

ETIČKI KODEKS PONAŠANJA I PRINCIPI RADA NACIONALNE ORGANIZACIJE POTROŠAČA SRBIJE

Preambula

Donošenjem Etičkog kodeksa ponašanja članica i same Nacionalne organizacije potrošača Srbije definiše se etički standard ponašanja koji stvara uslove za izdradnju poverenja između organizacija potrošača i potrošača i korisnika usluga u Srbiji;

Nacionalna organizacija potrošača Srbije upoznaje potrošače sa etičkim standardima ponašanja koje oni imaju pravo da očekuju od svojih organizacija potrošača, i to:

Znajući da je poštovanje etičkih standarda organizacija potrošača i potrošača uslov za poverenje građana;

Ubeđeni da izgradnja poverenja predstavlja neophodan uslov za uspešnu zaštitu interesa potrošača;

Uvažavajući činjenicu da se zakonodavstvo sve više i sve učestalije dopunjuje pravilima ponašanja u različitim oblastima društvenog života;

Smatrajući da će donošenje Etičkog kodeksa ponašanja razjasniti ulogu zaštite potrošača i potvrditi odgovornosti organizacija potrošača, kao i značaj ovih odgovornosti;

Naglašavajući da pravila ponašanja koja sadrže etičke imperATIVE moraju da se poštuju;

Ukazujući na to da celokupno društvo mora biti uključeno u stvaranje i razvoj klime poverenja i naglašavajući ulogu potrošača i medija u ovom procesu;

Pridružujući se nastojanjima da se naša zemlja priključi evropskim integracijama i primeni evropske standarde u svim oblastima društvenog života;

Uzimajući u obzir važeće propise u našoj zemlji, a imajući u vidu

dokumente Saveta Evrope i Evropske Unije i drugih relevantnih međunarodnih dokumenata koji uređuju oblast zaštite potrošača.

Misija Nacionalne organizacije potrošača Srbije je da zaštiti opravdane interese i prava potrošača koja proizlaze iz zakona, dobrih poslovnih običaja i pozitivne prakse. Ovaj Etički kodeks objedinjuje rad i aktivnosti organizacija potrošača u Srbiji tako da mogu pružati zaštitu i promovisati osnovna prava potrošača na odgovoran, nezavisan i transparentan način.

Potpisnici ovog Etičkog kodeksa podrazumevaju pod pojmom "potrošač" lice koje kupuje proizvode ili koristi usluge za lične potrebe ili potrebe svoga domaćinstva.

"Potrošač " je i preduzeće, drugo pravno lice i preduzetnik kada kupuje proizvode ili koristi usluge za sopstvene potrebe.

Politika zaštite potrošača promoviše donošenje propisa, uspostavljanje institucija i pružanje informacija sa ciljem poboljšavanja kvaliteta života i podsticanja ljudi da promene način života u tom pravcu. Ovom politikom želi se osigurati da su osnovna ljudska prava priznata kao i promovisala shvatanje o značaju potrošačkih prava i odgovornosti.

Prava potrošača su:

- Pravo na zadovoljavanje osnovnih potreba,
- Pravo na sigurnost ,
- Pravo na informisanost,
- Pravo na izbor,

- Pravo da se čuje glas potrošača,
- Pravo na obeštećenje,
- Pravo na obrazovanje potrošača,
- Pravo na zdravu životnu sredinu.

g) objavljuje svoj Godišnji izveštaj zajedno sa finansijskim izveštajem;

h) ne sme oglašavati/reklamirati proizvode ili usluge (izuzev proizvoda ili usluga proizvedenih od strane same organizacije ili drugih neprofitnih organizacija), a što bi se moglo protumačiti protivno duhu ovog Etičkog kodeksa.

I - Uslovi za potpisivanje ovog Etičkog kodeksa

1. Potpisnik ovog Etičkog kodeksa može biti nevladina i neprofitna organizacija/ udruženje građana – potrošača koja/e je:

a) osnovana u skladu sa Zakonom o zaštiti potrošača ("Službeni list SRJ" br. 37/2002) i relevantnim zakonima i propisima;

b) ima za cilj zaštitu potrošača i njihovih interesa propisanu u svom Statutu i drugim aktima;

c) obavlja aktivnosti i deluje isključivo u korist potrošača, njihovih prava i interesa;

d) ne deluje u ime privatnih interesa predstavnika organizacije i izbegava finansijske ili lične veze sa poslovnim subjektima kada to može dovesti do konflikta interesa;

e) prilikom svog delovanja, ne sme biti podvrgnuta uticaju, prihvaćanjem sredstava, privilegija ili drugih vrsta pomoći od subjekata sa kojima veza može dovesti do konflikta interesa;

f) ne podržava nijednu političku partiju;

2. Potpisnik se obavezuje da će prihvatiti ispitivanja od strane Etičkog komiteta uključujući proveru aktivnosti i računa.

3. Potpisnik može koristiti u svojim aktivnostima činjenicu da je potpisnik ovog Kodeksa pod uslovom da navede registar ostalih potpisnika na Internetu ili da ih navede u svojim relevantnim službenim publikacijama.

4. Sastanak potpisnika se održava u svrhu izbora članova Etičkog komiteta i mogućih izmena i dopuna Kodeksa. Izmene i dopune Kodeksa moraju biti odobrene od strane 2/3 članova potpisnika Etičkog kodeksa.

II - Etički kodeks

1. Cilj Etičkog kodeksa

Cilj Etičkog kodeksa je da sve organizacije potrošača, kao i Nacionalna organizacija potrošača Srbije, svoje aktivnosti i delovanja usmere na podsticanje svih potrošača da aktivno učestvuju u rešavanju potrošačkih problema sa kojima se svakodnevno susreću, da istražuju te probleme i uzroke narušavanja prava potrošača, da daju predloge i sugestije za otklanjanje problema sa kojima se potrošači suočavaju, odnosno uzroke tih problema, da sami preduzimaju

sinhronizovane akcije na otklanjanju potrošačkih problema, kao i da osiguraju argumentovane dokaze o narušavanju prava potrošača vladinim institucijama koje su u mogućnosti ili je u njihovoj nadležnosti da rešavaju probleme potrošača.

2. Standardi ponašanja

Misija organizacija potrošača i izgradnja kapaciteta

1. Organizacije za zaštitu prava i interesa potrošača delovaće isključivo u skladu sa svojom misijom – zaštitom prava i interesa potrošača.;
2. Organizacije za zaštitu prava potrošača angažovaće se pre svega na poboljšanje pravnog okvira zaštite prava i interesa potrošača, izgradnji institucionalnih kapaciteta za zaštitu prava i interesa potrošača, obezbeđujući materijalno-tehnička sredstava za rad organizacija potrošača. Organizacije potrošača i Nacionalna organizacija potrošača Srbije preduzimaće aktivnosti lobiranja kod potrošača, vladinih (državnih) organa, nevladinih organizacija čije misije imaju veze sa stvaranjem preduslova za zaštitu prava i interesa potrošača, donatora i fondacija koje podržavaju projekte zaštite osnovnih ljudskih prava, projekte transparentnog rada državnih organa i nevladinih organizacija, kao i projekte kojima se razvija sloboda tržišta, lojalne konkurencije i nemonopolno ponašanje.

Takođe, organizacije potrošača, odnosno Nacionalna organizacija potrošača Srbije uspostavljaće veze i saradnju sa organizacijama za zaštitu prava potrošača koja nisu potpisnici Kodeksa u Srbiji, i sa organizacijama i mrežama organizacija za zaštitu potrošača u inostranstvu, uspostavljaće veze i saradnju sa NVO čije misije imaju veze sa stvaranjem preduslova za zaštitu prava i interesa potrošača.;

3. U osmišljavanju, realizaciji i evoluciji svojih projekata i programa, organizacije potrošača će uključivati što više potrošača, posebno u cilju podizanja i razvijanja javne svesti potrošača o potrebi njihovog angažovanja kao aktivnih učesnika na tržištu roba i usluga, a projekti edukacije potrošača biće prioriteta, kao i razvoj instrumenata i tehnika edukacije potrošača o pravima potrošača.;

Izrada projekata zaštite prava i interesa potrošača

4. Organizacije potrošača će poštovati znanje, iskustvo i tradiciju lokalnih zajednica i lokalnog stanovništva, dignitet i integritet svakog potrošača, kulturu, veru i druge osobenosti, kao i znanje eksperata iz oblasti zaštite prava potrošača.;
5. Projekti i programi organizacija potrošača će biti planirani, koncipirani, implementirani, praćeni i ocenjivani uz puno poštovanje ravnopravnosti i uz

- aktivnu ulogu i učešće onih kojih se oni neposredno tiču.;
6. Najveći mogući obim raspoloživih sredstava po odobrenim, odnosno fondiranim projektima, organizacije potrošača će usmeriti na korisnike – potrošače.;
 7. Organizacije potrošača će svojim delovanjem poštovati, jačati i promovisati najviše međunarodne standarde u oblasti zaštite prava potrošača i zaštite ljudskih prava uopšte.;
 8. Organizacije potrošača će međusobno, u odnosima sa partnerima i saradnicima na realizaciji projekata, u odnosima sa potrošačima, vladinim institucijama i nevladinim organizacijama primenjivati fer odnose, nepristrasnost i ravnopravnost svih potrošača bez obzira na polnu, nacionalnu, klasnu, religioznu, političku pripadnost ili opredeljenost i doba potrošača.;
 9. Nacionalna organizacija potrošača Srbije će evaluirati projekte i programe bez obzira da li su to lokalni, regionalni ili državni projekti, bez obzira da li je na implementaciji tih projekata bilo angažovana jedna, dve ili više organizacija potrošača.

Moralni integritet organizacija potrošača

10. Organizacije potrošača će paziti da na bilo koji način ne budu uključena i povezana sa projektima, aktivnostima i pojavama koje bi vodile eventualnim obmanama i zloupotrebama potrošača, podržavajući ili atakujući na osećanja i urođene sposobnosti

ili instinkte potrošača, kao što su seksualnost, roditeljstvo, samoodbrana, rodoljublje, statusne simbole pojedinca i pravo na različitost pojedinca.;

11. Organizacije potrošača, odnosno Nacionalna organizacija potrošača Srbije će koristiti sve raspoložive izvore, sposobnosti i ovlašćenja svojih članova na ukazivanje i suzbijanje štetnih pojava, zloupotreba potrošača i manipulisanja potrošačima.;

Transparentnost i odgovornost u radu

12. Organizacije potrošača će u međusobnim odnosima, u odnosima sa potrošačima, sa potencijalnim partnerima, sa donatorima, organima vlasti, biti transparentna i odgovorna, koristeći svaku priliku da redovno i što potpunije informišu javnost o svojim aktivnostima.;
13. Organizacije potrošača su spremne da uvedu praksu periodičnih revizija celokupnog rada, te će na zahtev kompetentnih državnih organa podnositi odgovarajuće finansijske izveštaje.;
14. Organizacije potrošača će se pridržavati zakonskih propisa i drugih pozitivnih pravila.;

Upravljanje

15. Organizacije potrošača su dužne da u svojim statutima i drugim odgovarajućim aktima jasno definišu misiju i osnovne ciljeve svoje organizacije;
16. Organizacije potrošača će definisati i usvojiti pisana

programska dokumenta u skladu sa definisanom misijom organizacija za zaštitu potrošača, usvojenim ciljevima i interesima potrošača, afirmišući u tim programskim dokumentima doslednu primenu principa nacionalne, kulturne i verske ravnopravnosti.;

17. Organizacije potrošača će voditi otvorenu politiku angažovanja i zapošljavanja stručnih osoba, kao i otvorenu politiku izbora rukovodnih i upravljačkih organa.;
18. U organizacijama potrošača, članovi najviših organa upravljanja volonterski će obavljati poverene dužnosti i zadatke.

Zdrava jasno definisana finansijska politika

19. Organizacije potrošača mogu prihvatiti grantove, fondiranje i donacije koji su u skladu sa misijom organizacije za zaštitu potrošača, sa ciljevima organizacija i kapacitetom organizacija, koji neće ugroziti njihov integritet, autonomiju i kredibilitet, a u skladu su sa zakonima Republike Srbije.;
20. Organizacije potrošača će uspostaviti propisani finansijski i računovodstveni sistem, kao i osigurati da se sredstva koriste namenski, te će u tom smislu uspostaviti praksu interne kontrole i revizije;
21. U svim aktivnostima vezanim za apliciranje, raspolaganje, obračun i izveštavanje, organizacije potrošača će poštovati i negovati istinu, poštenje i integritet svakog

člana i svake organizacije potrošača pojedinačno.,

Autonomnost kao uslov za sprovođenje misije zaštite potrošača

22. Nacionalna organizacija potrošača Srbije će sprovoditi samo one aktivnosti i uspostavljati samo one odnose saradnje sa partnerima na način da ne ugroze interese svojih korisnika – potrošača, sprovođenje svoje misije i misije svojih partnera na zaštiti prava potrošača, da ne ugroze svoj integritet, svoju autonomiju i kredibilitet – svoj i svih drugih organizacija za zaštitu prava potrošača.;
23. Organizacije potrošača nesmeju prihvatati bilo kakva nametanja ili uslovljavanja, saradnju sa vladinim ili nevladinim organizacijama čija je misija u suprotnosti sa misijom zaštite prava potrošača ili je na bilo koji način razvodnjava, a čime bi bio narušen njihov kredibilitet, misija, principi i ciljevi, nezavisnost pa i postojanje organizacije potrošača, kao i kredibilitet ostalih organizacija potrošača.;
24. Organizacije potrošača nesmeju prihvatati promociju bilo čijih interesa, osim promocije prava na zaštitu i zaštite potrošača.;

Komunikacija i saradnja

25. Organizacije potrošača će se zalagati za jačanje duha saradnje i partnerstva u interesu svih potrošača, bez obzira na administrativne regionalne

- granice, entitetske i međudržavne granice.;
26. Organizacije potrošača će negovati timski rad, uz razmenu informacija, iskustava i znanja, uvažavajući i ceneći posebna zalaganja i entuzijazam pojedinaca, ali i pojedinačnu, odnosno ličnu odgovornost.;
27. Tokovi informacija i komunikacija među organizacijama potrošača, kao i svi drugi tokovi informacija, će se stalno pratiti, unapređivati i voditi u pravcu standardizacije i formalizacije zbog povećanja efikasnosti i transparentnosti u radu, kao i zbog stvaranje baza podataka o narušavanju i povredama prava potrošača, stvaranje baza podataka o načinu rešavanja povreda prava potrošača, standardima zaštite, o ekspertizama i ekspertima, edukativnom materijalu i slično.;

Promocija jednakosti polova

28. Organizacije potrošača, za razliku od drugih organizacija, posebnu šansu za afirmaciju pružice ženama, mladim i obrazovanim domaćicama, kao i mladima, budućim potrošačima, uopšte.;
29. Uz posebnu mogućnost afirmacije žena u organizacijama potrošača, organizacije potrošača će poštovati jednakost polova.;

Razvijanje ekološke svesti potrošača

30. Organizacije potrošača će svoje projekte i programe izraditi

polazeći od stvarnih potreba potrošača, vodeći pri tome posebnu pažnju o zaštiti okoline i o saradnji i mogućem partnerstvu sa NVO za zaštitu okoline.;

Održivost

31. Projekti i programi zaštite potrošača moraju proizilaziti iz stvarnih potreba potrošača da budu zaštićeni, jer će samo tako imati dužu ili trajnu održivost i samoodrživost, i moći će organizovati i sprovesti projekte koji će se samofinansirati.
32. Organizacije potrošača će se svojim radom i angažovanjem afirmisati kao pouzdani partneri i legitimni predstavnici potrošača Republike Srbije .

Indikatori uspeha

33. Organizacije potrošača će razvijati jasne i merljive indikatore uspeha svojih projekata i programa, međusobno će te indikatore uspeha usaglašavati, čineći svoje aktivnosti transparentnijim u odnosu na korisnike – potrošače, u odnosu na partnere, donatore, vladin sektor i u odnosu na širu javnost.
34. Indikatori i mehanizmi evaluacije i uspešnosti projekata i programa će se usavršavati, verifikovati od strane organa upravljanja organizacija potrošača, odnosno Nacionalna organizacija potrošača Srbije, kao i indikatori i mehanizmi evaluacije i uspešnosti rada organa upravljanja

(Upravnih/Nadzornih odbora, Komisija, ...).;

35. Organizacije potrošača, odnosno Nacionalna organizacija potrošača Srbije, moraju biti spremne da javno objave rezultate izvršenih evaluacija i ocena njihovih aktivnosti, projekata i programa.

3. Etički komitet

Etički kodeks organizacije potrošača prihvataju svojim potpisom.

Primenu, praćenje i poštovanje pravila Etičkog kodeksa vrši Etički komitet, u tom smislu daje smernice potpisnicima Kodeksa, odobrava pristupanje novih potpisnika, vodi registar potpisnika, raspravlja o eventualnom nepoštivanju Kodeksa i sankcijama za nepoštivanje, mogućem isključenju potpisnika, promovišući Etički kodeks i čineći ga javno dostupnim putem Interneta ili neke druge službene publikacije.

Etički komitet ima onoliko članova koliko ima organizacija potrošača – potpisnika Etičkog kodeksa, a svaka od njih predstavlja pojedinačnog potpisnika. Odluke se donose većinom glasova pod uslovom da postoji kvorum od najmanje 70% prisutnih članova. Rasprave Etičkog komiteta su otvorene predstavnicima potpisnika.

Članovi Etičkog komiteta se biraju od strane potpisnika koji predlože svoje kandidate. Period na koji se biraju je jedna godina. Redovan izbor se vrši svake godine, a vanredan u slučaju ostavke ili nemogućnosti obavljanja funkcije člana komiteta. Prvi sastav Etičkog komiteta bira se među organizacijama originalnim potpisnicama Etičkog kodeksa.

Etički komitet izabracće jednog od svojih članova za predsednika sa

zadatkom sazivanja i vođenja sastanaka.

Etički komitet povremeno preispituje tekst Kodeksa, dopunjava ga i usklađuje sa eventualnim promenama.

U slučaju povrede pravila Kodeksa koju ustanovi Etički komitet na osnovu informacije od strane drugog potpisnika ili treće osobe, komitet inicira, bez odlaganja, postupak rasprave o eventualnom narušavanju Kodeksa, mogućim sankcijama za izvršenu povredu Etičkog kodeksa, izriče sankcionu meru i sprovodi je.

Sve organizacije potrošača, potpisnici Etičkog kodeksa, dužne su dostaviti pisanu informaciju o povredi Kodeksa – prijavom, žalbom ili peticijom.

Informacije o povredi Kodeksa ne mogu biti anonimne. Povreda Kodeksa mora biti eksplicitno navedena ili opisana, uz navođenje dokaza o povredi, sa tačno određenim prekršiocem.

Etički komitet je dužan da, shodno standardima ponašanja koji su definisani u ovom Kodeksu uradi listing mogućih povreda ovih standarda, kao i paralelan listing sankcija za eventualne povrede standarda ponašanja.

Etički komitet može da prihvati ili odbaci informaciju o povredi Kodeksa.

Ukoliko odbaci informaciju o povredi Kodeksa, o tome obaveštava podnosioca prijave, kao i sve organizacije potrošača, potpisnike Kodeksa.

Ukoliko prihvati informaciju o povredi Kodeksa, Etički komitet o tome obaveštava okrivljenu organizaciju potrošača, može pozvati na razgovor samo optuženu organizaciju potrošača ili i tužioca i optuženog ili sve

potpisnike Kodeksa na raspravu do donošenja odluke o načinu sankcionisanja.

Organizacija potrošača kojoj je izrečena mera sankcionisanja ima pravo Žalbe Skupštini Nacionalne organizacije potrošača Srbije, pa se postupak ponavlja do odbacivanja ili potvrđivanja ranije odluke.

III - Potpisivanje Etičkog kodeksa

1. Organizacije zainteresovane za potpisivanje Etičkog kodeksa moraju poslati Etičkom komitetu informacije kojima dokazuju ispunjavanje uslova iz poglavlja I, stav 1.

2. Etički komitet će razmotriti primljena dokumenta u roku od tri meseca po njihovom dospeću. Po potrebi, zatražiće se dodatne informacije od aplikanta uključujući i istragu na osnovu poglavlja I. stav 2.

3. Nakon toga, Etički komitet donosi odluku o prihvatanju potpisivanja Etičkog kodeksa ili o odbacivanju prijave, a brine se i o ažurnosti registra potpisnika.

27. 05. 2005. god.
u Kragujevcu,

**PREDSEDNIK NOPS-a,
Milić Marković**