



HRVATSKA
OBRTHIČKA
KOMORA

Broj: 11-800-6904/9-128-2026
Zagreb, 7. listopada 2026.

Ministarstvo pravosuđa, uprave i
digitalne transformacije
n/p ministra
Ulica grada Vukovara 49
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 dnevnim 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 pitanja i djelatnosti iz djelokruga vašeg Ministarstva, molimo da se pri međuresornom usuglašavanju uzmu u obzir posebnosti stručnih i individualno ugovorenih usluga, uključujući usluge stalnih sudskih tumača, vještaka i procjenitelja.

Poznato nam je da je Ministarstvo gospodarstva u dosadašnjem tumačenju primjene Odluka prepoznalo poseban položaj sudskih tumača, odvjetnika i javnih bilježnika te ih izuzelo od obveze isticanja dodatne cijene. Međutim, smatramo da kod donošenja pravilnika nije dovoljno ponovno određivati pojedinačna izuzeća. Zakon ministru daje ovlast da propiše za koje se proizvode bazna cijena ističe, pa polazište treba biti određivanje samo onih kategorija kod kojih takva informacija ima opravdanu svrhu i stvarnu usporednu vrijednost za potrošača, a ne obuhvat svih proizvoda i usluga uz njihovo naknadno izuzimanje.

Na potrebu takvog pristupa upućuju upravo djelatnosti iz djelokruga vašeg Ministarstva. Kod odvjetničkih usluga nagrada se prema Tarifi određuje prema pojedinim radnjama i bodovima, a njezina visina može ovisiti i o vrsti postupka, vrijednosti predmeta i drugim okolnostima konkretnog slučaja. Kod sudskih tumača, vještaka i procjenitelja cijena odnosno naknada također ovisi o vrsti, opsegu, složenosti i okolnostima konkretnog angažmana. Ako kod takvih stručnih usluga nije moguće jednostavno uspoređivati cijenu jednog posla s drugim, jednako je važno prepoznati da individualno ugovorene usluge obrtnika po svojoj prirodi nisu primjerene za usporedbu s baznom cijenom formiranom za neki raniji, bitno drukčiji posao.

Stoga molimo da Ministarstvo u međuresornom usuglašavanju podrži pristup prema kojem se individualno ugovorene usluge uopće ne uključuju među kategorije za koje će se pravilnikom propisati obveza isticanja bazne cijene, umjesto da se nakon njihova općeg obuhvaćanja za pojedine profesije i djelatnosti naknadno propisuju izuzeća. Pri tome smo svjesni da Zakon o iznimnim mjerama kontrole cijena već izuzima proizvode i usluge za koje je kontrola cijena uređena posebnim propisom, kao i da Zakon o zaštiti potrošača predviđa poseban položaj cijena usluga uređenih posebnim propisima. Međutim, upravo to dodatno pokazuje da obuhvat svih ostalih usluga nije odgovarajuće polazište. **Cinjenica da cijena određene obrtničke usluge nije uređena posebnim propisom ne znači da je ona standardizirana niti da je prethodna cijena drugog individualno ugovorenog posla korisna referentna informacija za potrošača.**

Posebno molimo da Ministarstvo, imajući u vidu i svoj djelokrug digitalne transformacije, ukaže na razliku između zakonske obveze objave važećeg cjenika i stvaranja sustava za strukturirano i automatizirano prikupljanje tržišnih podataka. Obvezni XML/CSV ili drugi strojno čitljivi formati, automatizirano preuzimanje podataka te čuvanje i javna dostupnost prethodnih cjenika 30 dana ne služe prvenstveno tome da potrošač jednostavno vidi koliko proizvod ili usluga trenutno košta, nego omogućavaju daljnje prikupljanje, obradu i korištenje podataka. Trošak uspostave takvog sustava ne bi se trebao prebacivati na obrtnike i mikro poduzetnike pod obrazloženjem informiranja potrošača, osobito kada Zakon o zaštiti propisuje objavu važećeg cjenika, a ne uspostavu javne arhive prethodnih cjenika i baze strojno čitljivih podataka.

Također, molimo da se pri međuresornom usuglašavanju uzme u obzir i pitanje oglašavanja, komunikacije i prodaje putem društvenih mreža. U praksi poduzetnici Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp i druge kanale koriste na različite načine – od samog predstavljanja proizvoda i usluga, preko objave cijena i upućivanja potrošača na fizičko prodajno mjesto ili zaseban webshop, do komunikacije putem privatnih poruka u kojoj se mogu dogovarati pojedini elementi kupnje ili pružanja usluge. Stoga je za pravilnu i ujednačenu primjenu budućih pravila o baznim cijenama i objavi cjenika potrebno jasno razgraničiti kada korištenje društvene mreže predstavlja samo oglašavanje odnosno informiranje potrošača, a kada prelazi u organizirani sustav prodaje ili pružanja usluga na daljinu. Osobito je potrebno razjasniti pravne posljedice objave cijene na društvenoj mreži kada putem nje nije moguće izvršiti kupnju, slučajeve u kojima objava sadrži poveznicu na webshop ili podatak o fizičkom prodajnom mjestu, kao i trenutak u kojem komunikacija putem privatnih poruka, telefona, elektroničke pošte ili WhatsAppa prerasta u sklapanje ugovora na daljinu. Također smatramo važnim jasno potvrditi da se poslovni profil na društvenoj mreži sam po sebi ne izjednačava s vlastitom mrežnom stranicom te da subjekt koji nema vlastitu mrežnu stranicu ne bi samo zbog korištenja društvene mreže trebao biti obavezan uspostavljati posebne digitalne cjenike ili strojno čitljive formate. Molimo stoga da Ministarstvo, u okviru svojeg djelokruga, pri

međuresornom usuglašavanju ukaže na potrebu jasnog uređenja ovih situacija kako bi obrtnici mogli unaprijed utvrditi koje obveze nastaju ovisno o konkretnom načinu korištenja društvenih mreža.

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,



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