

Broj: 11-800-6904/12-125-2026
Zagreb, 7. listopada 2026.

Ministarstvo kulture i medija
Republike Hrvatske
n/p ministrice
Runjaninova 2
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 dnevni 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 obrtnike koji posluju u djelatnostima povezanim s djelokrugom vašeg Ministarstva, molimo da se pri međuresornom usuglašavanju uzmu u obzir specifičnosti fotografskih, video i dizajnerskih usluga te drugih kreativnih obrtničkih djelatnosti, kod kojih se cijena u velikom broju slučajeva određuje prema konkretnom angažmanu i zahtjevima naručitelja. Kod fotografskih i video usluga cijena može ovisiti o vrsti i trajanju angažmana, lokaciji, broju osoba ili događanja, potrebnoj opremi, opsegu snimanja i obrade, količini i načinu isporuke materijala te drugim zahtjevima naručitelja. Kod dizajnerskih usluga cijena ovisi o vrsti i opsegu projekta, broju i složenosti rješenja, potrebnim prilagodbama i doradama te drugim elementima konkretnog angažmana. Fotografiranje vjenčanja, izrada promotivnog videa ili oblikovanje vizualnog identiteta nisu standardizirane usluge čija se cijena može smisleno uspoređivati s cijenom nekog ranijeg, sadržajno drukčijeg posla. Kod individualno kreiranih usluga ističemo i obrtnike koji se bave restauracijom, za što je potrebno posebno odobrenje vašeg ministarstva.

Isticanje bazne cijene kod takvih usluga stoga bi stvaralo privid usporedivosti koja u stvarnosti ne postoji. Čak i kada obrtnik u cjeniku ima pojedine standardne stavke ili cijenu sata rada, bazna cijena takve stavke ne pokazuje potrošaču koliko je ranije koštao usporediv angažman jer konačna cijena ovisi o kombinaciji rada i usluga potrebnih za konkretan posao. Umjesto korisne informacije potrošač bi dobio dodatnu povijesnu cijenu koja mu ne omogućuje stvarnu usporedbu troška konkretnog angažmana. Molimo stoga da Ministarstvo pri međuresornom usuglašavanju podrži pristup prema kojem se individualno ugovorene fotografske, video, dizajnerske i druge kreativne usluge uopće ne uključuju među kategorije za koje će se pravilnikom propisati obveza isticanja bazne cijene. Polazište treba biti zakonska ovlast ministra da odredi za koje se proizvode bazna cijena ističe, odnosno da se pravilnikom obuhvate samo kategorije kod kojih takva informacija ima opravdanu svrhu i stvarnu usporednu vrijednost za potrošača, a ne sve proizvode i usluge uz njihovo naknadno izuzimanje.

Jednako je važno navedene specifičnosti uzeti u obzir kod objave važećih cjenika na mrežnim stranicama. **Kod kreativnih usluga dio ponude može imati unaprijed određenu cijenu, dok se za složenije i individualne angažmane cijena utvrđuje ponudom nakon što su poznati sadržaj, opseg i uvjeti posla.** Zakonsku obvezu objave važećeg cjenika ne treba pravilnikom širiti na obvezni XML/CSV ili drugi strojno čitljivi format, automatizirano preuzimanje podataka niti čuvanje i javnu dostupnost prethodnih cjenika 30 dana, što Zakon o zaštiti potrošača ne propisuje. Takvi zahtjevi ne služe neposrednom informiranju potrošača o cijeni konkretnog kreativnog angažmana, a obrtnicima i mikro poduzetnicima stvaraju dodatne tehničke, administrativne i financijske troškove.

Posebno molimo da Ministarstvo vodi računa i o konkurentskom položaju domaćih pružatelja kreativnih usluga u odnosu na prekogranične ponuditelje, kako dodatni nacionalni zahtjevi vezani uz objavu cijena i cjenika na mrežnim stranicama ne bi hrvatskim obrtnicima i mikro poduzetnicima, uz neizbježne dodatne troškove njihove provedbe, stvarali i nepovoljniji položaj na tržištu.

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