



GRADANSKI AKTIVIZAM

Politika i doprinos razvoju zaštite prava potrošača

Podgorica, 2022. godine.

SADRŽAJ

1. Uvod
2. Pravni okvir normi usmjerenih na zaštitu prava potrošača
3. Rezultati istraživanja na temu **“Politika i doprinos razvoju zaštite prava potrošača”**
4. Tehnološki alati i inovacije
5. Zaključak

UVOD:

Zaštita potrošača je skup mjera koje se primjenjuju u cilju zaštite prava i interesa potrošača u tržišnoj utakmici. Ove mjere uključuju regulativne okvire, zakone i druge propise, kao i organizacije i udruženja koja rade na promociji i zaštiti prava potrošača.

Postoji nekoliko područja koja se pokrivaju pod zaštitom potrošača:

1. Sigurnost proizvoda - Proizvodi koji se stavljaju na tržište moraju biti sigurni za korištenje, a proizvođači moraju osigurati da su njihovi proizvodi testirani i da ispunjavaju sigurnosne standarde.
2. Oznake na proizvodima - Potrošači moraju biti informirani o tome što kupuju, uključujući informacije o sastojcima, zemlji porijekla i drugim karakteristikama proizvoda. Potrošači imaju pravo na jasne i istinite informacije o proizvodima koje kupuju.
3. Pravila reklamiranja - Proizvođači ne smiju varati potrošače lažnim ili nepotpunim reklamama. Potrošači imaju pravo na istinite i objektivne informacije o proizvodima koje kupuju.
4. Pravo na povrat proizvoda - Potrošači imaju pravo vratiti proizvod i dobiti povrat novca ako proizvod nije ispravan ili ako ne ispunjava uslove prodaje.
5. Pravo na pritužbu - Potrošači imaju pravo podnijeti pritužbu ako su nezadovoljni proizvodom ili uslugom. Pravna lica moraju imati postupak za rješavanje pritužbi potrošača.
6. Zaštita ličnih podataka - Potrošači imaju pravo na zaštitu svojih ličnih podataka, uključujući podatke o kupovini i drugim podacima koje su dali firmama odnosno kompanijama.
7. Zaštita od prevara - Potrošači moraju biti zaštićeni od prevara i nezakonitih aktivnosti poput phishinga, krađe identiteta i drugih oblika internetskih prevara.

Zaštita potrošača osigurava da se potrošači zaštite od prevara i neispravnih proizvoda, te da imaju pravo na jasne i istinite informacije o proizvodima koje kupuju. Postoji niz organizacija i udruženja koja rade na promociji i zaštiti prava potrošača, kao što su Nacionalne kancelarije za potrošače, nevladine organizacije i druga udruženja potrošača. Zaštita potrošača se odnosi na niz pravnih i zakonodavnih mjera koje su usmjerene na zaštitu potrošača od lošeg poslovanja i praksi trgovaca i proizvođača. Ova zaštita uključuje niz prava koja se pružaju potrošačima, uključujući pravo na informacije, pravo na izbor, pravo na sigurnost, pravo na reklamaciju, pravo na povraćaj novca i pravo na privatnost.

Pravni okvir normi usmjerenih na zaštitu prava potrošača

Pravo na informacije je ključno pravo koje potrošači imaju. Trgovci i proizvođači moraju pružiti jasne i istinite informacije o proizvodima i uslugama koje nude. Ovo uključuje informacije o cijenama, sastojcima, kvalitetu, sigurnosti, i drugim karakteristikama proizvoda i usluga. Potrošači imaju pravo na ove informacije kako bi mogli donositi odluke o svojim kupovinama.

Pravo na izbor omogućuje potrošačima da biraju između različitih proizvoda i usluga koje su im dostupne na tržištu. Trgovci i proizvođači ne smiju ograničiti izbor potrošača na jedan proizvod ili uslugu, osim ako to nije opravdano sigurnosnim ili drugim razlozima.

Pravo na sigurnost osigurava da proizvodi i usluge koje potrošači kupuju budu sigurni za upotrebu i da isti neće uzrokovati štetu njima ili drugima. Ovo pravo obuhvata i zaštitu potrošača od štetnih posljedica proizvoda ili usluga koje su loše dizajnirane, neispravne ili opasne.

Pravo na reklamaciju omogućuje potrošačima da se žale na neispravne proizvode ili usluge i traže zamjenu, popravku ili povrat novca. Trgovci i proizvođači moraju imati jasna pravila i postupke za podnošenje reklamacija, kao i adekvatne mehanizme za rješavanje pritužbi.

Pravo na povraćaj novca omogućuje potrošačima da vrate proizvod i dobiju povraćaj novca ako nisu zadovoljni njime. Ovo pravo se obično primjenjuje u određenom roku nakon kupovine, a uslovi i rokovi zavise od zakonskih normi ali i proizvođača odnosno prodavca.

Pravo na privatnost se odnosi na zaštitu ličnih podataka potrošača od neovlašćenog prikupljanja, obrade i korištenja. Trgovci i proizvođači moraju se pridržavati zakonskih normi.

Tabelarni prikaz zaštite prava potrošača:

(Tabela 1.1)

Naziv	Opis
<u>Zakon o zaštiti potrošača</u>	Glavni zakon koji uređuje zaštitu potrošača u vezi sa kupovinom i prodajom proizvoda i usluga.
Pravo na povraćaj novca	Potrošač ima pravo da vrati proizvod i dobije povraćaj novca ako proizvod nije u skladu sa ugovorom ili ako se proizvod ne može koristiti u predviđene svrhe.
Pravo na reklamaciju	Potrošač ima pravo da reklamira proizvod ako nije u skladu sa ugovorom ili ako se ne može koristiti u predviđene svrhe.

Naziv	Opis
Pravo na informisanje	Potrošač ima pravo da bude informisan o karakteristikama proizvoda, cijeni, načinu plaćanja i drugim važnim informacijama prije kupovine.
Pravo na bezbjednost	Trgovac je dužan da obezbijedi da proizvod bude bezbjedan i da posjeduje odgovarajuće oznake i uputstva za upotrebu.
Zaštita podataka o potrošačima	Trgovac je dužan da štiti lične podatke potrošača i da ih ne koristi u druge svrhe osim za one za koje su potrošači dali pristanak.
Kazne i sankcije	Trgovci koji krše prava potrošača mogu biti kažnjeni novčanim kaznama i drugim sankcijama.
Organizacije za zaštitu potrošača	Postoje organizacije koje se bave zaštitom prava potrošača i koje mogu pružiti savjete i pomoć u slučaju problema sa trgovcima.

Zaštita potrošača je važna tema u savremenom svijetu, posebno u vrijeme kada postoji velika raznolikost proizvoda i usluga koje se nude na tržištu. Potrošači mogu biti izloženi različitim oblicima zloupotrebe, prevare ili nepoštenih praksi, a politika zaštite potrošača ima za cilj osigurati da se potrošači zaštite od takvih rizika.

Najvažnije uloge politike zaštite potrošača su:

1. Zaštita zdravlja i sigurnosti potrošača: Potrošači se mogu suočiti sa različitim rizicima koji mogu ugroziti njihovo zdravlje i sigurnost, poput proizvoda koji su lošeg kvaliteta ili neispravni. Politika zaštite potrošača osigurava da se proizvodi i usluge koje se nude na tržištu ispituju i testiraju kako bi se osigurala njihova sigurnost i kvalitet.
2. Zaštita od zloupotrebe i nepoštenih praksi: Postoje mnoge zloupotrebe i nepoštene prakse koje se mogu pojaviti na tržištu, poput lažnog oglašavanja, prevara i sl. Politika zaštite potrošača osigurava da se takve prakse identifikuju i kažnjavaju kako bi se zaštitili potrošači od takvih rizika.
3. Promocija prava potrošača: Potrošači imaju pravo na pravičan tretman, uključujući pravo na informiranost, izbor, pravnu zaštitu i pravo na pritužbu. Politika zaštite potrošača ima za cilj osnažiti potrošače i osigurati da se njihova prava poštuju.
4. Promocija konkurencije: Politika zaštite potrošača takođe ima za cilj promicati konkurenciju na tržištu, kako bi se osiguralo da potrošači imaju pristup raznolikoj ponudi proizvoda i usluga po razumnoj cijeni. Konkurencija je ključna za smanjenje cijena i poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga.

Ukupno gledano, politika zaštite potrošača igra važnu ulogu u osiguravanju da se potrošači zaštite od različitih rizika i da imaju pravo na pravičan tretman. Politika zaštite potrošača takođe ima za

cilj promicati konkurenciju na tržištu, što može dovesti do poboljšanja samog kvaliteta ekonomskog razvoja i doprinosa.

Najvažnije uloge zaštite potrošača su:

1. Informisanje potrošača - Pružanje jasnih i tačnih informacija potrošačima o proizvodima i uslugama koje kupuju, uključujući cijenu, sastav, upotrebu, sigurnost, prava i obaveze potrošača.
2. Zaštita potrošačkih prava - Zaštita prava potrošača od nepravedne trgovine i zloupotreba, uključujući pravo na sigurnost, izbor, pravičnu cijenu, pravo na žalbu, naknadu štete, te pravo na privatnost.
3. Kontrola kvaliteta proizvoda i usluga - Osiguravanje da su proizvodi i usluge koje se nude na tržištu sigurni i zadovoljavaju određene standarde kvalitete, što uključuje redovnu kontrolu i testiranje proizvoda.
4. Prevencija prevara i zavaravanja - Sprječavanje neistinitog oglašavanja, zavaravanja i obmane potrošača kroz uspostavljanje propisa koji štite potrošače od lažnog predstavljanja proizvoda i usluga.
5. Edukacija potrošača - Pružanje savjeta i edukacija potrošača o njihovim pravima i obavezama, te o načinima na koje mogu zaštititi svoje interese i riješiti probleme koje imaju s proizvodima i uslugama koje su kupili.

Rezultati istraživanja na temu “Politika i doprinos razvoju zaštite prava potrošača”

Anketa koja je sprovedena imala je za cilj da sazna mišljenja i informisanost građana Crne Gore o Zakonu o zaštiti potrošača i njihovim pravima kao potrošača. Prvo pitanje je imalo za cilj da utvrdi da li ispitanici uopšte znaju za postojanje ovog zakona, dok je drugo pitanje provjeravalo da li su informisani o svojim pravima koja proizilaze iz ovog zakona.

Treće pitanje je bilo usmjereno na to da li ispitanici znaju kome mogu da se obrate u slučaju da smatraju da su im povrijeđena prava kao potrošaču, dok su naredna tri pitanja provjeravala da li su ispitanici imali iskustva sa žalbama na proizvod/uslugu, povraćajem novca ili pružanjem pogrešnih informacija od strane prodavca.

Odgovor na osmo pitanje bilo je mišljenje ispitanika o kaznama za kršenje prava potrošača u Crnoj Gori, dok su poslednja dva pitanja bila usmjerena na to da li su ispitanici upoznati sa pravilima koja se odnose na online kupovinu i da li bi bili zainteresovani za dodatne informacije o svojim pravima kao potrošaču.

Rezultati ovog istraživanja su važni jer pomažu u utvrđivanju nivoa informisanosti građana o Zakonu o zaštiti potrošača i njihovim pravima kao potrošača. Takođe, pomaže u identifikovanju potencijalnih problema i nedostataka u primjeni ovog zakona, što može dovesti do poboljšanja zaštite potrošača u Crnoj Gori.

U nastavku se može sagledati uporedni prikaz rezultata na data pitanja u tri grada na teritoriji Crne Gore.

Istraživanje je sprovedeno u Podgorici, Baru i Kolašinu.

- **Uporedni prikaz, pitanja broj 1.**

Prikazano je da se u Podgorici povodom prvog pitanja koje glasi:

Da li ste čuli za Zakon o zaštiti potrošača u Crnoj Gori?

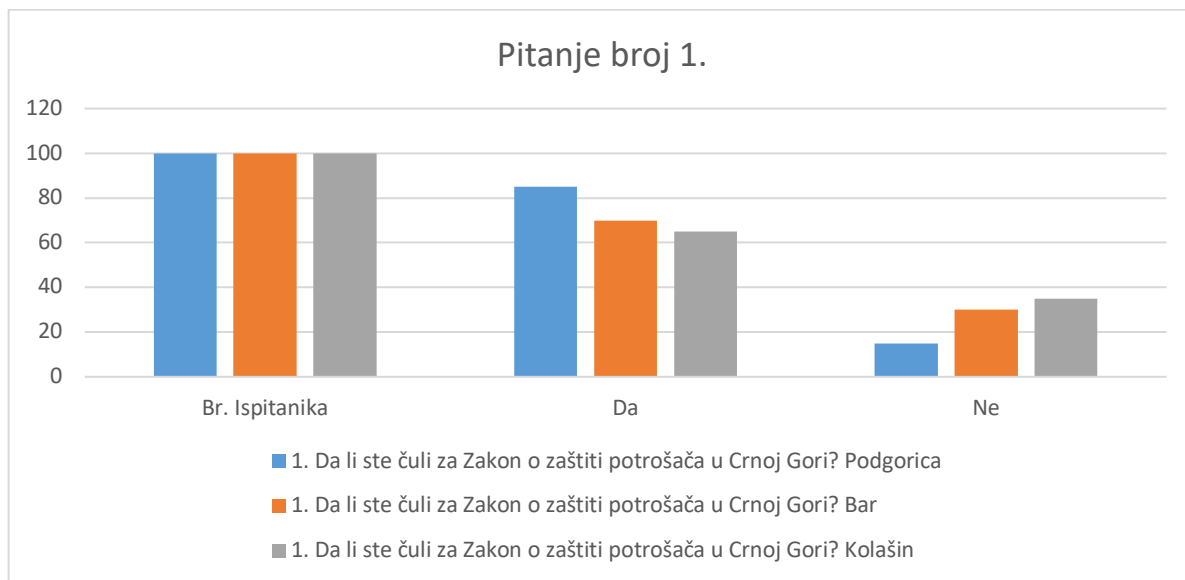
- 85 ispitanika izjasnilo da su upoznati sa postojanjem zakona, dok je 15 ispitanika imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru:

- 70 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 30 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu:

- 65 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 35 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na prvo pitanje najveći stepen obaviještenosti o postojanju Zakona o zaštiti potrošača u Crnoj Gori u Podgorici, potom u Baru, a zatim u Kolašinu.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 2.**

Da li znate šta su vaša prava kao potrošača prema Zakonu o zaštiti potrošača u Crnoj Gori?

Prikazuje se da je u Podgorici povodom drugog pitanja:

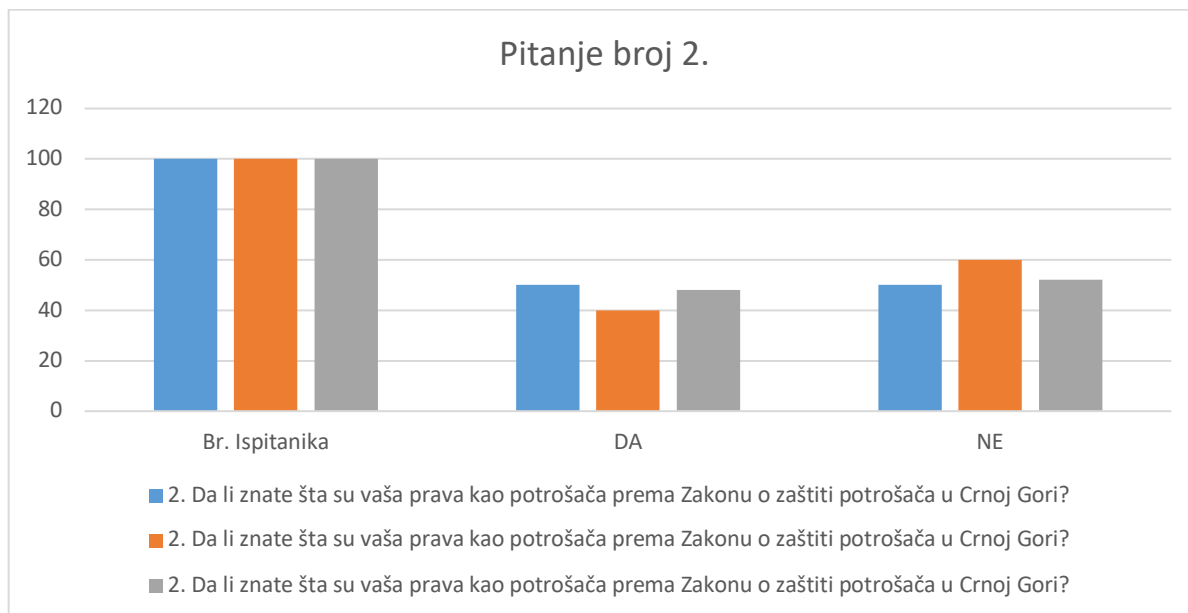
- 50 ispitanika odgovorilo potvrdno, dok je 50 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 40 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 60 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu, odgovor je sledeći:

- 48 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 52 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na drugo pitanje koje se odnosi na poznavanje prava potrošača prema Zakonu o zaštiti potrošača u Crnoj Gori, najveći stepen poznavanja, u Podgorici, potom u Kolašinu, a zatim u Baru.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 3.**

3. Da li znate kome se možete obratiti ukoliko smatrate da su vam povrijeđena prava kao potrošaču?

Prikazuje se da je u Podgorici povodom trećeg pitanja:

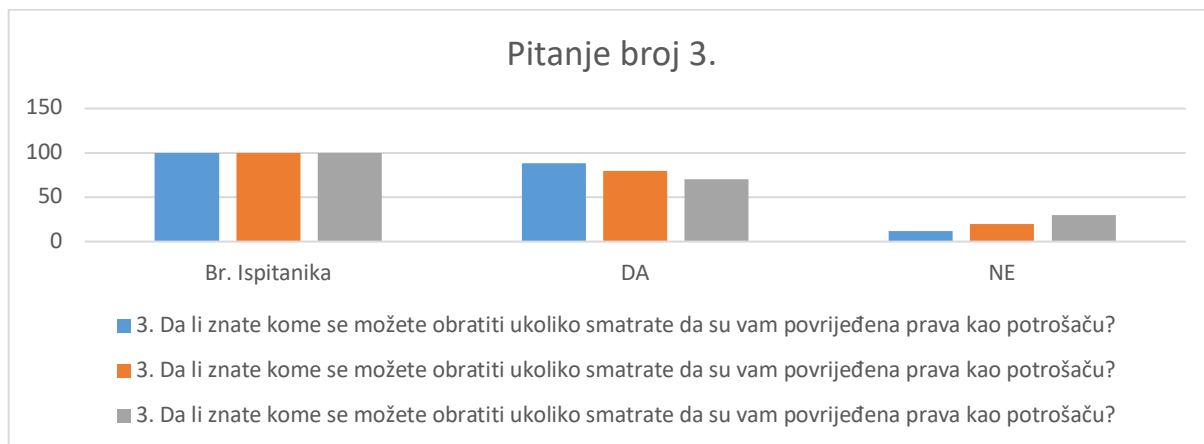
- 88 ispitanika odgovorilo potvrdno, dok je 12 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 80 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 20 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu, odgovor je sledeći:

- 70 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 30 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na treće pitanje koje se odnosi na to kome se pojedinac može obratiti ukoliko smatra da su njegova prava povrijeđena kao potrošaču, najveći stepen poznavanja, u Podgorici, potom u Baru, a zatim u Kolašinu.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 4.**

4. Da li ste ikada podnijeli žalbu prodavcu zbog nekog problema sa proizvodom/uslugom?

Prikazuje se da je u Podgorici povodom četvrtog pitanja:

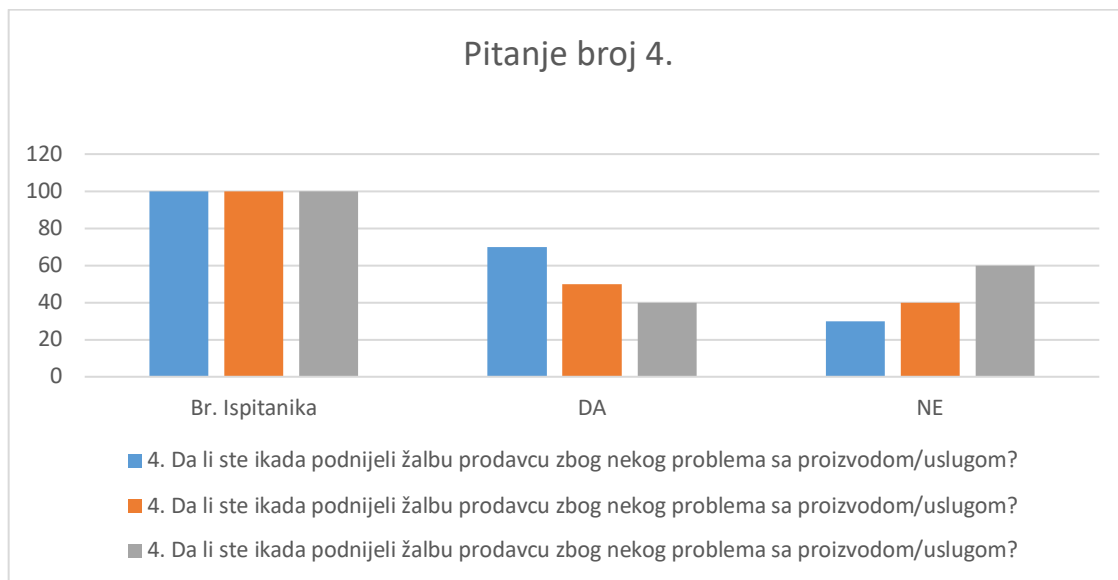
- 70 ispitanika odgovorilo potvrdno, dok je 13 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 60 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 40 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu:

- 40 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 60 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na četvrto pitanje koje se odnosi na to da li su pojedinci ikada podnijeli žalbu prodavcu zbog nekog problema sa proizvodom ili uslugom, najveći stepen potvrdnog odgovora dat u Podgorici, potom u Baru, a zatim u Kolašinu.

- **Uparedni prikaz pitanja broj 5.**

5. Da li ste ikada bili u situaciji da ste morali da tražite povraćaj novca za neki proizvod/uslugu?

Prikazuje se da je u Podgorici povodom petog pitanja:

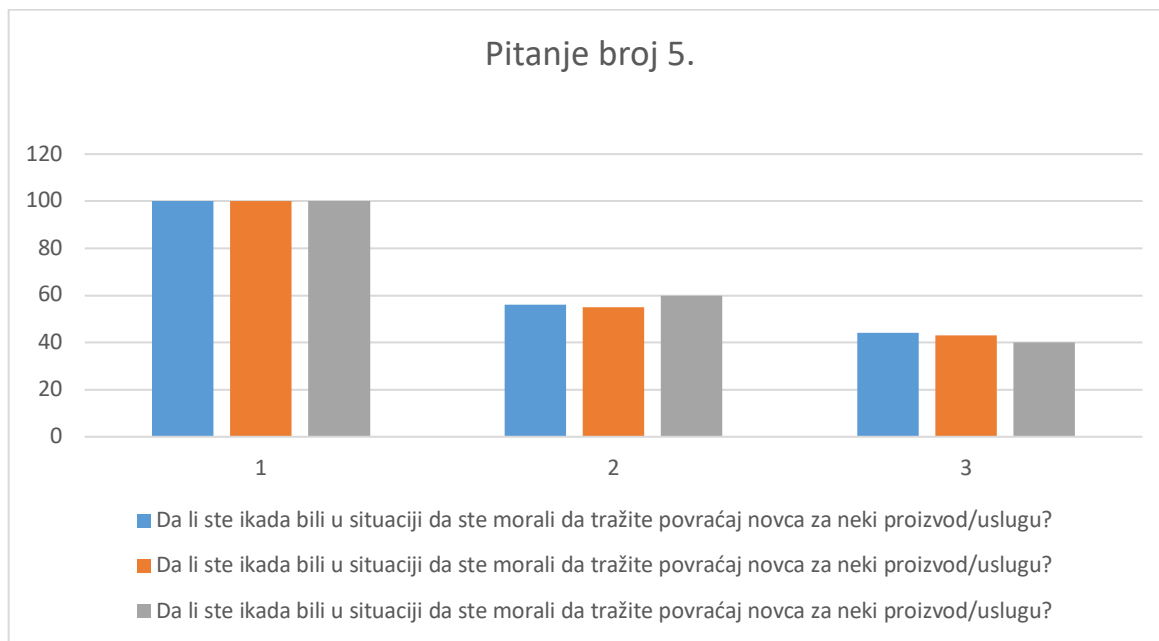
- 56 ispitanika odgovorilo potvrdno, dok je 44 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 55 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 43 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu:

- 60 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 40 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na peto pitanje koje se odnosi na to da li su pojedinci ikada morali tražiti povraćaj novca, najveći stepen potvrdnog odgovora je dat u Kolašinu, potom u Podgorici, a zatim u Baru.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 6.**

6. *Da li vam je ikada prodavac pružio pogrešne informacije o proizvodu/usluzi koju ste kupili?*

U Podgorici povodom šestog pitanja:

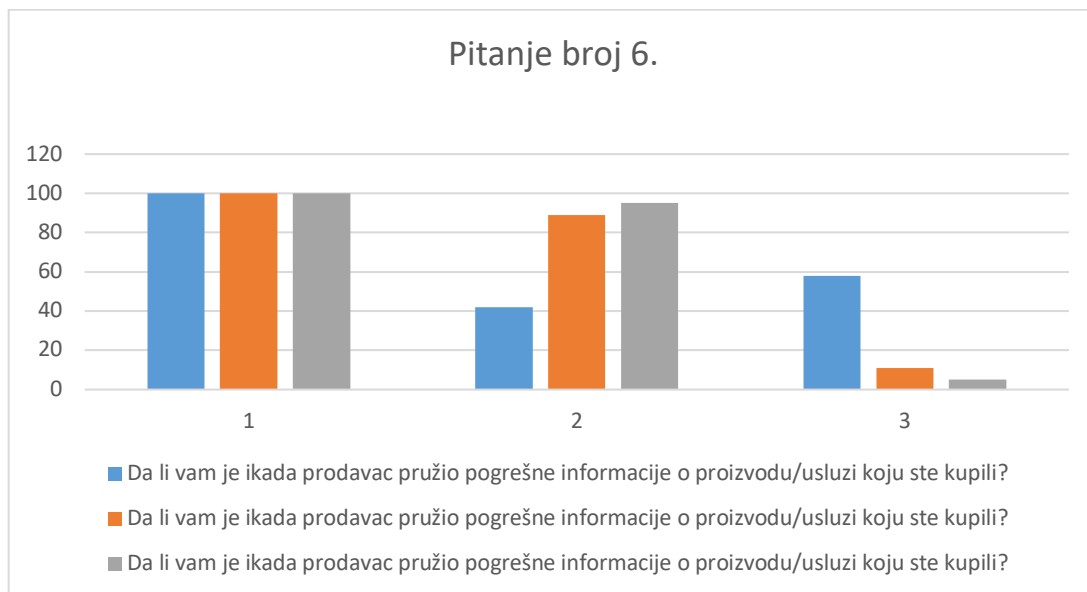
- 42 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 58 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 89 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 11 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu, odgovor je sledeći:

- 95 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 5 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na šesto pitanje koje se odnosi na to da li je ikada prodavac pružio pogrešne informacije o proizvodu ili usluzi koju je pružio, najveći stepen potvrdnog odgovora dat u Kolašinu, potom u Baru, a zatim u Podgorici.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 7.**

7. Da li vam je ikada prodavac naplatio veću cijenu od one koju je istaknuo za proizvod/uslugu?

U Podgorici povodom sedmog pitanja:

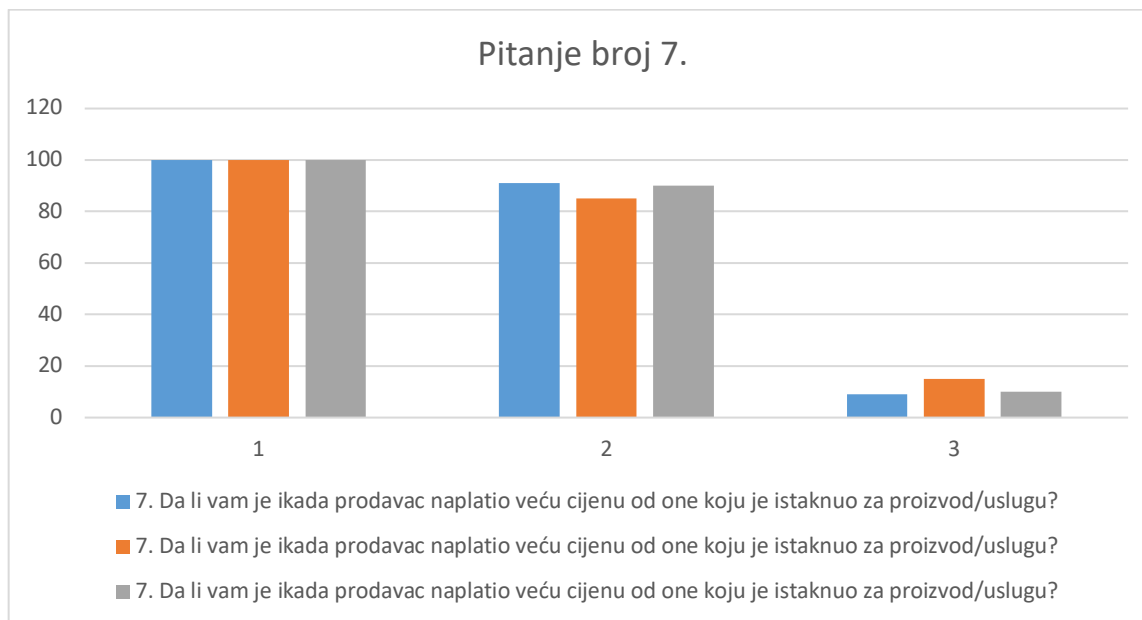
- 91 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 9 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 85 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 15 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu, odgovor je sledeći:

- 90 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 10 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na sedmo pitanje koje se odnosi na to da li je ikada prodavac naplatio veću cijenu od one koja je istaknuta na proizvodu, najveći stepen potvrdnog odgovora dat u Podgorici, potom u Kolašinu, a zatim u Baru.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 8.**

8. Da li smatrate da su kazne za kršenje prava potrošača dovoljno visoke u Crnoj Gori?

U Podgorici je povodom drugog pitanja:

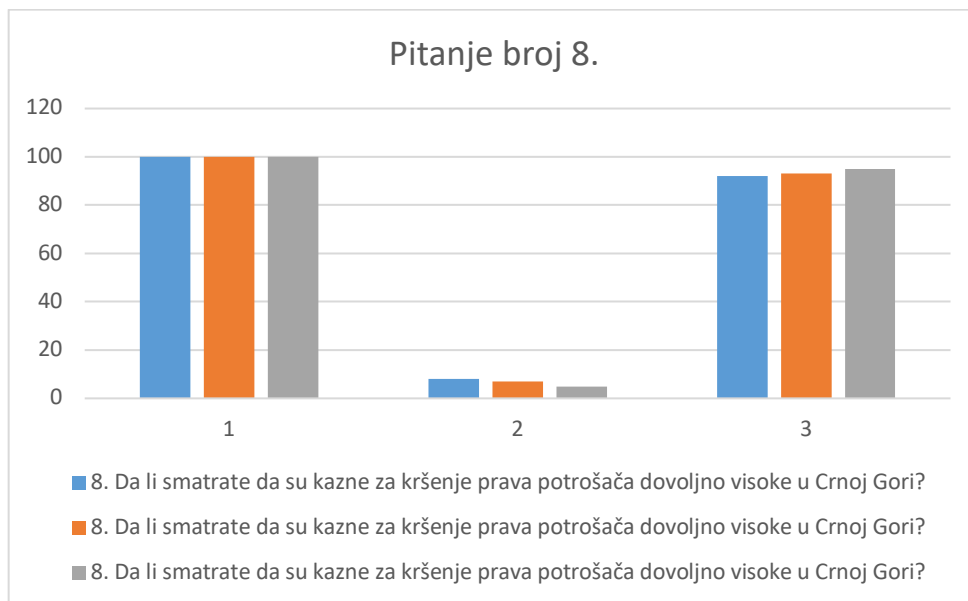
- 8 ispitanika odgovorilo potvrdno, dok je 92 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 7 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 93 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu, odgovor je sledeći:

- 5 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 95 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na osmo pitanje koje se odnosi na to da li su kazne za kršenje prava potrošača dovoljno visoke u našoj državi, najveći stepen potvrdnog odgovora dat u Podgorici, potom u Baru, a zatim u Kolašinu.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 9.**

9. Da li ste upoznati sa pravilima koja se odnose na online kupovinu u Crnoj Gori?

U Podgorici povodom devetog pitanja:

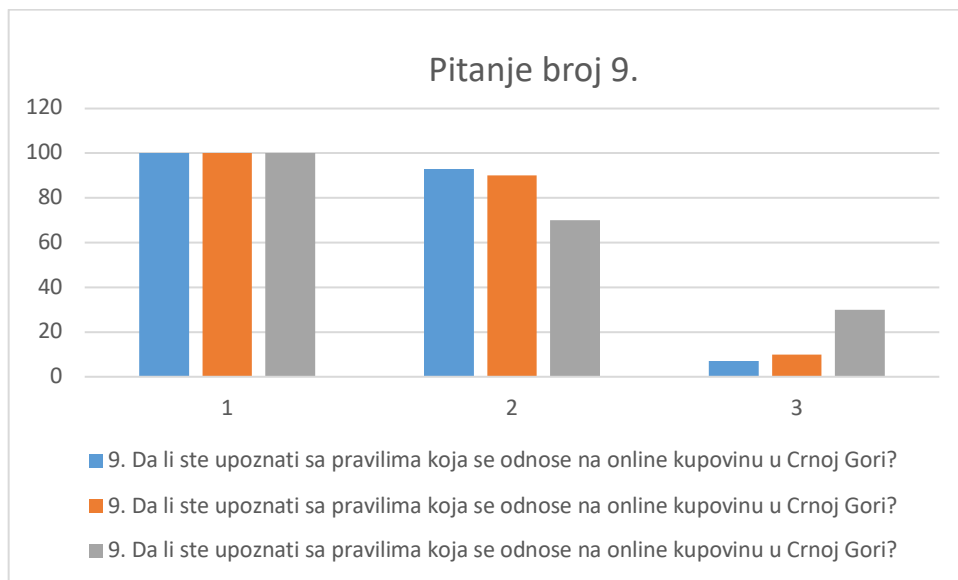
- 93 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 7 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 90 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 10 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu, odgovor je sledeći:

- 70 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 30 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na deveto pitanje koje se odnosi na to da li su ispitanici upoznati sa pravilima koja se odnose na online kupovinu u našoj državi, najveći stepen potvrdnog odgovora dat u Podgorici, potom u Baru, a zatim u Kolašinu.

- **Uporedni prikaz pitanja broj 10.**

10. Da li biste bili zainteresovani za dodatne informacije o svojim pravima kao potrošaču u Crnoj Gori?

U Podgorici povodom desetog pitanja:

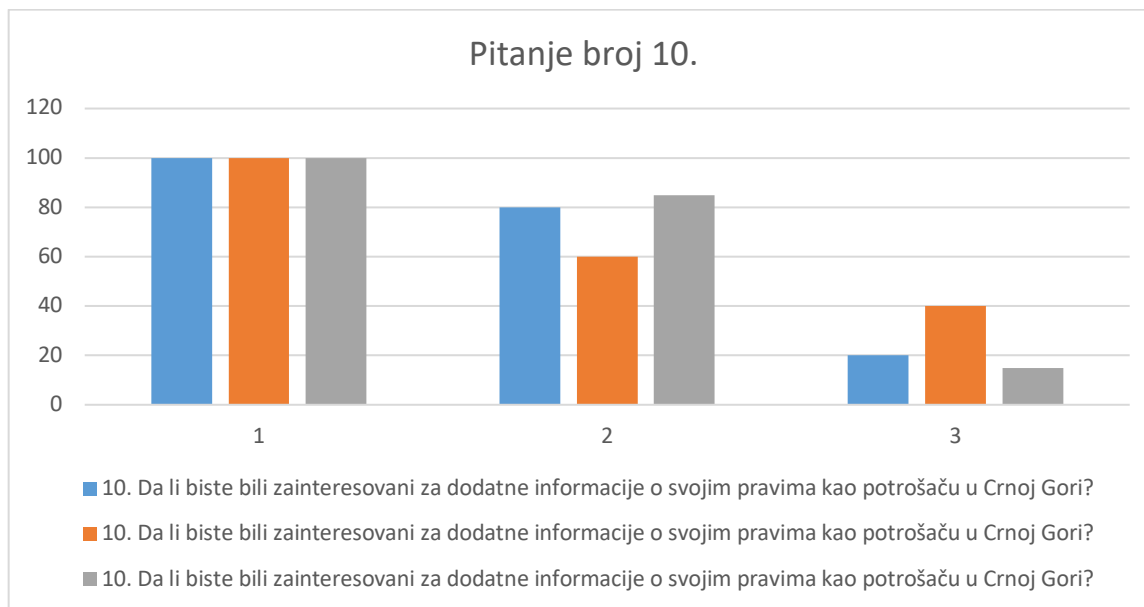
- 80 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 20 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Baru, odgovor je sledeći:

- 60 ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je 40 imalo odričan odgovor.

Na isto pitanje u Kolašinu, odgovor je sledeći:

- 85 ispitanika je odgovorilo sa da, dok je 15 imalo odričan odgovor.



Zaključuje se da je na deseto pitanje koje se odnosi na to da li su ispitanici zainteresovani za dodatne informacije o svojim pravima, kada se nalaze u ulozi potrošača, najveći stepen potvrdnog odgovora dat u Podgorici, potom u Kolašinu, a zatim u Baru.

Tehnološki alati i inovacije

Postizanje cilja zaštite prava potrošača zahtijeva napore od strane različitih aktera, uključujući državu, poslovne subjekte i same potrošače. Evo nekoliko načina kako se može postići ovaj cilj:

Informisanje potrošača: Potrošači moraju biti obrazovani o svojim pravima, te o načinima kako mogu prepoznati neispravne, nesigurne i obmanjujuće proizvode i usluge. To se može postići putem kampanja informisanja, javnih debata, obrazovnih programa u školama i sl. Obrazovni programi u školama mogu biti odličan način da se djeca informišu o svojim pravima kao potrošači. Ovo može uključivati predavanja o pravima potrošača, interaktivne radionice o prepoznavanju neispravnih, nesigurnih i obmanjujućih proizvoda i usluga, kao i simulacije situacija u kojima se djeca mogu naći kao potrošači.

Zatim online edukacija može biti veoma korisna za informisanje potrošača o njihovim pravima i načinima prepoznavanja neispravnih, nesigurnih i obmanjujućih proizvoda i usluga. Organizacije koje se bave zaštitom potrošača mogu napraviti online kurseve i webinare koji će biti dostupni svim potrošačima.

Saradnja sa medijima se takodje javlja kao bitan factor. Organizacije koje se bave zaštitom potrošača mogu uspostaviti saradnju sa medijima kako bi informisali potrošače o njihovim pravima i načinima prepoznavanja neispravnih, nesigurnih i obmanjujućih proizvoda i usluga. Ovo može uključivati objavljivanje članaka, reportaža, intervjua i sl.

Neophodno je i da se povećanja odgovornost poslovnih subjekata, poslovni subjekti moraju biti odgovorni za svoje proizvode i usluge, te za poštovanje prava potrošača. To podrazumijeva strogo poštovanje propisa o sigurnosti proizvoda i usluga, pružanje kvalitetnih informacija o proizvodima i uslugama, te rješavanje problema potrošača na pravičan način. Postoji nekoliko načina na koje se može povećati odgovornost poslovnih subjekata u pogledu njihovih proizvoda i usluga. Ovdje je nekoliko primjera:

1. **Stroga pravila i zakoni:** Zakonodavna i izvršna vlast mogu uspostaviti stroge zakone i propise koji poslovne subjekte obvezuju da poštuju sigurnosne standarde i pruže kvalitetne informacije o svojim proizvodima i uslugama. Ova pravila takođe mogu obavezati poslovne subjekte da rješavaju probleme potrošača na pravičan način.
2. **Sertifikacija i standardizacija:** Poslovni subjekti mogu biti podvrgnuti procesu sertifikacije kako bi dokazali da se pridržavaju sigurnosnih standarda i da pružaju kvalitetne informacije o svojim proizvodima i uslugama. Osim toga, uspostavljanje standarda u industriji može pomoći u osiguravanju da se poslovni subjekti pridržavaju sigurnosnih standarda i da pružaju kvalitetne informacije.

3. Edukacija i svjesnost: Potrošači i poslovni subjekti mogu biti educirani o važnosti sigurnosnih standarda i pružanju kvalitetnih informacija. Edukacija o pravima potrošača također može pomoći u osiguravanju da poslovni subjekti rješavaju probleme potrošača na pravičan način.

Poslovna kultura: Poslovni subjekti mogu uspostaviti poslovnu kulturu koja promovira odgovornost prema potrošačima. To može uključivati postavljanje ciljeva koji se tiču sigurnosti proizvoda i usluga, te osiguravanje da su potrošači uvijek prioritet.

Monitoring i izvješćivanje: Poslovni subjekti mogu biti podvrgnuti strogoj kontroli kako bi se osiguralo da se pridržavaju sigurnosnih standarda i da pružaju kvalitetne informacije. Izvješćivanje o njihovoj odgovornosti prema potrošačima također može biti obavezno.

Kombinacija ovih pristupa može pomoći u povećanju odgovornosti poslovnih subjekata prema potrošačima. Važno je naglasiti da je odgovornost prema potrošačima dugoročno dobro za poslovne subjekte, jer će to pomoći u izgradnji povjerenja i lojalnosti potrošača prema njihovim proizvodima i uslugama.

1. Povećanje učinkovitosti nadzora i inspekcija: Državne institucije moraju biti u stanju da nadziru i inspiciraju poslovne subjekte kako bi osigurale da se pridržavaju propisa i standarda. To podrazumijeva stroge kazne za prekršitelje i postojanje efikasnog sistema žalbi.
2. Povećanje pristupa pravdi: Potrošači moraju imati pristup pravičnoj i efikasnoj pravdi u slučaju problema ili sporova sa poslovnim subjektima. To podrazumijeva pristupačnost pravnog sistema, pružanje pravne pomoći i podrške potrošačima, te postojanje alternativnih načina rješavanja sporova.
3. Promovisanje kulture zaštite potrošača koja podrazumijeva promovisanje svijesti o pravima potrošača i poštovanju tih prava. To se može postići putem kampanja, edukacije i različitih programa.

Kombinacija ovih pristupa može pomoći u postizanju cilja zaštite prava potrošača. Međutim, ostvarivanje ovog cilja zahtijeva napore i saradnju svih relevantnih aktera.

Novi tehnološki alati i inovacije imaju velik utjecaj na trgovinu i način na koji potrošači kupuju proizvode i usluge te kako lica koja pružaju usluge reaguju na njihove zahtjeve i potrebe.

Jedan od najvažnijih doprinosa novih tehnologija u trgovini je olakšavanje pristupa informacijama potrošačima. Danas, potrošači imaju pristup internetu i mobilnim aplikacijama, gdje mogu pronaći detaljne informacije o proizvodima i uslugama koje žele kupiti. Primjer, putem online recenzija, mogu dobiti povratne informacije od drugih potrošača o kvalitetu proizvoda ili usluge. Takođe, mogu se uporediti cijene različitih proizvoda i usluga te odabrati ona koja najbolje odgovara njihovim potrebama i proračunu.

Nove tehnologije takođe omogućavaju pružiocima usluga lakše praćenje zahtjeva i potreba potrošača. Primjer je, upotreba vještačke inteligencije i omogućavanje kompanijama da prate i analiziraju potrošačke trendove. Na temelju tih podataka, mogu prilagoditi svoje proizvode i usluge kako bi bolje odgovarali potrebama potrošača i stvorili prilagođeno iskustvo kupovine. Takođe, nove tehnologije omogućuju kompanijama da brže odgovore na potrebe potrošača i pruže im personalizovanu uslugu putem chatbotova i drugih alata za komunikaciju.

Nove tehnologije i inovacije omogućavaju potrošačima lakši pristup informacijama i bolju kupovinu, a pružiocima usluga prilagođavanje svojih proizvoda i usluga kako bi bolje odgovarali potrebama potrošača. To dovodi do boljeg iskustva kupovine i povećanja lojalnosti potrošača, što može rezultirati većim prihodima i uspješnijim poslovanjem.

Osim toga, razvoj blockchain tehnologije i drugih tehnologija povezanih sa kriptovalutama omogućuje sigurniju i transparentniju trgovinu, što olakšava potrošačima da se osjećaju sigurnije prilikom kupovine proizvoda i usluga.

Konačno, razvoj tehnologija za zaštitu privatnosti i sigurnosti podataka omogućuje potrošačima da se osjećaju sigurnije prilikom kupovine na mreži i prilikom dijeljenja svojih ličnih podataka s kompanijama. To uključuje alate poput VPN-ova, antivirusnih programa i enkripcije podataka.

Uz sve to, zakonodavci rade na stvaranju novih zakona i propisa koji će osigurati da potrošači imaju veća prava i bolju zaštitu na mreži. To uključuje propise o zaštiti podataka, sigurnosti proizvoda i pravima potrošača.

Ukratko, razvoj novih tehnologija i inovacija donosi mnoge prednosti za potrošače, uključujući lakši pristup informacijama, sigurniju trgovinu i bolju zaštitu privatnosti i sigurnosti podataka. Ovaj trend će se nastaviti u budućnosti, a zakonodavci će nastaviti raditi na stvaranju zakona i propisa koji će osigurati da potrošači imaju veća prava i bolju zaštitu.

ZAKLJUČAK:

Zaštiti prava potrošača je da je to važan aspekt moderne tržišne ekonomije koja zahtijeva pravednost i jednakost za sve uključene strane. Potrošači su ključni u svakoj tržišnoj ekonomiji i zaslužuju pravednu, transparentnu i sigurnu trgovinu.

Da bi se poboljšala zaštita prava potrošača, potrebno je da se sprovede edukativne kampanje koje edukuju potrošače o njihovim pravima i obvezama, kako bi bili svjesni svojih prava i mogli ih zaštititi. Takođe, potrebno je osigurati da potrošači imaju pristup informacijama o proizvodima i uslugama koje kupuju, uključujući informacije o cijenama, kvaliteti i sigurnosti.

Zakonska regulativa može pomoći u poboljšanju zaštite prava potrošača, jer zakoni koji regulišu prava potrošača mogu osigurati pravnu zaštitu za potrošače i kazne za pružaoce usluga i proizvođače koji krše prava potrošača. Takođe, državne agencije za zaštitu potrošača mogu biti učinkovite u otkrivanju i suzbijanju nepravednih poslovnih praksi i zloupotreba.

Kako bismo osigurali poboljšanje zaštite prava potrošača u budućnosti, važno je da se nastavi slobodna razmjena ideja i iskustava na nacionalnoj i međunarodnoj liniji kako bi se stvorila nova rješenja i inovativni pristupi u ovoj oblasti. Takođe, treba se podsticati razvoj novih tehnologija i inovacija u trgovini koje će potrošačima omogućiti lakši pristup informacijama, a pružaoциma usluga olakšati praćenje zahtjeva i potreba potrošača.

Na kraju treba napomenuti da zaštita prava potrošača nije samo moralni imperativ, već je to i važan dio svakog održivog i prosperitetnog gospodarstva. Stoga je nužno nastaviti raditi na unapređenju zaštite prava potrošača kako bi se osigurala dugoročna zaštita potrošača i stvaranje zdravog i stabilnog tržišta, kako ekonomskog tako i društvenog.