



Razvoj i dostignuća europske potrošačke politike

3. Predavanje

Stručni diplomski studij Menadžment u trgovini

Veleučilište „Lavoslav Ružička” u Vukovaru

Zvonimir Filipović, univ. mag. oec., pred.

Domagoj Kurtović, mag. oec., pred.

Podsjetnik na prethodno predavanje

- Potrošači su slabija strana na tržištu zbog asimetrije informacija i slabije pregovaračke moći
- Postoje teorijska polazišta za regulaciju: asimetrične informacije, paternalizam, bihevioralna ekonomija, ekonomska regulacija
- Država kroz potrošačku politiku ograničava nepoštene prakse i štiti ekonomske interese potrošača
- Različite strategije potrošačke politike (kolaboracija, lobiranje, protekcionizam, samoregulacija)
- Fenomen potrošačkog konzumerizma i rizici pretjerane potrošnje.

Ciljevi predavanja

- Objasniti razvoj i sadržaj temeljnih prava potrošača (UN, EU, RH)
- Objasniti vezu između privatnosti, povjerenja i sigurnosti potrošača.
- Razumjeti ulogu izobrazbe i informiranja potrošača u funkcioniranju tržišta
- Opisati mehanizme alternativnog i online rješavanja potrošačkih sporova (ADR/ODR)
- Prepoznati glavne pravce budućeg razvoja europske potrošačke politike
- Objasniti ulogu potrošačkog pokreta, udruga i kolektivne zaštite potrošača

3.1. Temeljna prava potrošača: povijesni razvoj

1962. – Kennedy ističe 4 prava potrošača: pravo na sigurnost, informiranost, izbor i da ih se čuje

1975. – Europska zajednica usvaja prvi program zaštite potrošača i informiranja

1985. – UN smjernice za zaštitu potrošača: proširenje na 8 temeljnih prava i globalni okvir za politike zaštite potrošača

- Temeljna prava postaju osnova za nacionalne zakone, regulatorna tijela i sudsku praksu

Osam temeljnih prava potrošača

1. **Pravo na sigurnost** – pravo na proizvode i usluge koji ne ugrožavaju život, zdravlje ili imovinu potrošača, uz jasno označene rizike i upozorenja
2. **Pravo na informiranost** – pravo na jasne, istinite, potpune i razumljive informacije o obilježjima, cijeni, uvjetima kupnje i rizicima proizvoda i usluga.
3. **Pravo na izbor** – pravo na pristup raznolikoj, konkurentnoj ponudi, bez nepoštenog ograničavanja tržišta i nametanja uvjeta.
4. **Pravo da ih se čuje (predstavljajanje)** – pravo potrošača da sudjeluju u postupcima donošenja odluka, budu zastupljeni kroz udruge i imaju glas u javnim politikama.

-
5. **Pravo na obeštećenje** – pravo na naknadu štete, popravak, zamjenu ili povrat novca u slučaju neispravnih proizvoda, nepoštenih uvjeta ili loših usluga
 6. **Pravo na izobrazbu** – pravo na dostupne informacije i obrazovne programe koji im omogućuju razumne i odgovorne potrošačke odluke
 7. **Pravo na udruživanje i zastupanje** – pravo osnivanja i djelovanja potrošačkih organizacija radi zaštite kolektivnih interesa
 8. **Pravo na zdrav okoliš** – pravo na život i potrošnju u okolišu koji nije trajno ugrožen proizvodnjom i potrošnjom



Slika: Infografika osam temeljnih prava potrošača

EU i RH: temeljna prava u pravu

- **Povelja EU o temeljnim pravima (čl. 38):** politike EU moraju osigurati visoku razinu zaštite potrošača
- **Načelo supsidijarnosti:** EU djeluje kada države članice ne mogu same učinkovito zaštititi potrošače
- **Načelo razmjernosti:** mjere zaštite potrošača ne smiju nepotrebno ograničavati slobodu tržišta
- **Zakon o zaštiti potrošača (RH):** propisuje ključna prava potrošača (ekonomski interesi, sigurnost, pravna zaštita, informiranje, udruživanje, predstavljanje) i obveze trgovaca.

3.2. Privatnost, povjerenje i sigurnost potrošača

Privatnost, povjerenje i sigurnost potrošača

- Privatnost potrošača odnosi se na kontrolu nad osobnim podacima (identitet, kontakti, financijski podaci, online ponašanje)
- Načelo **obavijest – pristanak**: potrošač mora biti jasno informiran o svrsi, opsegu i načinu obrade podataka prije davanja privole
- Teorija “privacy calculus”: potrošač procjenjuje koristi (popusti, pogodnosti, personalizacija) i rizike (zlouporaba, nadzor) otkrivanja podataka
- Povjerenje u trgovca i regulatorni okvir smanjuje percipirani rizik i potiče sudjelovanje na tržištu

Primjer LevelUp instrukcije: kako izgleda ispravna obrada podataka

- Primjer: organizator edukacije LevelUp prikuplja podatke polaznika
- Podaci: ime i prezime, e-mail, broj telefona, OIB za račun, podatak o poduzeću
- Jasno je navedeno:
 - u koju svrhu se podaci koriste (prijava, komunikacija, izdavanje računa, potvrde o sudjelovanju)
 - koliko dugo se čuvaju
 - tko ima pristup
 - mogućnost odjave od promotivnih poruka
- Obrada podataka u skladu s GDPR-om gradi povjerenje u brend i povećava spremnost potrošača na suradnju

Sigurnost podataka i oznake povjerenja

- GDPR: jedinstven europski okvir zaštite osobnih podataka
- Trgovci moraju osigurati zakonitu, poštenu i transparentnu obradu podataka
- E-pečati i oznake povjerenja (npr. certificirani GDPR compliance, sigurnosni certifikati) signaliziraju potrošačima višu razinu zaštite
- Veća zaštita i transparentnost povećavaju povjerenje i korištenje digitalnih usluga



Slika: Primjer javnog, privatnog i samoregulatornog e-pečata sigurnosti

3.3. Izobrazba i informiranje potrošača

Izobrazba i informiranje potrošača

- Potrošačka pismenost = sposobnost razumijevanja informacija, uvjeta, oznaka i rizika vezanih uz proizvode i usluge
- Bez znanja o pravima, ugovorima, oznakama sigurnosti i finansijskim pojmovima – potrošačka prava ostaju neiskorištena
- Izobrazbu i informiranje provode:
 - država i regulatorne agencije
 - potrošačke udruge
 - poduzeća (transparentne informacije, upute, savjeti)
 - obrazovni sustav i mediji

Kanali izobrazbe potrošača

- Formalno obrazovanje: sadržaji o potrošačkim pravima u školama i na fakultetima
- Cjeloživotno učenje: radionice, seminari, online tečajevi
- Ciljane edukacije ranjivih skupina: starije osobe, mladi, osobe niže financijske i digitalne pismenosti
- Neformalno učenje: medijske emisije, portali, iskustva, kampanje
- Uloga poduzeća: jasne deklaracije, upute, odgovorna komunikacija, edukativne kampanje

3.4. Mehanizam rješavanja potrošačkih sporova izvan suda

Zašto izvansudsko rješavanje sporova (ADR/ODR)

- Temeljna prava: pravo na pritužbu i pravo na naknadu štete
- Problem: sudski postupci su spori, skupi i neracionalni za male vrijednosti
- Rješenje: alternativno rješavanje sporova (ADR) i online rješavanje sporova (ODR) kao jednostavniji, brži i jeftiniji mehanizmi
- Cilj: olakšati ostvarivanje prava potrošača i rasteretiti sudove

Kako funkcionira ODR platforma

- Potrošač podnosi pritužbu online putem ODR platforme EU
- Pritužba se proslijeđuje nadležnom tijelu za alternativno rješavanje sporova
- Postupak se vodi elektroničkim putem, vremenski ograničen (cilj: rješenje unutar oko 90 dana)
- U fokusu su prekogranični i online sporovi manjeg iznosa



Grafikon: Sektori s najviše upućenih pritužbi

Metafora nogometnog suđenja: sud, VAR i ADR

- Sudski postupak = “glavni sudac”: formalan, spor, rezerviran za ozbiljne i složene sporove
- ADR/ODR = “VAR i četvrti sudac”: dodatni mehanizmi za brzo ispravljanje grešaka i sporova manjeg intenziteta
- Cilj: očuvati pravednost utakmice (tržišta) bez nepotrebnog odugovlačenja i troškova

3.5. Budućnost europske potrošačke politike

- prilagodba pravilima digitalnog tržišta (online platforme, personalizirane cijene, dark patterns)
- regulacija influencerskog marketinga i prikrivenih oglasa
- zaštita potrošača u videoigrama (loot box, pay-to-win modeli)
- korištenje i ograničavanje umjetne inteligencije u komercijalne svrhe
- poticanje održive potrošnje i kružne ekonomije (duži vijek trajanja proizvoda, popravci, rezervni dijelovi)

Samoregulacija i granice zaštite

- Samoregulacija: industrijski kodeksi (npr. kodeks oglašavanja) kao nadopuna zakonskim pravilima
- Prednosti: brža prilagodba, stručnost unutar sektora, smanjenje potrebe za teškom regulacijom
- Rizici: nedovoljna sankcija bez vanjskog nadzora, “kozmetička” pravila bez stvarnog učinka
- Izazov: pronaći ravnotežu između legitimnog marketinga i manipulacije, između zaštite potrošača i prekomjernog paternalizma

3.6. Potrošački pokret i udruživanje potrošača

-
- Potrošački pokret = skup udruga i organizacija koje zastupaju interese potrošača
 - Funkcije:
 - informiranje i savjetovanje potrošača
 - sudjelovanje u pripremi zakona i politika
 - provođenje testiranja proizvoda i objava rezultata
 - pomoć u podnošenju pritužbi i sporova
 - pokretanje kolektivnih tužbi

-
- Na EU razini: BEUC, ANEC i druge organizacije
 - U RH: registrirane udruge za zaštitu potrošača s ovlaštenjima prema ZZP-u

Kolektivna zaštita: primjer “Franak”

- Kolektivna tužba: instrument zaštite velikog broja potrošača pogođenih istom povredom
- Slučaj “Franak”: udruga je pokrenula kolektivni postupak protiv banaka zbog valutne klauzule u CHF
- Rezultat: sud je utvrdio povredu, a pojedini potrošači su se mogli pozvati na kolektivnu presudu i tražiti povrat preplaćenih iznosa
- Poruka: udruge mogu ispraviti neravnotežu moći između pojedinca i velikih poduzeća

Nogometno suđenje i “kolektivna obrana” potrošača

- Kao što klubovi djeluju kroz savez, tako potrošači djeluju kroz udruge
- Pojedinac sam teško pregovara s “ligom” (banke, telekomi, veliki trgovci)
- Udruge i savezi stvaraju ravnotežu snaga, predstavljaju kolektivne interese i traže sustavne promjene

Pitanja za raspravu, provjeru i sažetak

Pitanja za raspravu

- Koje osobne podatke ste spremni dijeliti s trgovcima i pod kojim uvjetima?
- Biste li radije koristili ODR platformu ili jednostavno odustali od pritužbe kod manjeg iznosa?
- Smatrate li da su influencerski oglasi i “dark patterns” prihvatljiv dio marketinga ili oblik manipulacije?
- Gdje po vama završava opravdana zaštita potrošača, a počinje prezaštićivanje?

Pitanja za provjeru znanja

1. Što pruža pravo na informiranje, a što pravo na predstavljanje potrošača?
2. Navedite najmanje pet temeljnih prava potrošača i objasnite jedno na primjeru.
3. Objasnite načelo obavijest–pristanak u kontekstu zaštite osobnih podataka.
4. Koje su ključne prednosti ADR/ODR mehanizama u odnosu na sudski postupak?
5. U kojem se smjeru razvija buduća europska potrošačka regulacija u digitalnom okruženju?
6. Koja je uloga samoregulacije i navedite primjer samoregulatornog kodeksa.
7. Koja je uloga potrošačkog pokreta i na koji način udruge doprinose zaštiti potrošača?
8. Tko i kako može zaštititi potrošače koji su pretrpjeli istu štetu od istog trgovca?

Najvažnije poruke predavanja

- Europska potrošačka politika rezultat je dugotrajnog, sustavnog razvoja i danas pruža visoku razinu zaštite potrošača.
- Temeljna prava potrošača pretvaraju se u konkretne mehanizme: sigurnost proizvoda, informiranost, pritužbe, obeštećenja, obrazovanje, udruživanje.
- Povjerenje, privatnost i sigurnost podataka ključni su preduvjeti funkcioniranja modernog, posebno digitalnog tržišta.
- Izobrazba i dostupni mehanizmi rješavanja sporova čine razliku između “prava na papiru” i stvarne zaštite.
- Potrošačke udruge i kolektivne tužbe ispravljaju neravnotežu između pojedinca i velikih poduzeća.
- Budućnost politike usmjerena je na digitalne izazove, održivu potrošnju i odgovornost svih aktera tržišta

"Snažan potrošač nije onaj koji samo ima prava, nego onaj koji ih razumije, vjeruje da vrijede i zna kako ih koristiti."