ZAŠTITA I PRAVA POTROŠAČA

Čuljak, Dora

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:885810

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek







Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Diplomski studij Trgovina i logistika

DORA ČULJAK

ZAŠTITA I PRAVA POTROŠAČA

Diplomski rad

Osijek, rujan 2021

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Diplomski studij Trgovina i logistika

Dora Čuljak

ZAŠTITA I PRAVA POTROŠAČA

Diplomski rad

Kolegij: Ekonomika trgovine

JMBAG: 0010211315

e-mail: doraculjak95@gmail.com

Mentor: izv.prof.dr.sc. Dražen Ćućić

Osijek, rujan 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Graduate Study Trade and logistics

Dora Čuljak

CONSUMERS PROTECTION AND RIGHTS

Graduate paper

Osijek, September 2021.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*.
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Dora Čuljak

JMBAG: 0010211315

OIB: 44703957028

e-mail za kontakt: doraculjak95@gmail.com

Naziv studija: Diplomski studij Trgovina i logistika

Naslov rada: Zaštita i prava potrošača

Mentor/mentorica diplomskog rada: izv.prof.dr.sc Dražen Ćućić

U Osijeku, 07.09.2021. godine

Potpis Dora Čuljak

Sažetak

Potrošač je pojedinac koji koristi kupljenje proizvode i usluge isključivo za osobne svrhe. Trgovci nude proizvode i usluge i trude se prodati ih ne razmišljajući uvijek hoće li povrijediti prava potrošača. Zaštita potrošača je praksa zaštite kupaca roba i usluga koji se zbog manjka opreznosti i poznavanja svojih prava susreću sa nepoštenim poslovnim praksama na tržištu. Da se potrošačka prava ne bi kršila i da bi potrošači bili sigurni na tržištu njihova prava se utvrđuju zakonima. U Republici Hrvatskoj potrošačka prava se utvrđuju Zakonom o zaštiti i pravima potrošača, a zakon je usklađen s direktivom Europske Unije. Za zaštitu potrošača osim nadležnih tijela zadužene su i udruge. Udruge predstavljaju nevladino, neprofitno tijelo koje se temelji na članstvu a promiče interese krajnjih potrošača i lobira za zakone koji štite potrošače na tržištu. Udruge za zaštitu potrošača osnivaju potrošači radi zaštite svojih interesa i prava, rade neovisno o interesima trgovaca i ne smiju od njih dobivati sredstva, informiraju potrošače i pružaju im zaštitu. Tema diplomskog rada Zaštita i prava potrošača je izabrana zato što je svaki čovjek u svim trenutcima u životu ujedno i potrošač, i trebao bi biti dovoljno informiran o svojim mogućnostima, odnosno pravima koja se krše svakodnevno zbog nedovoljnog obrazovanja potrošača. Cilj teme je informirati, savjetovati i educirati potrošače o njihovim pravima kako se ona ne bi kršila i kako bi se što veći broj potrošača potaknuo na promišljanje i donošenje ispravnih odluka koje će u budućnosti voditi prema ostvarivanju cilja o zaštiti općeg dobra. Svrha rada je približiti potrošačima ili krajnjim korisnicima na što oni imaju pravo, te kako i na koji način mogu ostvariti svoja prava.

Ključne riječi: potrošač, zaštita potrošača, udruge potrošača, tržište,

Abstract

A consumer is an individual who uses the purchase of products and services exclusively for personal purposes. Retailers offer products and services and try to sell them without thinking whether they will violate consumer rights. Consumer protection is the practice of protecting buyers of goods and services who, due to a lack of caution and knowledge of their rights, encounter unfair business practices on the market. In order for consumer rights not to be violated and for consumers to be safe on the market, their rights are determined by law. In the Republic of Croatia, consumer rights are determined by the Consumer rights law who is harmonized with European Union directive. Apart from the competent authorities, associations are also in charge of consumer protection. Consumer associations are non-governmental and non-profit legal entities based on membership, and promotes the interests of consumers and lobbies for laws that protect consumers in the market. Consumer protection associations are set up by consumers to protect their interests and rights, they are working independently on the interests of traders and are not allowed to receive funds from them, they are informing consumers and provide them with protection. Consumer protection and rights were chosen as the topic of this paper because every person is a consumer at all times in life, and should be informed about their possibilities, that means the rights that are violated on a daily basis due to insufficient consumer education. The aim of the topic is to inform, advise and educate consumers about their rights to not be violated and to encourage as many consumers as possible to think and make the right decisions that will lead in the future to achieving the goal of protecting the common good. The purpose of this paper is to bring consumers closer to what they are entitled to, and how and in what way they can achive their rights.

Keywords: consumer, consumer protection, consumer associations, market

Sadržaj

1. 1

2. 2

3. 3

3.1. 5

3.1.1. 5

3.1.2. Uspješne prakse poboljšanja zaštite potrošača u Europskoj Uniji 6

3.2. 7

3.3. 8

3.3.1. 9

3.3.2. 10

3.4. 11

4. 13

4.1. 14

4.1.1. 15

4.1.2. 16

4.1.3. 16

4.1.4. 17

4.2. 18

4.2.1. 19

4.2.2. 19

4.3. 21

5. 23

5.1. 23

6. 31

Literatura 33

Popis slika 35

Prilog 1: Anketni upitnik 36

1. Uvod

„Suvremeno društvo sve više postaje potrošačko, a proces globalizacije nezaustavljivo napreduje. Agresivne marketinške aktivnosti na svim razinama od svih nas zahtijevaju sve više znanja, vještina i razvijenu kritičku svijest da bismo im se mogli uspješno oduprijeti. “(N.J. Lončarić, 2009:7). Potrošači trebaju biti informirani i educirani kako ne bi odustajali od kupovine, ili kupovali manje, već bi trebali biti osposobljeni da čine dobre izbore u skladu sa vlastitim potrebama i da prihvate posljedice tih izbora.

Potrošač je krajnji korisnik dobara, ideja ili usluga, odnosno potrošač ili konzument je osoba koja namjerava koristiti kupljenu robu, proizvode ili usluge isključivo za osobne, obiteljske, kućanske ili druge potrebe, koje nisu izravno povezane s poduzetničkim ili poslovnim aktivnostima. Zaštita potrošača je praksa zaštite kupaca roba i usluga, koji se zbog manjka opreznosti i poznavanja svojih prava susreću sa nepoštenim poslovnim praksama na tržištu. Mjere zaštita potrošača često su utvrđene zakonima. Takvi zakoni za cilj imaju spriječiti poduzeća da se upuštaju u prijevare ili određene nepoštene prakse kako bi stekli prednost nad konkurentima ili zavarali potrošače, te na nepošten način zaradili profit. Zaštita potrošača povezana je s idejom prava potrošača i s formiranjem potrošačkih organizacija, koje pomažu potrošačima u donošenju boljih izbora na tržištu i provođenju žalbi protiv poduzeća.

Tema diplomskog rada Zaštita i prava potrošača je izabrana zato što je svaki čovjek u svim trenutcima u životu ujedno i potrošač, i trebao bi biti dovoljno informiran o svojim mogućnostima, odnosno pravima koja se krše svakodnevno zbog nedovoljnog obrazovanja potrošača. Cilj teme je informirati, savjetovati i educirati potrošače o njihovim pravima kako se ona ne bi kršila i kako bi se što veći broj potrošača potaknuo na promišljanje i donošenje ispravnih odluka koje će u budućnosti voditi prema ostvarivanju cilja o zaštiti općeg dobra. U radu će biti obrađen zakon o zaštiti potrošača, udruge koje se bave zaštitom potrošača, te primjeri uspješnih projekata vezanih uz te udruge. Za potrebe pisanja ovog rada provedeno je istraživanje o poznavanju potrošačkih prava. Anketa koja se sastoji od 10 pitanja biti će priložena i obrazložena u jednom od poglavlja u nastavku.

2. Metodologija rada

Tema ovog diplomskog rada je zaštita i prava potrošača. Svatko od nas je ujedno i potrošač u svim aspektima života, odnosno krajnji korisnik dobara i usluga. U 21. stoljeću potrošači postaju središte ekonomije, i bitan čimbenik razvoja iste. Razlog zbog kojeg je potrošač u središtu događanja je taj što oni imaju veliki utjecaj na društvo i tržište rada. No, osvrnemo li se oko sebe većina potrošača ne zna koja su njihova prava i kako se mogu educirati i informirati da ne bi bili oštećeni kroz nepoštene poslovne prakse.

Svrha teme „Zaštita i prava potrošača“ je približiti potrošačima ili krajnjim korisnicima na što oni imaju pravo, te kako i na koji način mogu ostvariti svoja prava, počevši od „Zakona o zaštiti potrošača“. Cilj teme je upoznati korisnike odnosno potrošače sa zakonima, kao i udrugama koje su registrirane u Republici Hrvatskoj radi zaštite fizičkih osoba korisnika proizvoda i usluga te pružanja pomoći u ostvarivanju njihovih prava koja im pripadaju. Također cilj teme je informirati, savjetovati i educirati potrošače o njihovim pravima kako se ona ne bi kršila i kako bi se što veći broj potrošača potaknuo na promišljanje i donošenje ispravnih odluka koje će u budućnosti voditi prema ostvarivanju cilja o zaštiti općeg dobra.

Kao metode istraživanja koristit će se metoda deskripcije (opis pojava koje se istražuju, npr. Opis pojmova, zakona, prava potrošača), metoda anketiranja (postupak kojim se na temelju anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja.) Kroz metodu anketiranja prikazat će se rezultati dobiveni anketiranjem studenata o poznavanju zaštite i prava potrošača. Metoda komparacije i analize (prilikom analize rezultata provedenog istraživanja).

Diplomski rad sastoji se od 3 cjeline. Prva cjelina se sastoji od zaštite i prava potrošača. Objasnit će se zaštita prava u Europskoj Uniji, Zakon o zaštiti potrošača u Hrvatskoj, prigovori kupaca te javne usluge. U drugoj cjelini će se objasniti udruge koje djeluju u Europskoj Uniji i u Hrvatskoj. Treća cjelina prikazuje rezultate anketnog istraživanja poznavanja zaštite potrošača kod studenata.

3. Zaštita i prava potrošača

„Potrošači po definiciji uključuju sve nas. Oni su najveća ekonomska skupina u gospodarstvu, koja utječe i na koje utječe gotovo svaka javna i privatna ekonomska odluka“, riječi su američkog predsjednika JF Kennedyja u 1962. godini, koja je obilježila početak prava potrošača. No, u obzir treba uzeti da se posljednjih godina potrošačka politika EU-a promijenila od tehničkog usklađivanja standarda do prepoznavanje zaštite potrošača kao dijela napora da bi se uspostavila „Europa za građane“. Koji su napori Europske Unije kako bi se zaštitili potrošači? U nastavku rada pokušat će se približiti odgovor na ovo pitanje.

"Potrošač" se općenito može shvatiti kao kupac dobara i usluga za osobno zadovoljstvo sebe ili drugih članova svojih kućanstava, različit od upotrebe za stvaranje daljnjeg prihoda. Iz toga proizlazi da su glavna obilježja zakona o zaštiti potrošača da dobavljač djeluje tijekom trgovine ili poslovanja, a primatelj je privatna osoba ili subjekt koji djeluje u privatnom ili neprofitnom svojstvu. Međutim, važno je izraz "potrošač" ne ograničiti samo na ugovorne strane, jer to može isključiti krajnjeg korisnika robe i usluga. Važno je napomenuti da ne postoji univerzalno dogovorena definicija izraza „potrošač“. Različiti zakoni različitih zemalja mogu pojam definirati različito, ovisno o različitim svrhama, kontekstu i potrebama. Troškovi konačne potrošnje kućanstava trenutno čine 57% EU-a bruto domaći proizvod. Stoga je jedinstveno tržište koje dobro služi potrošačima važan element poticanja gospodarskog rasta Europe. Članovi Ujedinjenih naroda odlučili su da će se 15. ožujak svake godine u cijelom svijetu obilježavati kao poseban dan prava potrošača. U nastavku će se navesti i objasniti prava potrošača. U nastavku će se navesti i objasniti prava potrošača.

1. **Pravo na sigurnost**- pravo na zaštitu od stavljanja u promet roba i usluga koje su opasne za život i imovinu. Kupljena roba i usluge kojima se potrošači koriste ne bi trebale zadovoljiti samo njihove neposredne potrebe, već i ispunjavati dugoročne interese. Prije kupnje potrošači bi trebali inzistirati na kvaliteti proizvoda kao i na jamstvu proizvoda i usluga.
2. **Pravo na izbor**- pristup raznovrsnim robama i uslugama po konkurentnoj cijeni. U slučaju monopola, znači pravo da se osigura zadovoljavajuća kvaliteta i usluga po poštenoj cijeni.

3. **Pravo na informacije-** pravo na informiranje o kvaliteti, količini, standardu i cijeni robe kako bi se potrošač zaštitio od nepoštenih trgovačkih praksi. Potrošač bi trebao inzistirati na dobivanju svih informacija o proizvodu ili usluzi prije nego što izabere, odnosno donese odluku. To će mu omogućiti pametno i odgovorno kupovanje.
4. **Pravo na obrazovanje-** pravo na stjecanje znanja i vještina kako bi svatko bio informiran potrošač tijekom cijelog života. Neznanje potrošača, posebno seoskih potrošača, uglavnom je odgovorno za njihovo iskorištavanje. Trebali bi znati svoja prava i njihova prava moraju biti poštivana.
5. **Pravo na izražavanje mišljenja i prigovora-** pravo da se traži ispravak protiv nepoštene trgovinske prakse ili nesavjesnog iskorištavanja potrošača. Također uključuje pravo na pravično rješavanje stvarnih pritužbi potrošača. Potrošači se moraju žaliti na svoje stvarne pritužbe. Mnogo puta njihova žalba može biti od male vrijednosti, ali njezin utjecaj na društvo u cjelini može biti vrlo velik. Oni također mogu potražiti pomoć potrošačkih organizacija u traženju ispravke svojih pritužbi.

Važno je poznavati sva prava i odgovornosti, sa kojima se susreću potrošači na tržištu, kako bi se mogli zaštititi ako su njihova prava povrijeđena. Na raspolaganju su različite mogućnosti. „U Republici Hrvatskoj prava potrošača definirana su odredbama Zakona o obveznim odnosima, od članka 400. do članka 441.“ (N.J. Lončarić, 2009:14)

3.1. Zaštita potrošača u Europskoj Uniji

U Europskoj Uniji se zaštita potrošača promiče više od 30 godina. Cilj europske potrošačke politike je Europsku Uniju učiniti konkretnom stvarnošću za 500 milijuna građana jamčeći njihova prava kao potrošačima. To znači zaštita potrošača od ozbiljnih rizika i prijetnji s kojima se nisu u stanju nositi sami, ohrabrujući ih da donose odluke na temelju točnih, jasnih i dosljednih informacija. U svrhu promicanja interesa potrošača i osiguravanja visoke razine potrošačke zaštite, Unija će pridonijeti zaštiti zdravlja, sigurnosti i ekonomskih interesa potrošača, kao i promicanja njihovih prava na informiranje, obrazovanje i organizaciju njih samih kako bi zaštitili svoje interese. (NN 29/2021). Vijeće je usvojilo svoj prvi posebni program za zaštitu potrošača i informacijsku politiku 1975. godine, i njime je definirano pet temeljnih prava potrošača, koja su spomenuta ranije u radu. U doba ekonomske krize, potrošačka „agenda[1]“ Europske komisije definirala je sektore od posebne važnosti (hrana, promet, elektronika, komunikacijske i financijske usluge), temeljeno na činjenicama da upravo ti sektori najviše utječu na interese potrošača.

3.1.1. Osnovne karakteristike politike zaštite potrošača u EU-u:

„1. Zaštita potrošača neizravna je politika Europske unije, što znači da se prvenstveno razvija u okviru izgradnje unutarnjeg tržišta i da zaštita potrošača ne predstavlja samostalnu politiku kao takvu unutar Unije. Ipak, kroz zaštitu unutarnjeg tržišta i ujednačavanje prava država članica želi se privući kako potrošače da kupuju u drugim državama, tako i trgovce da u njima trguju.

2. Zaštita potrošača područje je podijeljene nadležnosti između Unije i država članica.

3. Zaštita potrošača ujedno je i horizontalna politika Europske unije. O zaštiti potrošača mora se voditi računa pri provedbi svih ostalih službenih politika. Na taj se način, neovisno o tome u kojem gospodarskom sektoru potrošači djeluju ili u kojem se segmentu tržišta pojavljuju, njihovi interesi moraju štititi.

[1] Popis poslova koje treba obaviti; plan mjera s pomoću kojih bi se trebali ostvariti zacrtani ciljevi

4. Europska unija načelno dozvoljava državama članicama da zadrže i propišu više zaštite potrošača ako to smatraju potrebnim i primjerenim. Zbog toga su pravila EU-a o zaštiti potrošača pravila minimalne harmonizacije.“ (MINGO, Priručnik za potrošače, 2018)

Politike prava potrošača provode se putem direktiva. Trenutno oko devedeset direktiva u EU pokriva pitanje zaštite i prava potrošača. Zato, kada govorimo o zaštiti potrošača na europskom prostoru ne možemo govoriti o „europskom pravu“ već o „europeiziranom pravu“, budući da direktive nisu izravno primjenjive nego ih države članice implementiraju u svoje nacionalno zakonodavstvo. (MINGO, Priručnik za potrošače, 2018)

Stalni razvoj na području digitalne tehnologije iz temelja mijenja način na koji potrošači komuniciraju i kupuju putem interneta. Zaštita potrošača na digitalnom tržištu je jedan od glavnih prioriteta europskih kreatora politike - s ciljem da sustavno uzimaju u obzir prava i potrebe potrošača te ih u vrlo kratkom vremenskom roku obrade i riješe. (MINGO, Priručnik za potrošače, 2018). U okviru prioriteta stvaranja povezanog digitalnog tržišta navedeno je da će komisija dopuniti regulatorno telekomunikacijsko okruženje, modernizirati zakonodavstvo EU-a o autorskim pravima i audiovizualnim medijskim uslugama, pojednostaviti pravila za potrošače koji obavljaju internetske i digitalne kupnje, olakšati e-trgovine, i uvesti digitalizaciju u cijeloj politici područja. Područje financijskih usluga vrlo je složeno i uključuje ozbiljne rizike za potrošače, posebno kada potrošači ne razumiju složene financijske sustave, i ne znaju donijeti prave odluke zbog manjka znanja i informacija koje im se uskraćuju.

3.1.2. Uspješne prakse poboljšanja zaštite potrošača u Europskoj Uniji

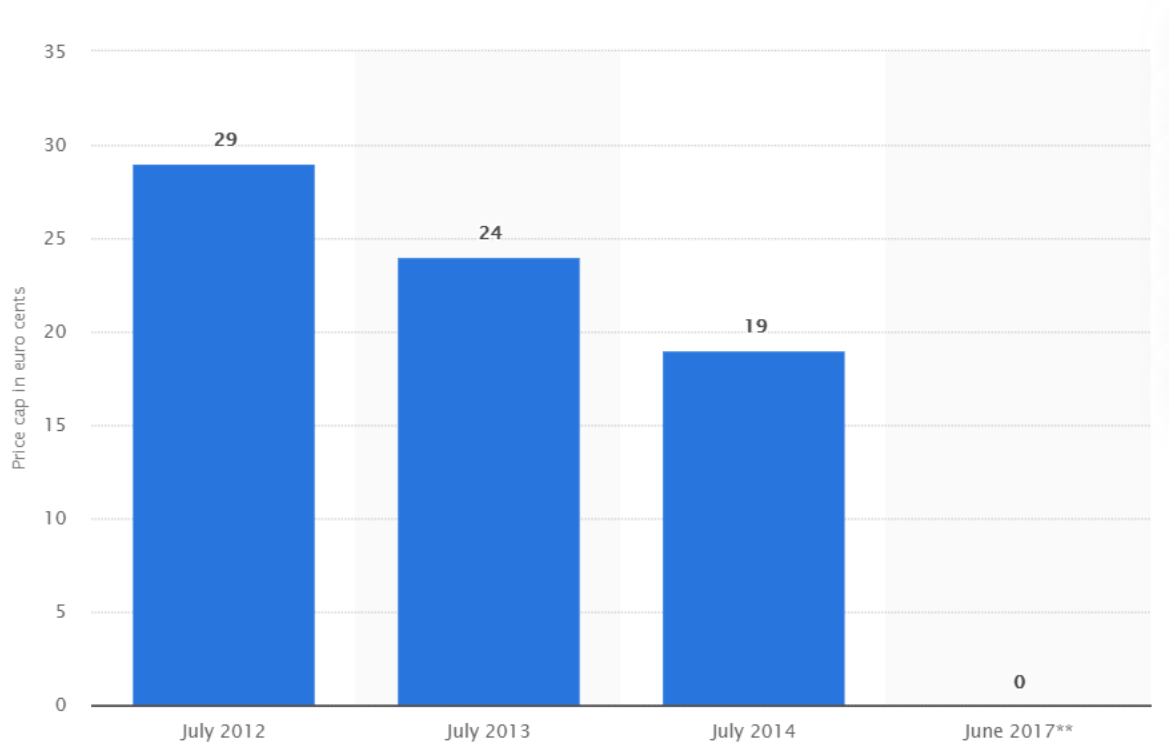
Smanjenje troškova roaminga[2] prilikom korištenja mobilnih telefona u inozemstvu i poboljšanje prava putnika na cijelom teritoriju EU neka su od glavnih postignuća usklađivanja zakonodavstva u ovom području. S druge strane, nedostatak svijesti o pravima potrošača između građana EU potkopava ta poboljšanja. Povjerenje potrošača ostaje nisko, te oni smatraju kako njihova prava i dalje nisu zaštićena. Nedavna poboljšanja zakona o zaštiti potrošača uključuju: smanjenje roaming naknade za glasovne pozive, tekstualne poruke i

[2] Roaming je upućivanje i primanje poziva izvan lokalnog područja korištenja usluga.

preuzimanje podataka za 80%, ako usporedimo tarife iz 2014. i 2007. godine. Kada potrošač putuje izvan svoje matične zemlje u drugu zemlju EU, ne morate plaćati nikakve dodatne naknade za upotrebu svog mobilnog telefona. Isto se pravilo odnosi i na sve pozive ili tekstualne poruke koje potrošač primi dok je u inozemstvu - ne plaća se dodatna naknada za primanje poziva ili SMS-ova, čak i ako osoba koja vas zove koristi drugog davatelja usluga.

Na slici 1 je prikazano ograničenje glasovnih poziva koje je Europska komisija nametnula u Europskoj uniji od 2012. do 2014. Od srpnja 2014. ograničenje glasovnih poziva iznosi 19 centi po minuti, dok od lipnja 2017. ne postoje više troškovi roaminga unutar Europske Unije.

Slika 1 Naknade za roaming u EU (2012.-2017.)



Izvor: *https://www.statista.com/statistics/297856/eu-roaming-charges-price-caps-on-mobile-data-roaming/* (pristupljeno 16.6.2021.)

3.2. Zakon o zaštiti potrošača

Hrvatski sabor je donio odluku o proglašenju Zakona o zaštiti potrošača na sjednici koja se održala 13. srpnja 2007. godine. Zadnje izmjene i nadopune Zakona o zaštiti potrošača izglasane su na sjednici 15. veljače 2019. godine. Izmjenama i dopunama usmjerava se usklađivanje odredaba s Direktivom o nepoštenoj poslovnoj praksi te se unaprjeđuju pojedine materijalne i prekršajne odredbe prethodnog Zakona. Vlada Republike Hrvatske, novom dopunom želi se urediti sljedeća pitanja:

„**a)** potpuno usklađivanje s odredbama Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi tako da se jasnije određuje obveza isticanja dviju cijena unutar poslovnih prostorija
b) preciznije određivanje odredaba koje se odnose na osnivanje savjetodavnih tijela pri pravnim osobama s javnom ovlasti i jedinicama lokalne samouprave
c) informiranost potrošača putem mrežnih stranica udruga za zaštitu potrošača o jedinicama lokalne samouprave i trgovcima u radu čijih savjetodavnih tijela odnosno povjerenstava sudjeluju predstavnici istih udruga
d) neovisnost i nepristranost udruga za zaštitu potrošača
e) obveza polaganja stručnog ispita za osobe koje obavljaju poslove savjetovanja, informiranja i izobrazbe potrošača na temelju javnog natječaja za koji su osigurana sredstva u državnom proračunu
f) usklađivanje odredaba koje se odnose na upravne mjere i prekršajnih odredaba s materijalnim odredbama
g) nomotehničko[3] uređivanje pojedinih odredaba prijašnjeg Zakona u cilju jasnoće.“ (Novine o zakonu o zaštiti potrošača, informator, 2019.)

Na snazi su zakoni NN **41/14**, **110/15**, **14/19**. Ovim se zakonom uređuje zaštita osnovnih prava potrošača pri kupnji proizvoda i usluga, i to:

- Pravo na zaštitu ekonomskih interesa potrošača
- Pravo na zaštitu od opasnosti za život, zdravlje i imovinu
- Pravo na pravnu zaštitu potrošača

[3] vještina ili umijeće sastavljanja zakona i propisa

- Pravo na informiranje i izobrazbu potrošača
- Pravo na udruživanje potrošača u svrhu zaštite njihovih interesa
- Pravo na predstavljanje potrošača i sudjelovanje predstavnika potrošača u radu tijela koja rješavaju pitanja od njihova interesa“ (NN, br.41/2014, čl.1).

3.2.1. Prigovori kupaca

Prigovore kupaca moguće je učinkovito riješiti jednostavnim postupkom, sve što je potrebno je saslušati kupce i pomoći im razriješiti njihov problem. Mnogi trgovci se plaše upravo te situacije. Međutim, prigovori prenose važne i vrijedne informacije o potrebama i strahovima kupaca. Prigovori kupaca mogu se vrtjeti oko niza problema. Mogu biti zabrinuti zbog kvalitete proizvoda, pouzdanosti usluge, cijene ili rizika koji ta kupnja donosi sa sobom. Prema Zakonu o zaštiti potrošača:

- „Trgovac je dužan omogućiti potrošaču podnošenje pisanog prigovora u svojim poslovnim prostorijama i bez odgađanja pisanim putem potvrditi njegov primitak.
- Trgovac je dužan potrošaču omogućiti podnošenje pisanog prigovora putem pošte, telefaksa ili elektroničke pošte.
- Trgovac je dužan u poslovnim prostorijama vidljivo istaknuti obavijest o načinu podnošenja pisanog prigovora.
- Trgovac koji pruža javnu uslugu dužan je na ispostavljenom računu vidljivo istaknuti obavijest o načinu podnošenja pisanog prigovora.
- Trgovac je dužan odgovoriti u roku od 15 dana od dana zaprimljenog prigovora.“ .“ (NN, br.41/14, čl.10.)

Kada dođe do prigovora, trgovci moraju bez panike otklanjati svaki problem odnosno prigovor koji kupac podnese. Svaki trgovac u toj situaciji mora imati na umu da se kupci ponašaju sasvim normalno i da za svoj novac koji ulažu ili troše za neki proizvod ili uslugu, traže kvalitetu i cijenu koja će ispuniti njihova očekivanja. Oni moraju biti sigurni u promjenu i treba ih uvjeriti da proizvod, roba ili usluge vrijede tu količinu novaca koju oni planiraju utrošiti. Važno je stabilizirati kupčeve emocije i odgovor na prigovor trebao bi biti pokušaj preoblikovanja prigovora tako da kupac razumije širu sliku, i u svakom trenutku im se trebaju pružiti sve potrebne informacije, kako bi bili sigurni u svoju kupnju. Panika kupaca zapravo je

pozitivan znak da proces ide naprijed. Nakon što se kupac uvjeri u vrijednost koju trgovci nude i složi se da vrijedi riskirati, uspješno se riješio prigovor i ostavljen je pozitivan dojam na kupca.

3.2.2. Javne usluge

Javna usluga je usluga koju država pruža osobama koje žive na njezinom teritoriju, bilo izravno putem javnog sektora ili financiranjem privatnog pružanja usluga. Javne usluge obično su one koje se smatraju toliko bitnima za suvremeni život da bi iz moralnih razloga trebale biti dostupne svima, bez obzira na prihode. Isto tako, one mogu biti povezane sa temeljnim ljudskim pravima (poput prava na vodu). Okrenutost prema potrošačima i pružanje što boljih i kvalitetnijih usluga je postao poznati trend koji diže svjetsku ekonomiju na veći nivo. Prelazak na upravu orijentiranu na potrošače glavni je element modernizacije javnih usluga. Inicijative za kvalitetu usluge odnose se na unapređenje javnog sektora čineći ga odgovornijim. Mijenja se percepcija javnosti o javnim uslugama, način na koji javni službenici komuniciraju s javnošću, način organizacije i pružanja javnih usluga.

„ Paketom mjera za socijalno ulaganje Europske komisije koji je pokrenut 2013. države članice se potiču na veću usmjerenost na visokokvalitetne javne usluge. Nadalje, u Komisijinoj strategiji jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, koja je usvojena 2015., naglašava se modernizacija javnih usluga kako bi se povećala konkurentnost. Prihvaćanje novih tehnologija i internetski pristup javnim uslugama ključni su za povećanje isplativosti i kvalitete usluga. U travnju 2017. Komisija je pokrenula paket Europskog stupa socijalnih prava, čija glavna načela uključuju pristup kvalitetnom obrazovanju, obrazovanju i skrbi u ranom djetinjstvu, zdravstvenoj zaštiti, socijalnom stanovanju i ostalim neophodnim uslugama.“ (Eurofound, 2021.). Prema Zakonu javnim se uslugama smatraju sljedeće usluge:

- Distribucija električne energije
- Distribucija prirodnog plina
- Distribucija toplinske energije

- Elektroničke komunikacijske usluge
- Javna vodoopskrba i javna odvodnja
- Opskrba plinom u javnoj usluzi
- Obavljanje dimnjačarskih poslova
- Opskrba električnom energijom u univerzalnoj usluzi
- Poštanske usluge
- Prijevoz putnika u javnom prometu
- Prikupljanje miješanog i biorazgradivog komunalnog otpada (NN, br.41/2014, čl.24, st.1).

Trgovac je dužan potrošaču ispostaviti račun za pružanje javnih usluga koji mora biti točan, neizbrisiv, jasan, vidljiv i čitljiv u papirnatom i elektronskom obliku. O svakoj promjeni korištenja javnih usluga, trgovac je dužan unaprijed pisanim putem obavijestiti potrošača, te javno objaviti promjene na svojim mrežnim stranicama.

3.3. Nacionalni program zaštite potrošača

Na sjednici 19. ožujka 2021. godine Hrvatski sabor donio je nacionalni program zaštite potrošača za razdoblje od 2021. do 2024. godine. Na temelju članka 130. stavka 2. Zakona o zaštiti potrošača (NN, br. 41/14., 110/15. i 14/19.) utvrđuju se prioritetna područja koja je potrebno unaprijediti u nadolazećem razdoblju kako bi se osnažio položaj potrošača u RH te kako bi se povećalo njihovo povjerenje u tržište (NN, 29/2021). Politika potrošača je dinamično područje koje se konstantno mijenja i zahtjeva aktivnu uključenost ministarstava, lokalne i regionalne samoupravne, nadzornih tijela te organizacije civilnog društva. Cilj ovog programa je zaštititi potrošače te poboljšati njihovu kvalitetu života. Politikom zaštite potrošača predstavlja se skup različitih mjera i aktivnosti putem kojih svi dionici žele povećati razinu zaštite potrošača kojima često nedostaju znanja i informacije vezano za rastuću ponudu roba i usluga na tržištu. Koliko je politika zaštite potrošača korisna, učinkovita i podložna promjenama posebice je vidljivo u svjetlu krize uzrokovane pandemijom COVID-19. Promijenili su se obrasci potrošnje i mobilnosti građana. Istraživanja su pokazala da je

tijekom pandemije COVID-19 svaki peti hrvatski građanin doživio neki oblik kršenja potrošačkih prava. (IPSOS, 2020)

Od ulaska u Europsku uniju Hrvatska je preuzela europsku pravnu stečevinu i prenijela ju u nacionalne pravne propise, i time osigurala pravni okvir za zaštitu potrošača. Kao punopravna članica Republika Hrvatska aktivno sudjeluje u radu radnih skupina te usklađuje nacionalno zakonodavstvo s aktualnim promjenama europskog zakonodavstva. Nemoguće je zanemariti činjenicu da je pandemija COVID-19 znatno utjecala na promjene životnih i potrošačkih navika, kao što je povećanje kupovine roba i usluga na daljinu (putem interneta). Stoga je potrebno poduzeti odgovarajuće zakonodavne i druge mjere kako bi se izjednačila zaštita prava potrošača u digitalnom okruženju s pravima u klasičnoj trgovini, a sve kako bi se stvorilo poticajno okruženje za kupovinu na daljinu. (NN, br. 41/14., 110/15. i 14/19.)

Glavni ciljevi nacionalnog programa u razdoblju 2021.- 2024. su unaprijediti i pravilno iskoordinirati međuresornu suradnju nadležnih tijela u provođenju Nacionalnog programa kako bi se ostvarili sljedeći prioriteti:

1. Daljnji razvoj zakonodavstva na nacionalnoj razini

2. Daljnje jačanje nadzora nad tržištem u području zaštite prava potrošača

3. Unaprjeđenje zaštite potrošača u digitalnom okruženju

4. Poticanje politike održive potrošnje i energetske učinkovitosti

5. Daljnje jačanje financijske pismenosti potrošača

6. Poboljšanje sustava sigurnosti hrane i informiranje potrošača o hrani

7. Zaštita potrošača prilikom zamjene hrvatske kune eurom

8. Informiranje i podizanje svijesti o zaštiti prava potrošača

a) Informiranje potrošača o dostupnim alatima za rješavanje potrošačkih sporova

b) Provedba projekata namijenjenih potrošačima u suradnji s udrugama za zaštitu potrošača

c) Alati za informiranje.

4. Udruge za zaštitu potrošača

Potrošačka organizacija / udruga je nevladino neprofitno tijelo utemeljeno na članstvu stvoreno za promicanje interesa potrošača roba i usluga, širenje informacija i lobiranjem za zakone koji štite potrošače od proizvođača ili prodavača. Potrošačke organizacije su zagovaračke skupine[4] koje žele zaštititi ljude od nepoštene poslovne prakse poput nesigurnih proizvoda, krivog oglašavanja itd. Poslovna praksa smatra se nepoštenom kada je:

- suprotna zahtjevima profesionalne pažnje
- kada bitno utječe ili će bitno utjecati na ekonomsko ponašanje prosječnog potrošača kojem je namijenjena ili do kojeg dopire (NN, br.41/2014, čl.32, st.1).

Isto tako poslovna praksa se smatra nepoštenom ako je agresivna ili zavaravajuća. Pod agresivnom poslovnom praksom smatra se:

- stvaranje dojma da potrošač ne može napustiti poslovni prostor dok ne pristane na kupnju
- posjet potrošaču kući i ignoriranje zahtjeva potrošača da se napusti njegova kuća ili da ga se više tako ne posjećuje
- ustrajno i neželjeno komuniciranje s potrošačem preko bilo kojeg komunikacijskog kanala
- traženje od potrošača koji je podnio odštetni zahtjev na temelju police osiguranja da dostavi dokumente koji, po razumnoj ocjeni, nisu relevantni za ocjenu opravdanosti tog zahtjeva
- oglašavanje koje djecu izravno navodi da kupe oglašavani proizvod ili da nagovore punoljetnu osobu da im kupi
- zahtjev za plaćanjem proizvoda koji je trgovac isporučio, a potrošač ga uopće nije naručio
- obavještavanje potrošača da će posao ili opstanak trgovca biti ugrožen ako ne kupi proizvod

[4] Aktivnost pojedinca ili grupe koja ima za cilj utjecati na odluke unutar političkih, ekonomskih i socijalnih institucija.

- lažna predodžba da je potrošač osvojio ili da će osvojiti određenu nagradu ili neku drugu korist, kada u stvarnosti nikakva nagrada ili korist nije predviđena (NN, br.41/2014, čl.38, st.1).

Potrošačke organizacije mogu djelovati putem prosvjeda, parnica, kampanja ili lobiranja. Cilj potrošačkih organizacija može biti uspostavljanje i pokušaj provođenja potrošačkih prava. Učinkovit je posao također izvediv korištenjem prijetnje lošim publicitetom kako bi se tvrtke usredotočile na gledište potrošača. Potrošačke organizacije mogu pokušati služiti interesima potrošača relativno izravnim radnjama poput stvaranja i / ili širenja tržišnih informacija i zabranom određenih radnji ili praksi, ili promicanjem konkurentskih snaga na tržištima koja izravno ili neizravno utječu na potrošače (poput prijevoza, električne energije, komunikacije itd.).

U nastavku rada će se ukratko objasniti udruge za zaštitu potrošača unutar EU, te udruge za zaštitu potrošača u Hrvatskoj.

4.1. Udruge potrošača u Europskoj Uniji

U Europskoj uniji trenutno postoje 4 federacije s kojima europska komisija usko surađuje. Cilj im je predstavljati europske potrošače, osvijestiti ih o njihovim pravima i utjecati na razvoj politika EU-a koje promiču i brane njihove interese.

a) Europsko udruženje za koordinaciju zastupanja potrošača u standardizaciji (ANEC)
b) Europska organizacija potrošača (BEUC)
c) Konfederacija obiteljskih organizacija u EU (COFACE)
d) Europska zajednica potrošačkih zadruga (Euro Coop) (Europska komisija, Udruge za zaštitu potrošača u EU 2020.)

4.1.1. Europsko udruženje za koordinaciju zastupanja potrošača u standardizaciji (ANEC)

ANEC je europski glas potrošača u standardizaciji. Zastupaju europski potrošački interes u stvaranju tehničkih standarda, posebno onih razvijenih za potporu provedbi europskih zakona i javnih politika. ANEC je također zainteresiran za primjenu standarda, uključujući nadzor i provedbu tržišta, programe akreditacije i ocjenjivanja sukladnosti. Također nastoje utjecati na razvoj ili reviziju europskog zakonodavstva vezanog uz proizvode i usluge koji će vjerojatno utjecati na potrošača, posebno tamo gdje se upućuje na standarde.

Jeste li ikad pomislili zašto vaš mobitel radi daleko od kuće? Da, europski standardi. Jeste li ikad razmišljali zašto trebate nositi torbu punu električnih adaptera kada putujete u inozemstvo? Točno - nedostatak europskih standarda! Korištenje standarda može:

- povećati zaštitu potrošača i smanjiti rizik od nezgoda
- pomoći u promicanju zaštite okoliša i održivosti
- učiniti kvalitetu usluga dosljednijom
- osigurati ljudima svih dobnih skupina i sposobnosti jednak pristup proizvodima i uslugama
- služe kao potpora digitalnom dobu i informacijskom društvu (Europska komisija, Udruge za zaštitu potrošača u EU 2020.)

ANEC uglavnom putem svojih dobrovoljnih stručnjaka sudjeluje u radu na razvoju standarda triju europskih organizacija za standardizaciju (ESO) koje su priznale Europska unija i EFTA:

- CENELEC
- ETSI
- CEN

ANEC mora osigurati da njegov odgovor na novonastala područja ne dovodi u pitanje njegove napore u zrelijim sektorima. Osim opće sigurnosti proizvoda, uporaba standarda kao alat za zaštitu potrošača može se pronaći u zakonodavstvu o sigurnosti određenih proizvoda (poput igračaka) u javnoj politici održivosti i zaštite okoliša, i dostupnosti proizvoda.

4.1.2. Europska organizacija potrošača (BEUC)

BEUC su osnovale skupine potrošača iz šest država članica Europske ekonomske zajednice (EEZ) 1962. godine. Kratica potječe od francuskog imena, „Bureau Européen des Unions de Consommateurs“. BEUC je krovna skupina za 46 neovisnih potrošačkih organizacija iz 32 zemlje. Putem BEUC-a ove organizacije mogu govoriti jednim glasom. Njihova glavna uloga je predstavljati te organizacije institucijama EU-a i braniti interese europskih potrošača. Njihov svakodnevni rad uključuje osiguravanje da EU donosi političke odluke koje poboljšavaju život potrošača. To pokriva niz tema, uključujući konkurenciju, prava potrošača, digitalna prava, energiju, pravna sredstva i ovrhe, financijske usluge, hranu, zdravlje, sigurnost, održivost i trgovinsku politiku. Tajništvo BEUC-a nalazi se u Bruxellesu i ima oko 45 zaposlenih.

Cilj im je osigurati potrošače na europskom tržištu, odnosno omogućiti ljudima pristup informacijama, omogućiti im da imaju izvršna prava i da budu svjesni tih prava, te im pružiti pravne opcije ako nešto pođe po zlu. Potrošačka politika tijekom desetljeća bavila se mnogim izazovima. Neki ostaju i danas: nepravedno postupanje, proizvodi koji ne ispunjavaju očekivanja ili su posve opasni. Pojavili su se i novi izazovi: klimatska kriza, lijekovi koji postaju sve dostupniji i pristupačniji te porast umjetne inteligencije. Za rješavanje ovih izazova i poboljšanje kvalitete života sadašnjih i budućih generacija potrebne su dobro promišljene politike EU-a. BEUC snažno zagovara stavljanje interesa potrošača u srž sustavnih promjena u načinu na koji proizvodimo i trošimo, istodobno osiguravajući da se uzimaju u obzir ranjive skupine (djeca, starije osobe i skupine s niskim primanjima). Može se zaključiti da je misija BEUC-a okupiti potrošačke organizacije Europske unije i drugih europskih zemalja kako bi se promovirali, branili te zastupali interesi europskih potrošača u razradi i provedbi politika Europske Unije.

4.1.3. Konfederacija obiteljskih organizacija u EU (COFACE)

COFACE je izvorno osnovan 1958. godine kao Europski akcijski odbor Međunarodne unije obiteljskih organizacija. S vremenom je stekao veću neovisnost, a 1979. se pretvorio u međunarodnu neprofitnu dobrovoljnu organizaciju pod nazivom Konfederacija obiteljskih

organizacija u Europskoj zajednici, a sada Europskoj uniji. U lipnju 2016. Generalna skupština dogovorila se o novom imenu: COFACE Families Europe.

COFACE je mreža udruga koja zastupa interese svih obitelji. Promovira dobrobit, zdravlje i sigurnost obitelji i njihovih članova u društvu, koje se konstanto mijenja i služi im kao pouzdani glas za potrebe obitelji u Europskoj Uniji i šire. To postižu koordinacijom između organizacija članiza COFACE-a za procjenu potreba obitelji na lokalnoj razini, prikupljanju dokaza i projektnih trendova te povezivanje tih potreba s odgovarajućim političkim mehanizmima na razini EU-a, poput Europskih strukturnih i investicijskih fondova, Europskog stupa socijalnih prava, kao i drugih ključnih zakonodavnih i ne zakonodavnih inicijativa EU-a (rodna ravnopravnost, migracije, obrazovanje, potrošačka politika, financijska usluge, sigurniji internet i još mnogo toga).

COFACE je usredotočen uglavnom na politike i zakonodavstvo koje utječu na život djece i obitelji, posebno na područjima socijalne zaštite i socijalizacije, zaštite prava osoba s invaliditetom i uzdržavanih osoba, prevencije i borbe protiv dječjeg siromaštva, migracija, obrazovanja, usluge podrške roditeljima, informacijske i komunikacijske usluge itd. Vizija COFACE-a je raditi na obiteljskom okruženju, omogućujući svim obiteljima i njihovim članovima da imaju koristi od dostupnih financijskih sredstava, također da imaju dostupne kvalitetne usluge kako bi mogli živjeti i uživati u svom obiteljskom životu u dostojanstvu i harmoniji.

4.1.4. Europska zajednica potrošačkih zadruga (Euro Coop)

Zadruga je autonomno udruženje osoba dobrovoljno udruženih radi zadovoljavanja njihovih zajedničkih ekonomskih, socijalnih i kulturnih potreba. Globalna zadružna obitelj ujedinjena je u okviru Međunarodnog zadružnog saveza - neovisne, nevladine organizacije osnovane 1895. godine da ujedini, zastupa i služi zadrugama širom svijeta. Bez obzira jesu li članovi zadruge kupci, zaposlenici ili stanovnici, oni imaju jednaku riječ u onome što posao obavlja i udio u dobiti, poštujući načelo "jedan član-jedan glas". Kao poduzeća vođena vrijednostima i načelima, zadružna poduzeća postavljaju osobu, a ne kapital, u središte svoje misije. U cijelom svijetu zadruge dijele međunarodno dogovorena načela i zajednički djeluju na izgradnji boljeg svijeta kroz suradnju.

Osnovan 1957. godine, Euro Coop je bila jedna od prvih nevladinih organizacija (NGO) koju je Europska komisija priznala. Svoje znanje stavili su na raspolaganje svim institucijama Europske unije za promicanje interesa potrošačkih zadruga i njihovih članova potrošača. Euro Coop glas je zadružnih maloprodaja u Europi. Danas Euro Coop zastupa i podržava strukturu i etiku potrošačkih zadruga na europskoj razini. Tajništvo Euro Coop-a osigurava da glas potrošačkih zadruga bude dobro zastupljen u radu Europskog parlamenta i snažnom suradnjom s Europskim ekonomskim i socijalnim odborom. Euro Coop predstavlja 32 milijuna europskih članova potrošača, što znači da su njihova prava, težnje i interesi glavni prioriteti. Njihov rad isto tako uključuje obrazovanje i informiranje potrošača, sigurnost proizvoda i prava potrošača i naknadu štete.

4.2. Potrošačke udruge u Republici Hrvatskoj

Prema Zakonu o zaštiti potrošača, nositelji zaštite potrošača su Hrvatski sabor, Vlada Republike Hrvatske, ministarstvo nadležno za poslove zaštite potrošača, prvenstveno je to Ministarstvo gospodarstva, nadležna inspekcijska tijela, Nacionalno vijeće za zaštitu potrošača, udruge za zaštitu potrošača, jedinice lokalne samouprave, te druga poslovna udruženja i tijela javne vlasti poput Hrvatske gospodarske komore, Hrvatske obrtničke komore te Hrvatske udruge poslodavaca. (MINGO, Priručnik za potrošače, 2018) . Udruge za zaštitu potrošača osnivaju potrošači radi zaštite svojih interesa i prava, rade neovisno o interesima trgovaca i ne smiju od njih dobivati sredstva, informiraju potrošače i pružaju im zaštitu. U Hrvatskoj djeluje više udruga koje se nalaze u većim hrvatskim gradovima. U nastavku rada objasnit će se:

a) Hrvatska udruga za zaštitu potrošača
b) Društvo za zaštitu potrošača Hrvatske

4.2.1. Hrvatska udruga za zaštitu potrošača (huzp)

Prva udruga koja će se u ovom radu obrazložiti je Hrvatska udruga za zaštitu potrošača. Hrvatska udruga za zaštitu potrošača – HUZP je osnovana 1997g. u Zagrebu, s ciljem da zaštiti fizičke osobe, tj. korisnike proizvoda i usluga te da im pomogne u ostvarivanju prava koja im pripadaju zakonom. „Zadatak udruge je obavještavati i obrazovati članstvo i druge fizičke osobe o njihovim pravima i obavezama kao kupce i korisnike usluga“. (HUZP, 2019)

Svrha udruge je pružiti zaštitu potrošačima i članovima koji se jave s problemom, i pomoći im da se taj problem u što kraćem roku riješi. Udruga pomaže građanima na području Grada Zagreba, ali isto tako kroz besplatni telefon pomaže svim potrošačima, koji se jave s problemom koji treba riješiti. Udruga svoje djelovanje bazira na pojedincima, odnosno individualnim osobama tako što im daju savjete na globalnom planu i utječu na njihovu zaštitu davanjem prijedloga kod izglasavanja zakona.

Kroz rad udruge nastoji se podići razina svijesti potrošača, trgovaca, davatelja usluga i javnosti o međunarodno priznatim pravima potrošača.“(HUZP, 2019)

4.2.2. Društvo za zaštitu potrošača Hrvatske (potrošač)

Druga udruga koja će se objasniti je Potrošač – Društvo za zaštitu potrošača Hrvatske (u nastavku rada Društvo Potrošač). Društvo potrošač je nepolitička, nestranačka i nevladina udruga građana koji su udruženi sa ciljem da pruže pomoć svim građanima Republike Hrvatske tako što štite njihova potrošačka prava. „Društvo «Potrošač» je, nakon gotovo dvogodišnjih stručnih i organizacijskih priprema, osnovano 12. travnja 2000. godine a svoje javno djelovanje je započelo 11. svibnja 2000. godine, kada je Rješenjem Ministarstva pravosuđa, uprave i lokalne samouprave upisano u Registar udruga Republike Hrvatske.“ (Potrošač, 2013.)

Društvo Potrošač je udruga civilnog društva koja u središte svog djelovanja stavlja potrošača, kako bi zaštitio njegova temeljna ljudska prava , gospodarske interese i dostojanstvo. S obzirom na to Društvo Potrošač se može promatrati i kao udruga za zaštitu temeljnih ljudskih

prava. „Temeljni cilj djelovanja Društva «Potrošač» je kroz zaštitu prava potrošača-fizičkih osoba i njihovih obitelji od pasivnoga konzumera stvoriti aktivnoga potrošača svjesnog svojih prava na zakonima zajamčenu visoku razinu kvalitete roba i usluga, na kulturan i čovjeka dostojan odnos proizvođača i davatelja usluga, te na zakonu utemeljenu zaštitu od mita, korupcije, birokratske i monopolističke samovolje.“ (Potrošač, 2013.)

Nadalje, sintagma udruge je “Nikada ne treba sumnjati u sposobnost skupine ozbiljnih i predanih građana da promijene svijet. Naprotiv, takvi su ga upravo i mijenjali.” A kroz javno djelovanje Društvo «Potrošač» (članak 7 Statuta) želi poticati, pomagati i razvijati:

- korektan i fer odnos proizvođača i davatelja usluga prema potrošačima
- konkurenciju na tržištu
- praćenje i reguliranje monopola
- konkurentne proizvode na tržištu
- adekvatnost kvalitete i kvantitete za novac kupca
- zadovoljavajuće standarde roba i usluga
- edukaciju potrošača, ali i proizvođača i davatelja usluga
- prijedloge hrvatskoj Vladi za kontrolu i reguliranje tržišta
- prijedloge hrvatskoj vladi za Zakon o zaštiti potrošača, te druge zakone i propise potrebne za učinkovitu zaštitu potrošača
- uravnoteženje informativnog imbalansa između konzumenta i tržišta
- selekciju proizvoda i usluga na hrvatskom tržištu
- uklanjanje birokratskih barijera
- sprječavanje mita i korupcije (Potrošač, 2013.)

Kroz godine djelovanja Društvo Potrošač je realiziralo niz predavanja, tribina te medijskih nastupa trudeći se promicati politiku zaštite potrošača Europske unije i na taj način su doprinijeli implementaciji vrijednosti na hrvatskom tržištu proizvoda i

usluga. Mnoštvo projekata je realizirano pod pokroviteljstvom delegacije Europske komisije u RH, Ministarstva gospodarstva rada i poduzetništva, različitih udruga itd.

4.3. Financiranje udruga za zaštitu potrošača

Udruge se financiraju od prihoda kroz članarine, donacije, dobrovoljnih prihoda te prihoda od imovine. U RH udruge se mogu financirati iz državnog proračuna, proračuna lokalne i regionalne samouprave te fondova Europske unije, kroz javne pozive i natječaje, sukladno Uredbama. Vlada Republike Hrvatske izglasala je Uredbu o kriterijima, mjerilima i postupcima financiranja projekata i programa od interesa za opće dobro koje provode udruge. (središnji portal za potrošače, 2017.)

Da bi udruga mogla koristiti sredstva iz javnih izvora mora ispunjavati sljedeća mjerila:

- Mora biti upisana u Registar udruga i Registar neprofitnih organizacija
- Mora biti statutom opredijeljena za obavljanje djelatnosti i aktivnosti koje su predmet financiranja i kojima promiče uvjerenja i ciljeve koji nisu u suprotnosti s Ustavom i zakonom
- Mora uredno ispunjavati obveze iz svih sklopljenih ugovora o financiranju javnih izvora
- Mora uredno plaćati doprinose i poreze te druga davanja prema proračunima
- Protiv udruge, odnosno osoba se ne smije voditi kazneni postupak iz članka 48. Uredbe
- Udruga mora imati organizacijske kapacitete i ljudske resurse za provedbu projekata (središnji portal za potrošače, 2017.)

Udrugama se odobravaju financijska sredstva iz javnih izvora za:

- provedbu programa i projekata kojima se ispunjavaju ciljevi i prioriteti definirani strateškim i planskim dokumentima
- provedbu nacionalnih, regionalnih i lokalnih programa javnih potreba utvrđenih posebnim zakonom
- obavljanje određene javne ovlasti povjerene posebnim zakonom

- pružanje socijalne usluge temeljem posebnog propisa
- sufinanciranje obveznog doprinosa korisnika financiranja za provedbu programa i projekata ugovorenih iz fondova Europske unije i inozemnih javnih izvora
- podršku institucionalnom i organizacijskom razvoju udruge
- programe ili projekte zapošljavanja
- donacije i sponzorstva
- druge oblike i namjene dodjele financijskih sredstava iz javnih izvora (središnji portal za potrošače, 2017)

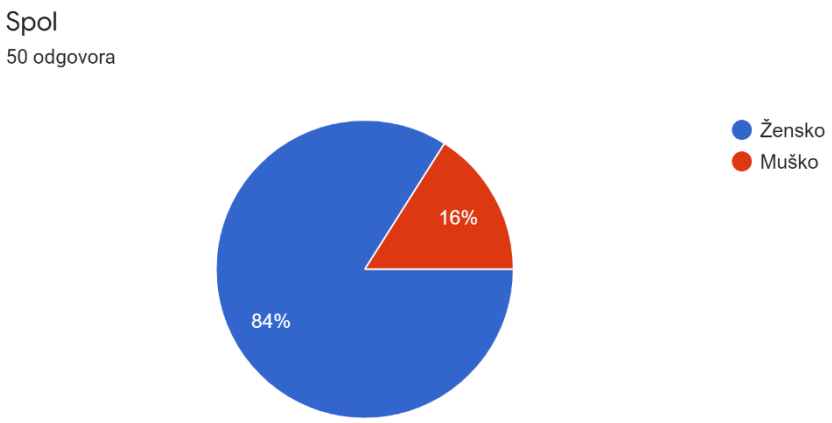
5. Anketno istraživanje o poznavanju prava zaštite potrošača

Među studentima je provedeno anketno istraživanje o poznavanju prava zaštite potrošača. Istraživanje je provedeno za potrebe pisanja diplomskog rada, te se sastojalo od 10 kratkih pitanja, kako bi se zaključilo koliko dobro studenti poznaju svoja prava. Anketa se provodila online, putem Google obrasca.

5.1. Opis uzorka

Cilj ovog istraživanja je bio dobiti uvid u studentsko poznavanje prava zaštite potrošača. Anketno istraživanje je provedeno na uzorku od 50 studenata osječkih fakulteta. Anketu su mogli ispunjavati svi redovni i izvanredni studenti u dobi od 18 do 32 godine. Anketa se provodila u periodu od tri tjedna, i bila je u potpunosti anonimna. Anketni upitnik sastojao se od 10 pitanja u kojima su se tražili kratki odgovori, kako bi se okvirno vidjelo koliko studenti dobro poznaju temu zaštite i prava potrošača. Nadalje, na prvom pitanju su studenti trebali definirati kojeg su spola. Spolna struktura će se prikazati u slici 2.

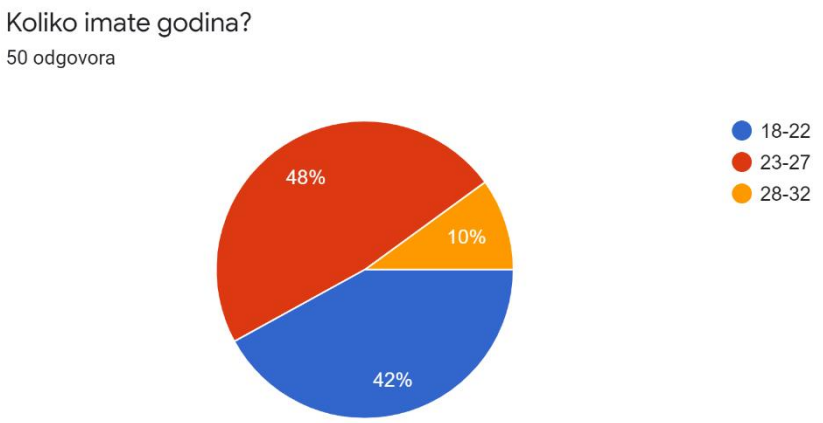
Slika 2: Spol ispitanika



Izvor: Istraživanje autora

Na slici 2 se vidi da je od 50 ispitanika, ženskih osoba je bilo 84%, dok je muških ispitanika bilo 16%. Odnosno, u ispitivanju je sudjelovalo većina ženskih ispitanika i to 42 ženske osobe, dok je muških ispitanika bilo 8. Drugo pitanje u anketnom istraživanju tražilo je od studenata da daju odgovor na pitanje koliko imaju godina. U istraživanju su mogli sudjelovati svi redovni i izvanredni studenti u dobi od 18 do 32 godine. Slika 3 će prikazati dob ispitanika.

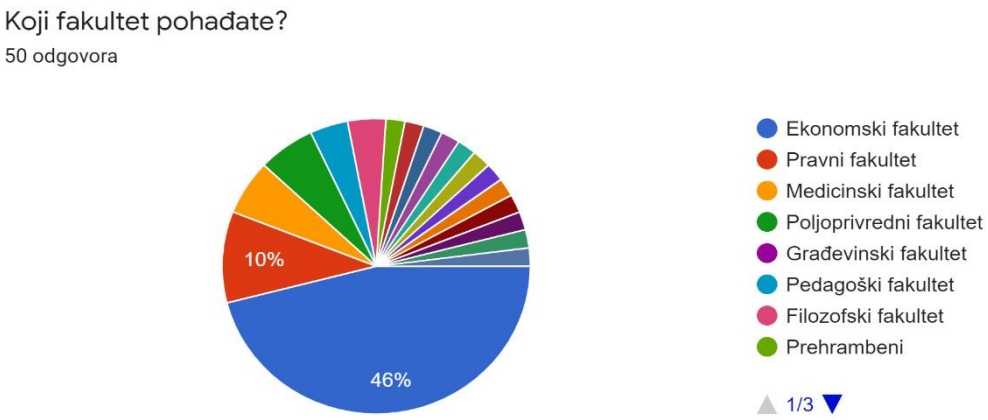
Slika 3: Dob ispitanika



Izvor: Istraživanje autora

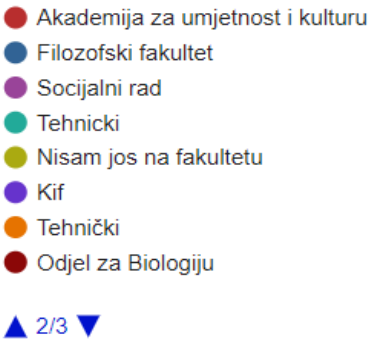
Na slici 3 se može vidjeti da je od 50 ispitanika njih 42% bilo u dobi od 18 do 22 godine, 48% je bilo u dobi od 23 do 27 godina, dok je njih 10% bilo u dobi od 28 do 32 godine. Dakle, u istraživanju je bilo najviše osoba u dobi od 23 do 27 godina, odnosno njih 24. U dobi od 18 do 22 godine sudjelovala je 21 osoba, dok je u dobi od 28 do 32 godine sudjelovalo 5 osoba. Sljedeće pitanje u anketnom istraživanju je tražilo od studenata da napišu koji fakultet pohađaju. Prikaz strukture fakulteta donosi slika 4.

Slika 4: Struktura fakulteta 1/3



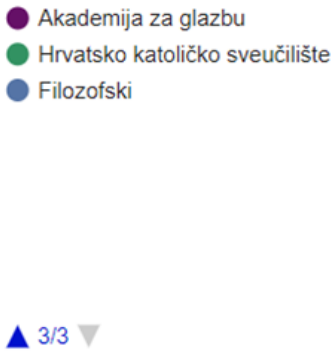
Izvor: Istraživanje autora

Slika 5: Struktura fakulteta 2/3



Izvor: Istraživanje autora

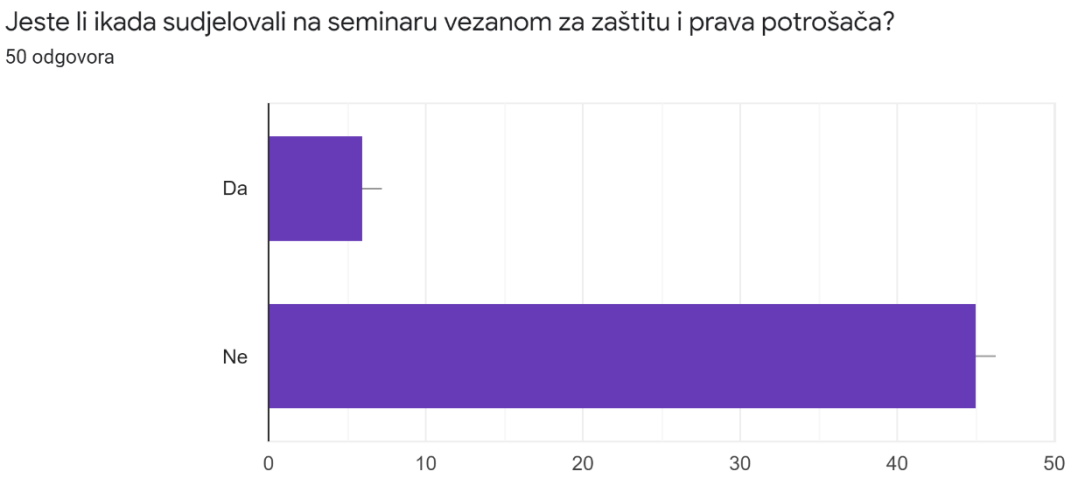
Slika 6: Struktura fakulteta 3/3



Izvor: Istraživanje autora

Iz grafičkog prikaza se može vidjeti da najviše sudionika istraživanja pohađa Ekonomski fakultet (46% ispitanika), dok Pravni fakultet pohađa 10% ispitanika. Ostali ispitanici pohađaju različite fakultete kao što su Medicinski fakultet, Poljoprivredni fakultet, Građevinski fakultet itd. Sljedeće pitanje u anketnom upitniku tražilo je od studenata da odgovore jesu li ikada sudjelovali na seminaru vezanom za zaštitu i prava potrošača. Odgovori će biti prikazani na slici 7.

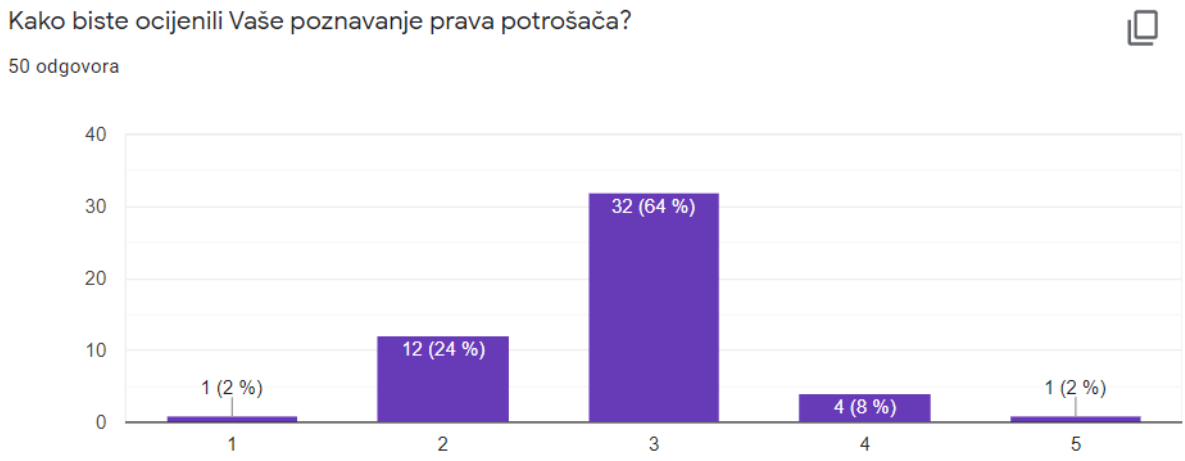
Slika 7: Sudjelovanje na seminaru o zaštiti potrošača



Izvor: Istraživanje autora

Od 50 ispitanika na ovo pitanje je negativno odgovorilo njih 45 (90% ispitanika) dok je samo njih 5 (10%) dalo potvrdan odgovor da su bili dio seminara vezanog za zaštitu i prava potrošača. Po slici 7 se može zaključiti da studenti osječkih fakulteta nisu imali pristup seminarima i predavanjima na temu zaštite i prava potrošača te da nisu upoznati sa svojim pravima kao potrošači. Slika 8 prikazuje odgovor na pitanje „Kako biste ocijenili Vaše poznavanje prava potrošača?“

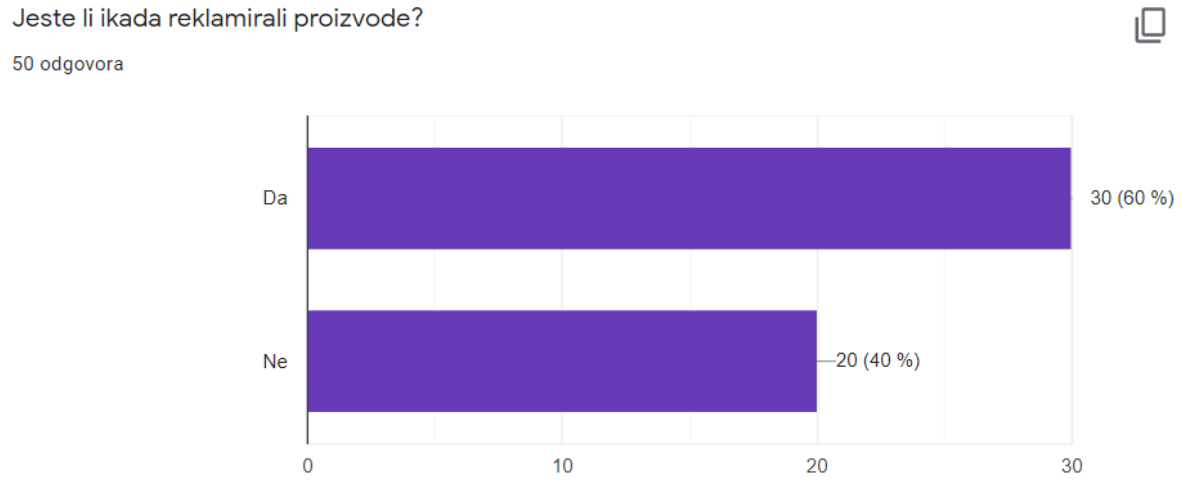
Slika 8: Poznavanje prava potrošača



Izvor: Istraživanje autora

Na navedeno pitanje 2% ispitanika odnosno 1 osoba je odgovorila kako ne poznaje prava potrošača, i isto tako 1 osoba je odgovorila kako odlično poznaje prava potrošača. 8% odnosno 4 ispitanika vrlo dobro poznaju prava potrošača, dok 24% odnosno 12 ispitanika smatra da dovoljno poznaje prava potrošača. Najveći broj ispitanika njih 32 (64%) smatraju kako je njihovo poznavanje prava potrošača dobro. Sljedeće pitanje u anketnom istraživanju je „Jeste li ikada reklamirali proizvode?“. Slika 9 prikazuje odgovor na to pitanje.

Slika 9: Reklamiranje proizvoda



Izvor: Istraživanje autora

Od 50 ispitanika njih 30 (60%) je odgovorilo kako su reklamirali proizvode, dok je njih 20 (40%) dalo negativan odgovor na to pitanje. Iduće pitanje u anketnom upitniku je tražilo da studenti koji su dali potvrdan odgovor napišu koje su proizvode reklamirali. Pitanje je bilo otvorenog tipa i studenti su dali kratke odgovore. Proizvodi koje su studenti reklamirali su bili sljedeći:

- Odjevni predmeti
- Obuća
- Namirnice
- Kućanski aparati
- Namještaj
- Elektronika
- Kozmetika

Na 8. pitanje „U kojem je roku trgovac obvezan odgovoriti na pismeni prigovor potrošača?“ studenti su morali odgovoriti na jedan od ponuđenih odgovora. Slika 10 donosi prikaz odgovora.

Slika 10: Odgovor trgovca na pismeni prigovor potrošača



Izvor: Istraživanje autora

Točan odgovor na ovo pitanje je da je trgovac obvezan odgovoriti na pisani prigovor potrošača u roku od 15 dana a na njega je odgovorilo 36% ispitanika. 18% ih je odgovorilo da je trgovac obvezan odgovoriti u roku od 7 dana. 20% ispitanika smatra da je rok 30 dana, dok njih 24% ne zna odgovor na pitanje. Manji broj ispitanika smatra da trgovac nije obvezan odgovoriti na pismeni prigovor. Deveto pitanje u anketnom istraživanju je bilo pitanje otvorenog tipa i od studenata se tražilo da navedu udruge za koje su čuli da se bave zaštitom i pravima potrošača u Republici Hrvatskoj. Pitanje nije bilo obavezno i na njega je odgovorilo 25 ispitanika. Njih 8 je znalo nabrojati udruge za zaštitu i prava potrošača. Odnosno „Hrvatska udruga za zaštitu potrošača“ i „Potrošač“. Manji broj ispitanika je znao za udrugu „Potrošač“. Neki od odgovora bili su:

- Hakom
- Potrošački kod (emisija)
- Potrošački forum
- Ne znam

Zadnje pitanje anketnog istraživanja također je bilo otvorenog tipa, od studenata se tražilo da napišu prema njihovom mišljenju, na koji način bi se mogla podići svijest o pravima potrošača. Neki od odgovora su sljedeći:

- Edukacijama
- Bolje oglašavanje na društvenim mrežama
- Putem medija
- Učenje kroz srednjoškolsko obrazovanje
- Reklame na TV-u
- Radionice

6. Zaključak

Potrošač je osoba koja na tržištu koristi proizvode i usluge kao krajnji korisnik i to isključivo za osobne potrebe. Svaki pojedinac na tržištu ujedno predstavlja i potrošača, odnosno kupuje proizvode i usluge od trgovaca koji nude i nastoje prodati te proizvode i usluge i pritom ne pazeći uvijek hoće li time povrijediti njihova prava. Većina potrošača nije svjesna prava koja imaju na tržištu i zato ih se treba educirati i informirati. Zaštita potrošača je praksa zaštite kupaca roba i usluga koji se zbog manjka opreznosti i poznavanja svojih prava susreću sa nepoštenim poslovnim praksama na tržištu. Njihova prava se utvrđuju zakonima, a u Republici Hrvatskoj potrošačka prava su utvrđena Zakonom o zaštiti i pravima potrošača. Na snazi su zakoni NN **41/14**, **110/15**, **14/19**. Kroz Nacionalni program zaštite potrošača osnažuje se položaj potrošača u RH i povećava se njihovo povjerenje u tržište. Cilj ovog programa je zaštititi potrošače te poboljšati njihovu kvalitetu života. Nadalje, u Hrvatskoj postoje dvije značajne udruge koje se bave zaštitom i pravima potrošača a to su „Hrvatska udruga za zaštitu potrošača“ i „Društvo za zaštitu potrošača Hrvatske (Potrošač). Udruge za zaštitu potrošača osnivaju potrošači radi zaštite svojih interesa i prava, rade neovisno o interesima trgovaca, informiraju potrošače i pružaju im zaštitu.

Za potrebe ovog diplomskog rada provedeno je anketno istraživanje među studentima osječkih fakulteta kako bi se dobio uvid koliko studenti poznaju svoja potrošačka prava. U anketiranju je sudjelovalo 50 studenata koji su anonimno odgovarali na pitanja iz ankete koja će biti prikazana u prilogu na kraju rada. Rezultati anketiranja su pokazali kako većina studenata nije upoznata sa svojim potrošačkim pravima, na pitanje „Jeste li ikada sudjelovali na seminaru vezanom za zaštitu i prava potrošača?“ od 50 ispitanika njih čak 45 (90%) je odgovorilo kako nikada nisu sudjelovali na seminaru vezanom za zaštitu i prava potrošača. To pokazuje da studentima nije omogućena pravilna edukacija i upoznavanje sa njihovim pravima, počevši od srednjoškolskog obrazovanja. Kao što je ranije prikazano u radu većina studenata je davala krive odgovore na pitanja, i iako se 50% njih izjasnilo da je reklamiralo proizvode koje su kupili, samo 36% odnosno njih 18 od 50 ispitanika je znalo da trgovac mora odgovoriti na pisani prigovor u roku od 15 dana. Ti podaci su zabrinjavajući jer se radi o maloj skupini ispitanika, a neznanje studenata i općenito građana Republike Hrvatske je puno veće. Zbog ovakvih podataka dolazi se do zaključka da bi se udruge za zaštitu potrošača trebale više promovirati, kroz društvene mreže, razne edukacije, radionice itd. I da bi se

građane RH trebalo od najranije dobi informirati o njihovim pravima kako bi stekli veće povjerenje u tržište.

Literatura

- Berger, K. i drugi. (2009). Zaštita potrošača – priručnik za učitelje. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje. Dostupno na: https://www.azoo.hr/images/stories/dokumenti/Zastita_potrosaca_prirucnik_ucitelji.pdf (pristupljeno: 4.5.2021.)
- Europska komisija, Udruge za zaštitu potrošača u EU (2020.) Dostupno na: https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/european-and-international-consumer-organisations_hr#role-of-consumer-organisations (pristupljeno: 21.5.2021.)
- Hrvatska udruga za zaštitu potrošača. (2019)- HUZP Dostupno na: http://www.huzp.hr/?page_id=1812 (pristupljeno: 5.6.2021.)
- Informator, Novine o zakonu o zaštiti potrošača (2019.) Dostupno na: https://informator.hr/strucni-clanci/novine-u-zakonu-o-zastiti-potrosaca (pristupljeno: 8.5. 2021.)
- Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. (2018). Priručnik za potrošače. Dostupno na: http://potrosac.mingo.hr/slike/dokumenti_3/g2018/m03/x1482342533499353.pdf (pristupljeno: 8.5.2021.)
- Nacionalni program za zaštitu potrošača u razdoblju od 2021.-2024. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_03_29_620.html (pristupljeno: 10.5.2021)
- Narodne novine. (2014). Zakon o pravima potrošača. Narodne novine, br.41/2014. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_03_41_723.html (pristupljeno 10.5.2021.)
- Narodne novine. (2019). Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o pravima potrošača Narodne novine, br.14/2019. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_02_14_279.html (pristupljeno 10.5.2021.)

- Potrošač – Društvo za zaštitu potrošača Hrvatske. (2013).
  Dostupno na: https://www.potrosac.hr/index.php/o-nama
  (pristupljeno: 5.6.2021.)
- Središnji portal za potrošače- szp (2017)
  Dostupno:
  https://www.szp.hr/UserDocsImages//dokumenti/Objave/Javno_financiranje.pdf
  (pristupljeno 15.6.2021)

Popis slika

Slika 1 Naknade za roaming u EU (2012.-2017.) 7
Slika 2: Spol ispitanika 24
Slika 3: Dob ispitanika 25
Slika 4: Struktura fakulteta 1/3 26
Slika 5: Struktura fakulteta 2/3 26
Slika 6: Struktura fakulteta 3/3 27
Slika 7: Sudjelovanje na seminaru o zaštiti potrošača 27
Slika 8: Poznavanje prava potrošača 28
Slika 9: Reklamiranje proizvoda 29
Slika 10: Odgovor trgovca na pismeni prigovor potrošača 30

Prilog 1: Anketni upitnik

Anketni upitnik o poznavanju prava potrošača!

Poštovani, pred Vama je upitnik o poznavanju zaštite i prava potrošača. Upitnik provodi studentica 2. godine diplomskog studija s ciljem izrade diplomskog rada na temu "Zaštita i prava potrošača". Ispunjavanje upitnika je anonimno.

*Obavezno

Spol? *

- Žensko
- Muško

Koliko imate godina? *

- 18-22
- 23-27
- 28-32

Koji fakultet pohađate? *

- Ekonomski fakultet
- Pravni fakultet
- Medicinski fakultet
- Poljoprivredni fakultet
- Građevinski fakultet
- Pedagoški fakultet
- Ostalo _____

Jeste li ikada sudjelovali na seminaru vezanom za zaštitu i prava potrošača? *

- Da

- Ne

Kako biste ocijenili Vaše poznavanje prava potrošača? *

Nedovoljno 1 2 3 4 5 Odlično

Reklamacija proizvoda

S reklamacijom se obraćate prodavatelju koji, ovisno o vašem zahtjevu, mora zamijeniti proizvod, otkloniti nedostatak na proizvodu ili sniziti cijenu proizvoda odnosno, ako su ispunjene zakonske pretpostavke, vratiti vam novac.

Jeste li ikada reklamirali proizvode? *

- Da
- Ne

Ako da, koji su proizvodi bili u pitanju?

_____

U kojem je roku trgovac obvezan odgovoriti na pismeni prigovor potrošača? *

- 7 dana
- 15 dana
- 30 dana
- Nije obvezan odgovoriti na pismeni prigovor
- Ne znam

Navedite udruge za koje ste čuli da se bave zaštitom i pravima potrošača.

_____

Prema Vašem mišljenju, na koji način bi se mogla podići svijest o pravima potrošača? *

_____