakonsku obvezu objave važećeg cjenika potrebno je urediti jednostavno i primjereno načinu poslovanja, osobito obrtnika, mikro poduzetnika i sezonskih subjekata.

Cilj HOK-a nije umanjiti razinu zaštite potrošača, već osigurati da svaka nova obveza ima jasnu svrhu i stvarnu korist za potrošača te da se ista svrha, gdje god je moguće, ostvari jednostavnijim i administrativno manje opterećujućim rješenjem za obrtnika. Detaljna obrazloženja i prijedlozi sadržani su u priloženom dopisu.

S poštovanjem,

Predsjednik
Hrvatske obrtničke komore
Dalibor Kratochvil

Prilog: Dopis HOK-a Ministarstvu gospodarstva od 1. listopada 2026., broj: 11-800-6904/3-135-2026