



8. Pokazatelji funkcioniranja i djelotvornosti zaštite potrošača

8. Predavanje

Stručni diplomski studij Menadžment u trgovini

Veleučilište „Lavoslav Ružička” u Vukovaru

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

Domagoj Kurtović, mag. oec., pred.

Ponavljanje prethodnog gradiva

- Svojstva i kvaliteta usluga (neopipljivost, heterogenost, očekivanja)
- Paketi usluga i utjecaj na usporedivost cijena
- Financijske usluge: rizici informacija, ZPK prava (14 dana odustanka, prijevremena otplata)
- Telekom: ugovori, brzine, roaming, obavješćavanje o potrošnji
- Komunalne usluge: prigovor → povjerenstvo (15/30 dana), uloga HERA/HAKOM
- Javni prijevoz: prava putnika (zrak/željeznica/autobus/voda)

Ciljevi današnjeg predavanja

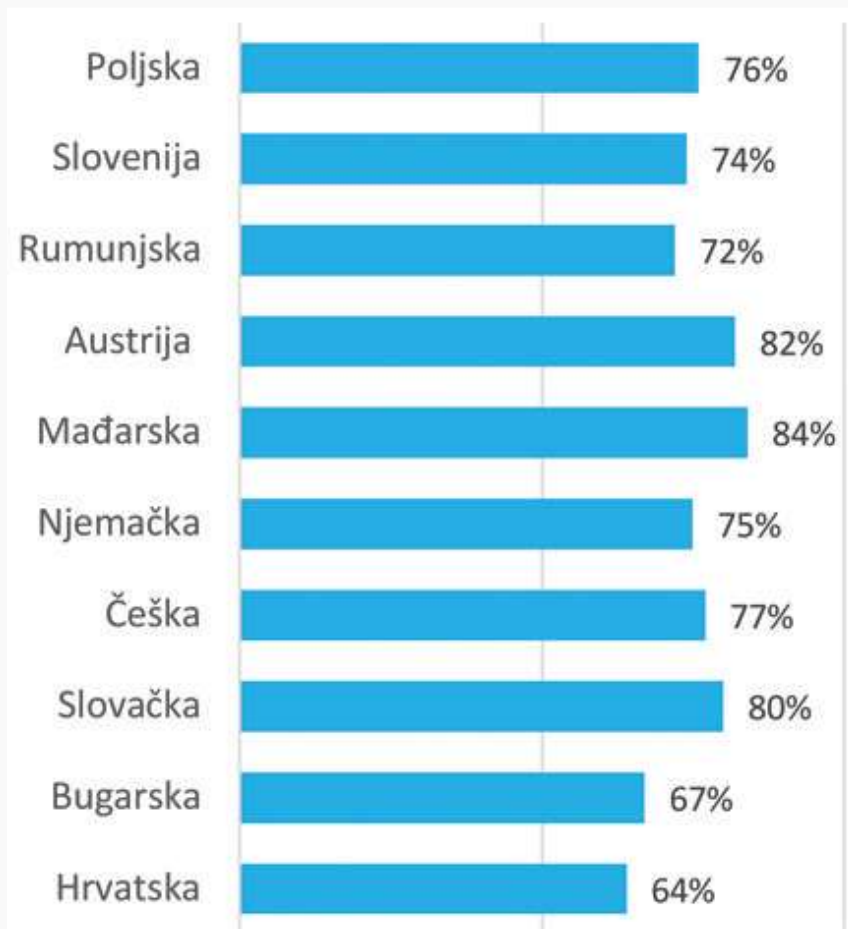
- 1. Razumjeti kako se mjere performanse potrošačke politike (stavovi, ponašanja, iskustva)**
- 2. Prepoznati ključne instrumente nadzora sigurnosti proizvoda (RAPEX, RASFF, ICSMS)**
- 3. Uočiti jaz HR vs. EU i što to znači za potrošača**
- 4. Primijeniti metodu rizik → alat → akcija potrošača**

8.1. Performanse tržišta i politike zaštite potrošača

8.1. Performanse tržišta i politike zaštite potrošača

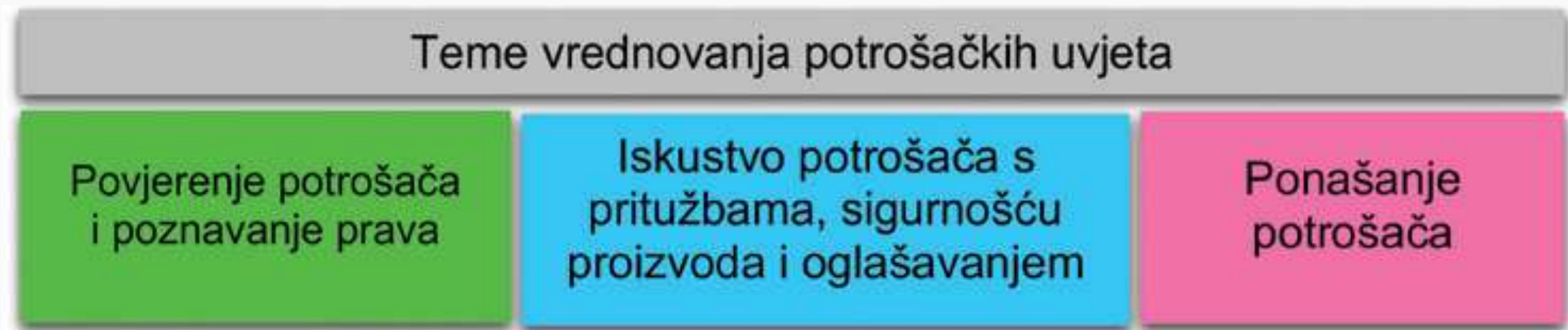
- Predodžbe i ponašanje potrošača otkrivaju djelotvornost politike
- Mjerimo: osjećaj zaštite, znanje prava, iskustvo s problemima, ponašanja
- Stavovi su važni, ali ponašanje je mjerodavno

Grafikon 1. Udio potrošača koji se osjećaju zaštićeno jer su uvjereni da trgovci i operateri poštuju potrošačka prava



Metodologija istraživanja

- Eurobarometar: svijest i iskustva građana EU
- Consumer Conditions Survey: uvjeti na jedinstvenom tržištu
- Consumer Markets Monitoring Survey: ocjena tržišta po sektorima



Slika 1. Metodologija vrednovanja uvjeta u Istraživanju potrošačkih uvjeta

Poznavanje potrošačkih prava (consumer knowledge)

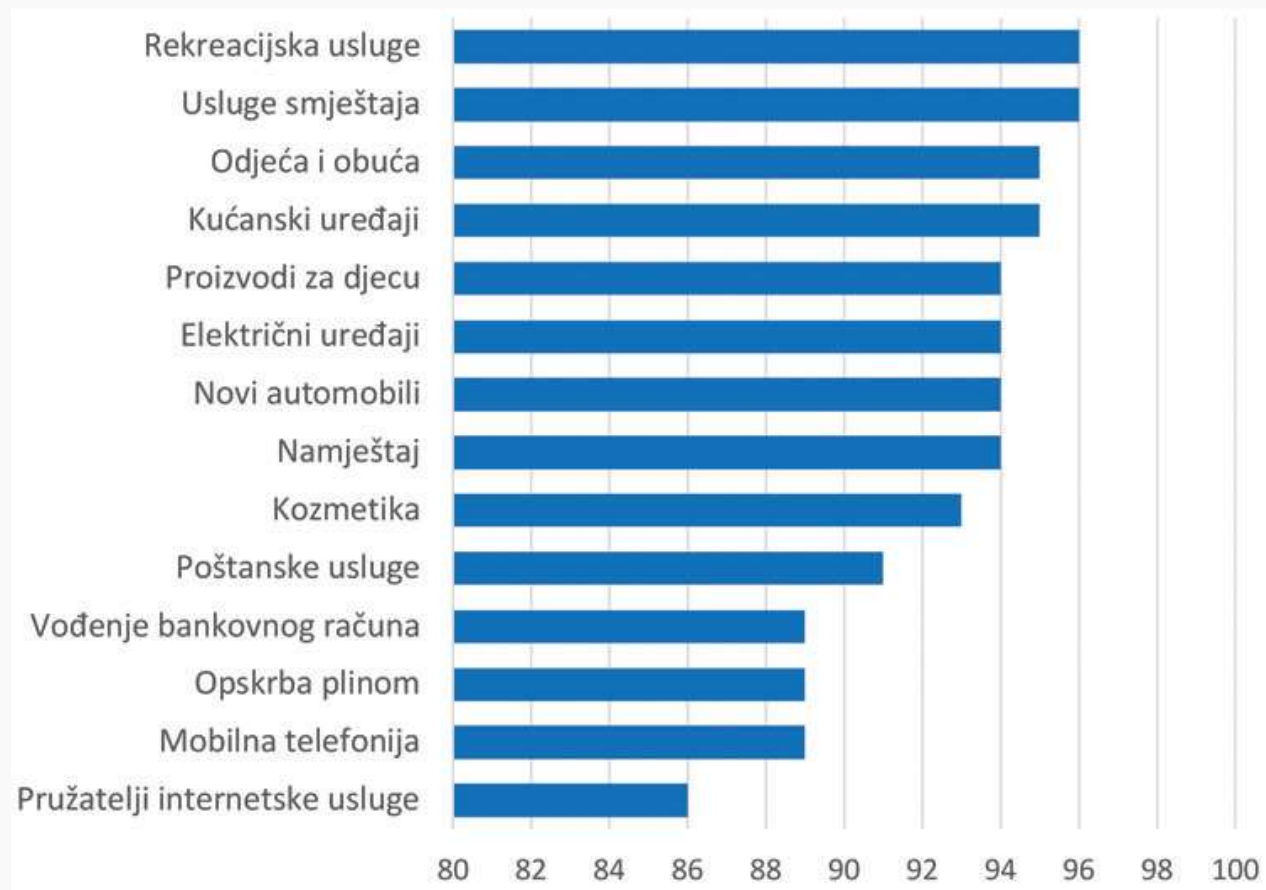
- Znanje = “potrošački kapital” koji smanjuje buduće troškove
- Kompleksnija regulacija traži jasno objašnjenje i edukaciju
- Bez znanja prava teško je ostvariti zaštitu

Iskustvo potrošača

- Problemi: kašnjenja, kvarovi, neusklađene cijene, skriveni troškovi
- Pritužbe i zadovoljstvo rješenjem kao ključni pokazatelji
- Opozivi i štetni događaji kao stres-test sustava

Ponašanje potrošača

- Ekološke navike: povrat ambalaže, čitanje oznaka
- Prekogranična kupnja: indikator povjerenja u jedinstveno tržište
- Članstvo i angažman: udruge potrošača kao oslonac



Grafikon 2. Iskustvo europskih potrošača s kupovinom proizvoda ili usluga*

*na ljestvici od 0-100, veći indeks znači bolje doživljeno iskustvo.

Osjećaj zaštićenosti: HR vs EU

- U HR se manji udio potrošača osjeća zaštićeno
- Posljedica: slabija online i prekogranična aktivnost
- Odustajanje od pritužbi nije dobar znak; često znači “isplati se ne reagirati”

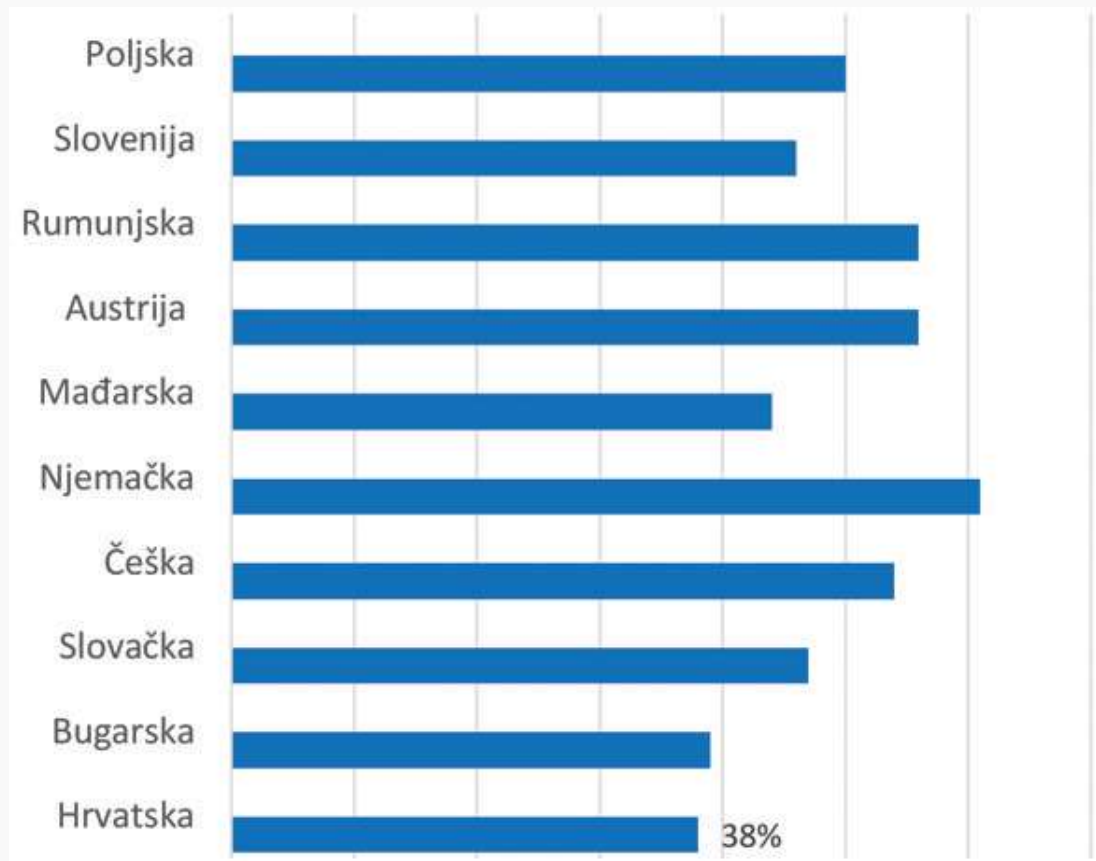
Tamni obrasci i UX

- Primjeri: pre-ticked boxes, lažna hitnost, otežan odustanak
- Ishodi: viši trošak, izgubljeno vrijeme, narušena privatnost
- Praksa: tražite jasne opcije i potvrde

8.2. Stavovi maloprodavača o potrošačkoj politici

Znanje i usklađenost

- Oko polovice trgovaca kaže da poznaje prava; HR je ispod najboljih
- Trošak usklađenosti je čest prigovor, ali manje od troška sporova
- Percepcija: većina smatra konkurenciju usklađenom, uz odstupanja

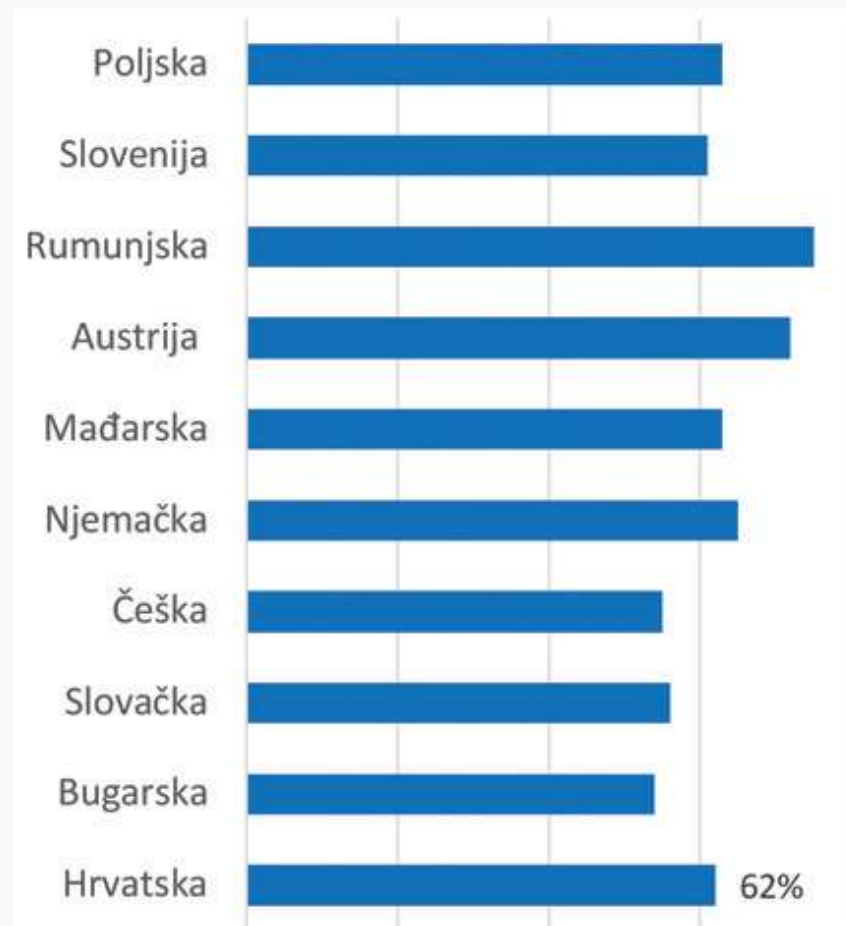


Grafikon 3. Proporcija maloprodavača koji poznaju potrošačka prava

Nepoštene prakse i nadzor

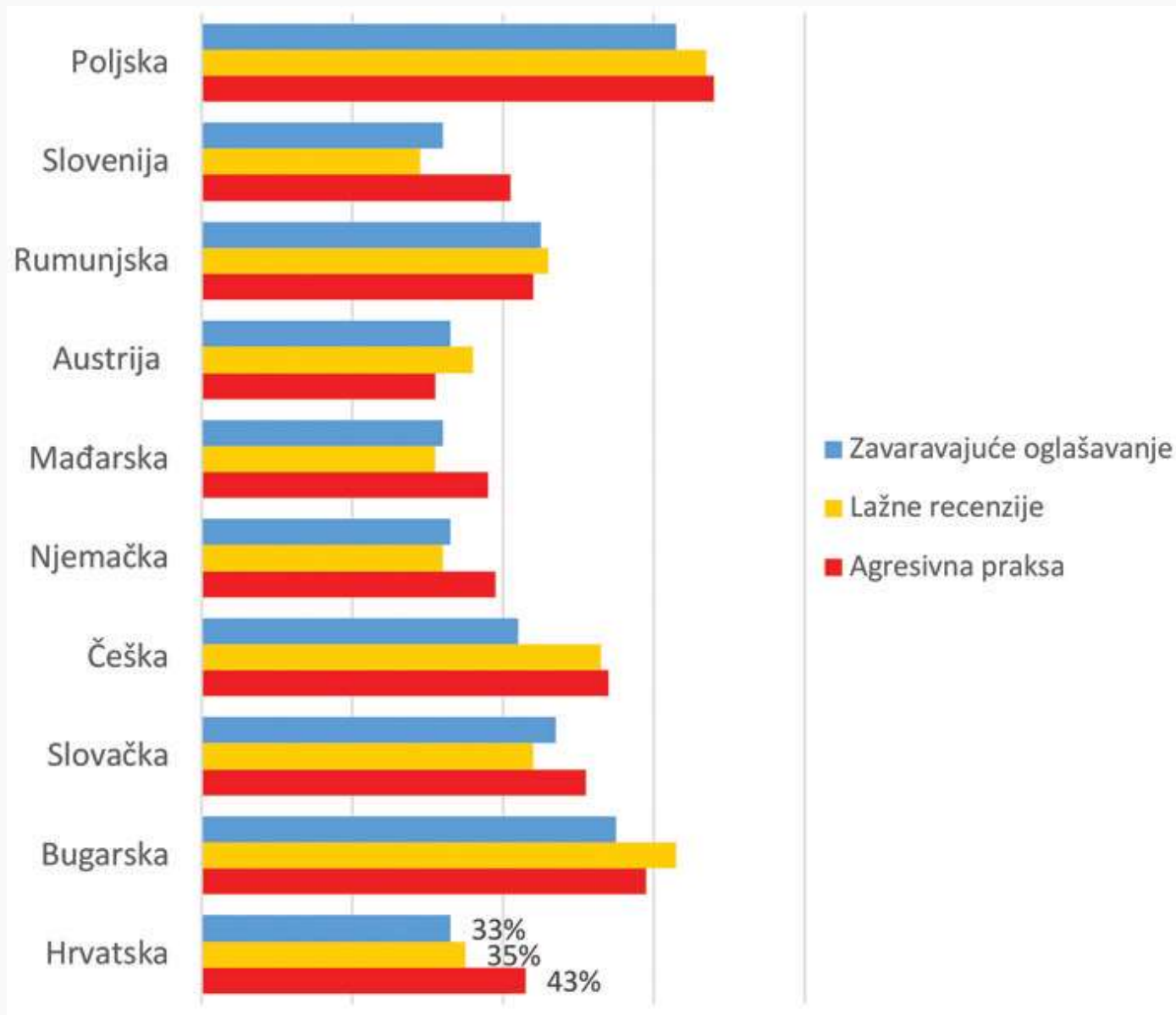
- Česte prakse: lažne recenzije, umjetna hitnost, agresivni push
- Nadzor/provedba u HR percipirano slabiji od najboljih primjera
- Posljedica: “isplati se riskirati” → potrošač trpi

Grafikon 4. Predodžba
maloprodavača o
usklađenosti poslovne
prakse



Sigurnost proizvoda: ciljevi

- Veća sigurnost potrošača
- Manji teret za poslovne subjekte kroz koordinaciju
- Bolja suradnja tijela nadzora

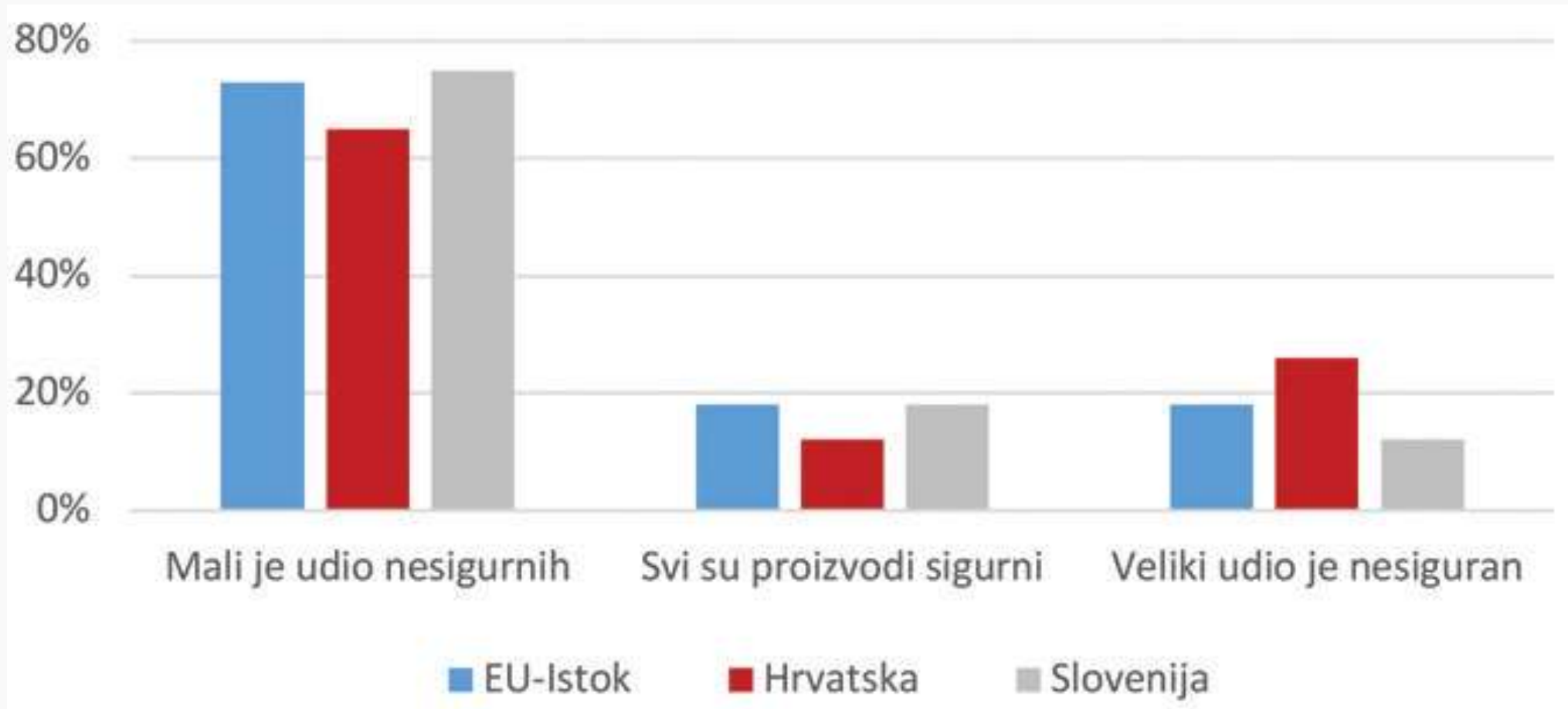


Grafikon 5.
Zastupljenost tri
najučestalije
nepoštene poslovne
prakse

8.3. Nadzor sigurnosti proizvoda na unutarnjem tržištu

RAPEX (neprehrambeni proizvodi)

- Tjedne objave nesigurnih proizvoda
- Sadržaj: opis, rizik, mjeru, zemlju izvora obavijesti
- Obveza trgovaca: uklanjanje i obavijest



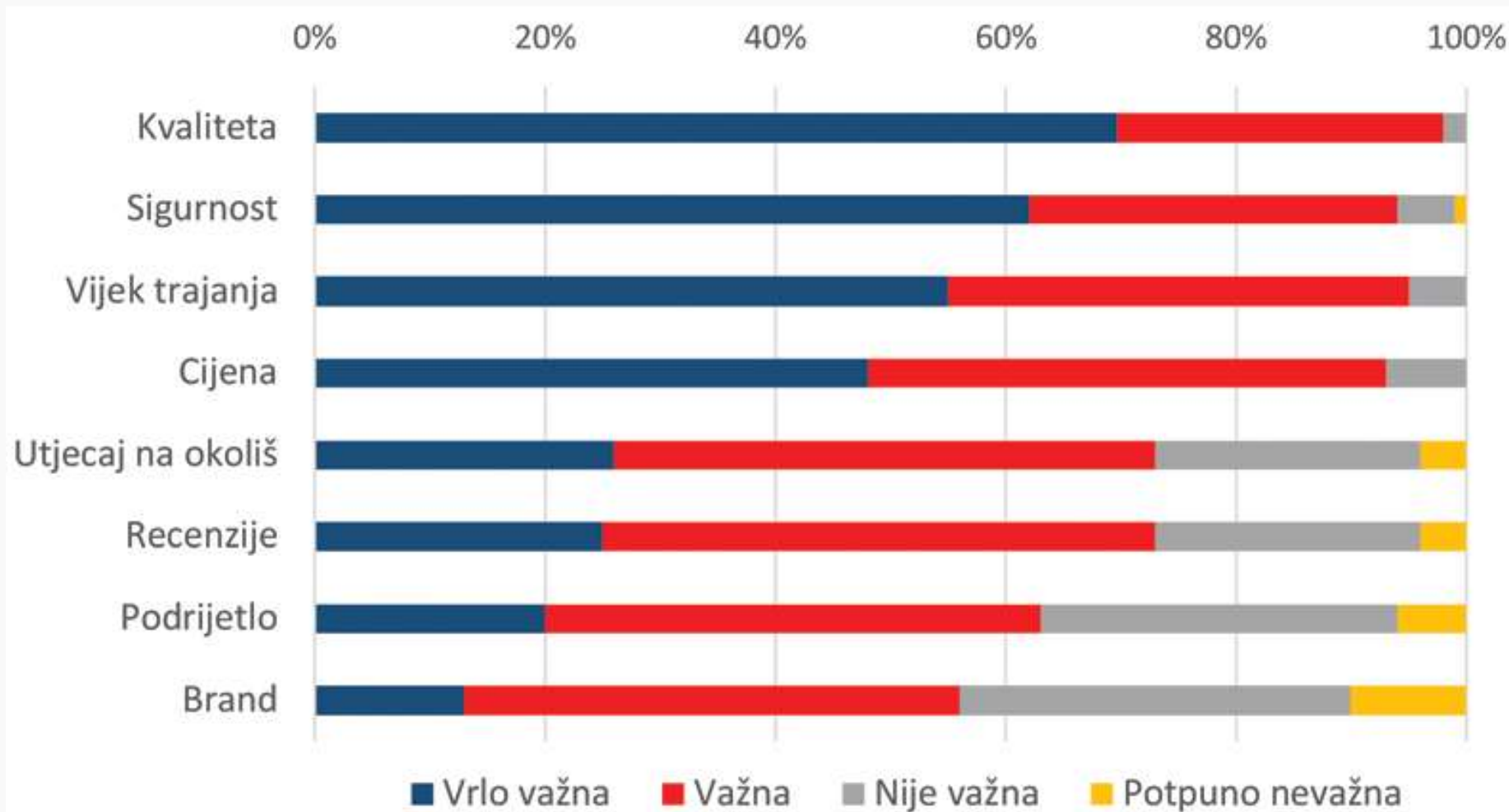
Grafikon 6. Statistika stavova potrošača o sigurnosti neprehrambene robe

RASFF (hrana i hrana za životinje)

- Rapid Alert System for Food and Feed
- Objave o mikrobiološkim i kemijskim rizicima
- Maloprodavači dužni obavijestiti i povući serije

ICSMS i komunikacija opoziva

- ICSMS: razmjena informacija o testovima među nadzorima
- Smanjuje dupliciranje i ubrzava postupanje
- Komunikacija: jasne obavijesti, upute za potrošače



Grafikon 7. Važnost različitih svojstava proizvoda kod odluke o kupovini.

Krivotvorine i oznake ambalaže

- Krivotvorine: rizik kvalitete, sigurnosti, prava IP
- Oznake plastike: 1 PET, 5 PP; često “BPA free”
- Oznake pomažu, ali nisu zamjena za sukladnost



Slika 5. Primjeri krivotvorenja poznatih marki

8.4. Djelotvornost potrošačke politike u Hrvatskoj

Hrvatska: toplinska mapa problema

- Nisko znanje prava
- Nisko povjerenje u institucije
- Odustajanje od pritužbi (trajanje, mala vrijednost spora)
- Slabija online i prekogranična kupnja

Kako smanjiti odustajanje (playbook)

- Predlošci pritužbi i jasni kanali
- Rokovi odgovora vidljivo istaknuti
- Jednostavan statusni tracking
- Mikro-kompenzacije za male sporove

Mini-case: web-shop hrane (rok isteka)

- Dokazi: račun, foto proizvoda i LOT/serija
- Korak 1: kontakt putem obrasca/mail, traženo rješenje
- Korak 2: ako nema odgovora → inspekcija/udruga
- Provjera RASFF i obavijesti trgovca

Mini-guide: što primijeniti sutra (potrošač)

- Prije kupnje: uvjeti povrata, rokovi, kontakti
- Tijekom: oprez na pre-ticked i “hitno završava” poruke
- Nakon: obrazac prigovora, rokovi, evidencija
- Sigurnost: provjera RAPEX/RASFF po potrebi

Pitanja za raspravu, provjeru i sažetak

Pitanja za raspravu

- Zašto Hrvatska bilježi slabo funkcioniranje i djelotvornost?
- Objasnite skrivene veze varijabli i potrošačkih uvjeta.
- Kako unaprijediti djelotvornost nacionalne politike?

Sažetak najvažnijeg iz predavanja

- Mjerenje = stvarni učinak u ponašanju potrošača
- HR: znanje, povjerenje, pritužbe, online — ključne točke za napredak
- Alati: RAPEX, RASFF, ICSMS kao oslonci prakse
- “Rizik → alat → akcija” kao navika

Pitanja za provjeru znanja

1. Kako se mjere performanse europske potrošačke politike?
2. Koliko maloprodavača poznaje potrošačka prava i posluju li oni u skladu s propisima zaštite potrošača?
3. Objasnite sigurnost potrošača.
4. Objasnite jedan instrument nadzora sigurnosti tržišta.
5. Što su krivotvoreni proizvodi?
6. Koje su teme vrednovanja potrošačke politike i opišite jednu?
7. Kakva je prosudba djelotvornosti nacionalne potrošačke politike i navedite primjer barem jednog pokazatelja?

“Prava potrošača nisu teorija, nego praksa koja počinje jednim klikom i jednim prigovorom.”