

Autor: Doc. dr. Anita Petrović

Institucija: Pravni fakultet Univerziteta u Tuzli

E-mail: anita.petrovic@untz.ba

INFORMIRANJE KAO MEHANIZAM ZAŠTITE KORISNIKA FINANCIJSKIH USLUGA – PREDNOSTI I OGRANIČENJA

Sažetak

U radu se analizira institut obaveze informiranja kao jednog od instrumenata zaštite kreiranog u europskom pravu zaštite potrošača. Kao rezultat obaveze usklađivanja domaćih propisa sa acquisom isti zauzima značajno mjesto u novom Zakonu o zaštiti korisnika finansijskih usluga u Federaciji BiH, budući da Direktiva 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu počiva na informacijskom pristupu, koji polazi od pretpostavke da samo informiran potrošač može učiniti informiran izbor i donijeti odgovornu finansijsku odluku. Ovaj pristup slijedi domaći zakonodavac u smislu sveobuhvatne, standardizirane i vrlo iscrpne regulacije dužnosti informiranja korisnika u predugovornom stadiju, prilikom sklapanja i za vrijeme trajanja ugovornog odnosa. Svrha ovog instrumenta jeste ojačati položaj korisnika, popuniti informacijski jaz i učiniti ga ravnopravnom ugovornom stranom, jer zbog bestjelesne prirode finansijskih usluga jedino što korisniku stoji na raspolaganju jesu informacije. No, osim toga on ima i širu ulogu a to je očuvanje stabilnosti finansijskog sektora putem realizacije načela odgovornog zaduživanja i prevencije prezaduženosti. Zadatak ovog rada jeste kritički razmotriti odredbe Zakona o zaštiti korisnika finansijskih usluga kojima se regulira obaveza informiranja, te slijedom toga ukazati na prednosti i nedostatke novih rješenja imajući u vidu problem finansijske pismenosti s kojim se suočava veliki broj korisnika.

Ključne riječi: obaveza informiranja, finansijske usluge, potrošač, finansijska pismenost.

1. Uvod

Financijsko tržište je segmentirano i sastoji se od tržišta novca, tržišta kapitala, deviznog tržišta, hipotekarnog tržišta i tržišta financijskih derivata. Sa aspekta fizičke osobe, korisnika ili potrošača većina ovih segmenata ostaje potpuno izvan područja aktivnog sudjelovanja kao i značajan broj financijskih usluga koje se pružaju na istim. Financijske usluge kao lepeza „proizvoda“ koje nude razne financijske institucije, poput banaka, mikrokreditnih organizacija, društava za osiguranje, *leasing* društava, berzi, investicijskih fondova i sl., mogu se generalno klasificirati na: bankarske usluge, usluge investiranja i usluge osiguranja. Novi *Zakon o zaštiti korisnika financijskih usluga Federacije BiH*ⁱ (dalje: *Zakon*) svojim poljem primjene obuhvaća bankarske usluge, usluge mikrokreditiranja, financijski *leasing*, kao i posebne financijske pogodbe, s tim da se sve one mogu podvesti pod jedan opći, generički pojam, a to je *potrošački kredit* koji obuhvaća razne financijske aranžmane gdje se kao ugovorna strana javlja potrošač, što je u skladu sa *Direktivom 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu*.ⁱⁱ

Od svih financijskih usluga među fizičkim osobama najzastupljenije su bankarske uslugeⁱⁱⁱ i to kreditnog karaktera, a među financijskim posrednicima potpunu dominaciju imaju banke, zbog čega su financijska tržišta u tranzicijskim zemljama dominantno bankocentrična. Ostali financijski sektori su nedovoljno razvijeni i potpuno marginalizirani kako po pitanju pravne regulacije tako i po oskudnim financijskim instrumentima koji se nude.

Spektar financijskih usluga primjenom elektronskih kanala distribucije, gotovo preko noći je „buknuo“ što je u jednu ruku donijelo niz pogodnosti i olakšica, ali i sofisticirao što je otvorilo pitanje zaštite korisnika. Korisnici imaju priliku bez obzira na vrijeme i mjesto obavljati razne financijske transakcije, elektronsko bankarstvo (*net-banking*) napravilo je revoluciju u pogledu vrsta i dostupnosti usluga te nižih naknada u odnosu na fizičko bankarstvo. No, bez obzira na prednosti *on-line* kanala distribucije i dalje je među potrošačima ipak najzastupljenija direktna (*face-to-face*) kupovina financijskih proizvoda od samih davatelja (Special Eurobarometer 737, 2012).

Financijske usluge se kroje po mjeri korisnika, tako da se može govoriti o personaliziranim proizvodima koji trebaju u potpunosti zadovoljiti suvremene potrebe i interese svakog pojedinca. Korisnici uživaju pogodnosti koje im nudi financijsko tržište i skoro je nemoguće naći osobu koja nije korisnik neke od bazičnih bankarskih usluga, čak i oni najsiromašniji trebaju imati otvoren tekući račun kako bi primali novčanu pomoć (Misita, 2008). U današnjem svijetu pristup financijskim uslugama nužan je gotovo kao i pristup namirnicama za domaćinstvo, a integrirano financijsko tržište EU bilježi oko 150 mil. novih korisnika svake godine. Od svih financijskih, bankarskih usluga najprofitabilnija i samim tim u ponudi najzastupljenija usluga jeste upravo *potrošački kredit* (Rose and Hudgins, 2005). Svaki pojedinac tijekom života, prije ili kasnije, dođe u situaciju da posegne za ovim oblikom financijske injekcije.^{iv} Potrošački kredit javlja se u različitim oblicima od tradicionalnih gotovinskih, nenamjenskih i namjenskih kredita, zatim kreditiranja sistemom financirane prodaje gdje se u ulozi kreditor pored banke može javiti i trgovac, do

ⁱ „Sl. novine FBiH“, 31/14.

ⁱⁱ *Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC*, OJ 2008, L 133/66, prema čl. 3., sl. c) „ugovor o kreditu“ je ugovor kojim davatelj kredita odobrava ili obećava odobriti kredit potrošaču u obliku odgode plaćanja, zajma ili neke druge slične financijske pomoći, s izuzetkom ugovora o trajnom pružanju usluga ili isporuci robe iste vrste, koje potrošač tijekom trajanja pružanja usluge ili isporuke robe plaća u obrocima.

ⁱⁱⁱ Istraživanje u Special Eurobarometer 737 provedeno među građanima 27 zemalja članica EU vezano za korištenje financijskih usluga pokazalo je da oko 90% ispitanika koristi neku financijsku uslugu. Od toga najveći broj ispitanika ima bankovni račun (84%), nakon čega slijede usluge osiguranja (51%), zatim kreditne kartice (40%), životno osiguranje (31%), hipotekarni kredit (19%) i dr.

^{iv} Studija o funkcioniranju tržišta potrošačkog kredita u Europi pokazala je da je na kraju 2011. godine ukupna vrijednost potrošačkih kredita u EU iznosila je 1.041 milijardi €, što iznosi 8,2% BDP EU. Međutim, ukupna vrijednost potrošačkih kredita smanjila se za 5% zbog financijske krize 2007. godine, kada bi dosegla svoj vrhunac i iznosila 1.080 milijardi €. Također, mjera u kojoj se potrošači oslanjaju na kredite za financiranje svakodnevnih potreba, može se definirati kao omjer između novopodignutih kredita i ukupnih izdataka za potrošnju. Ukoliko iznosi kredita koje potrošači otplate premaše iznos novopodignutih kredita, taj omjer može biti negativan i ukazivati na činjenicu da su potrošači umanjili nepodmireni iznos svog duga. Kao posljedica financijske krize, kućanstva smanjuju svoje dugove po potrošačkim kreditima, kreditori su postrožili kriterije za davanje kredita, a nepodmireni dug po potrošačkim kreditima pao je s 9.1 % BDP u 2009. godini na 8.2 % na kraju 2011. godine.

modernih varijanti i kod potrošača najzastupljenijih dozvoljeno/nedozvoljeno prekoračenje po tekućem računu, revolving kredit (kreditne kartice, platne kartice), financijskog *leasinga* s opcijom kupnje i sl.

Kreditni plasirani stanovništvu čine više od polovine ukupnih kredita bankarskog sektora što govori da se radi o najprodavanijoj financijskoj usluzi i kod nas (Centralna banka Bosne i Hercegovine, 2014). Posebna kreditna ekspanzija u Bosni i Hercegovini (dalje: BiH) zabilježena je u razdoblju od 2003. do 2008. godine kada je kreditni volumen u sektoru domaćinstava pred kraj 2008. godine iznosio čak 26% GDP, iako su krediti plasirani po znatnoj višoj kamatnoj stopi u odnosu na eurozonu (World Bank, 2011). I sami korisnici su u velikoj mjeri nepromišljeno i bez dostatnog razumijevanja obaveza i rizika koje preuzimaju, podizali kredite i tako povećali svoju potrošačku moć i životni standard, ali daleko iznad svojih objektivnih mogućnosti. Situacija je kulminirala u razdoblju recesije kada se veliki broj korisnika suočio s rizicima vezanim za promjenjivu kamatnu stopu i stranu valutu, što je impliciralo poteškoćama u izmirivanju zaduženja. Zatim je uslijedio „domino efekat“ jer su kao instrument osiguranja kredita redovno korišteni jemci, i kada dužnik više nije mogao izmirivati vlastitu obavezu, kreditori su aktivirali jemce koji su sada nosili teret tuđih i vlastitih anuiteta. Ovakvo financijsko opterećenje teško da je itko mogao izmirivati iz redovnog mjesečnog dohotka, što je pogodovalo povećanju broja neurednih, nenaplativih kredita. Da situacija bude dodatno otežana, fizičke osobe kojima su banke uskratile kreditiranje, alternativni izvor financiranja još jedno vrijeme pronašle su u mikrokreditnom sektoru, koji je po znatno liberalnijim uvjetima, ali zato po skupljijoj cijeni plasirao kredite fizičkim osobama. Ovakvo kreditiranje samo je pogodovalo (pre)zaduženosti korisnika, kredit koji je stvorio lažnu sliku prosperiteta sada je korisnike doveo u tešku egzistencijalnu situaciju. Još uvijek se osjete negativne posljedice, što je nametnulo pitanje kako izliječiti postojeće stanje i djelovati za ubuduće.

Reakcija na prethodno opisano bila je opsežna normativna regulacija sektora financijskih usluga gdje se kao centralna figura javlja fizička osoba. Status korisnika financijskih usluga u Republici Srpskoj (dalje: RS) reguliran je izmjenama i dopunama postojećih propisa kojima se uređuje poslovanje banaka i mikrokreditnih organizacija.^v Suprotan pristup imao je zakonodavac u Federaciji BiH, koji se odlučio na donošenje *lex specialis* propisa odnosno *Zakona o zaštiti korisnika financijskih usluga FBiH*. Novi *Zakon* rezultat je implementacije *Direktive 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu*, te djelomično *Direktive 93/13/EEZ o nepoštenim ugovornim odredbama*,^{vi} *Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi*^{vii} i *Direktive 2006/114/EZ o obmanjujućem i komparativnom oglašavanju*.^{viii} Još jedna, u praksi vrlo sporna, normativna reakcija jeste i *Zakon o zaštiti žiranta u FBiH*^{ix} gdje je intencija zakonodavca usmjerena na poboljšanje položaja fizičkih osoba jemaca (Bikić, 2014). Prije pomenutih propisa pružanje financijskih usluga bilo je u rukama samih davatelja koji su autonomnom regulacijom detaljnije uređivali odnose sa potrošačima, bez obzira na činjenicu što je oblast potrošačkog kredita od 2006. godine uređena *Zakonom o zaštiti potrošača u Bosni i Hercegovini* (dalje: ZZZP BiH).^x Kreditni odnosi s potrošačima uređivani su i rješavani u skladu sa općim propisima obligacionog prava, koji nemaju naročitu zaštitnu funkciju kada su u pitanju fizičke osobe. Novim legislativni pristupom želi se osigurati striktno poštovanje propisa kojima se štite prava potrošača, odnosno spriječiti ignoriranje kao što je to bio slučaj sa ZZZP BiH, jedan od efikasnih mehanizama je nadzor nad primjenom *Zakona* od strane regulatornog tijela kao što je Agencija za bankarstvo FBiH.

^v Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o Agenciji za bankarstvo Republike Srpske („Sl. glasnik RS“, 40/11); Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o bankama Republike Srpske („Sl. glasnik RS“, 116/11); Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o mikrokreditnim organizacijama („Sl. glasnik RS“, 116/11)

^{vi} *Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts*, OJ L 1993 95/29

^{vii} *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council*, OJ 2005, L 149/22

^{viii} *Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising*, OJ L 376/21

^{ix} „Sl. novine FBiH“, 100/13

^x „Sl. glasnik BiH“, 25/06

2. Tko su korisnici financijskih usluga?

U ulozi korisnika financijskih usluga javljaju najrazličitiji subjekti, ipak akcent se stavlja na fizičke osobe koje se prema odredbama brojnih direktiva smatraju potrošačima.^{xi} No, i svi potrošači nemaju isti status, pa se sasvim opravdano postavlja pitanje tko su potrošači ili bolje rečeno korisnici financijskih usluga?

Ne može se tako izjednačiti deponent štednog uloga *a vista*, uobičajeni korisnik tekućeg računa, korisnik potrošačkog kredita, nositelj police osiguranja i sl., sa primjerice investitorom koji trguje vrijednosnim papira na tržištu kapitala, zatim osobom koja raspolaže viškom novca pa prihod ostvaruje isključivo kamatom, kupcem složenijih bankarskih proizvoda i sl., mada se i one tretiraju kao potrošači (Čulinović-Herc, 2005). Često se ističe da su investitori prije dio proizvodnog dijela lanca nego potrošačkog i samim time da je njihova gospodarska uloga različita od one potrošačke (Cartwright, 2001). Okvir slike potrošača bolje pristaje fizičkoj osobi koja je u zajmovnoj potrebi od one koja raspolaže viškom novca, makar se i potonja smatra potrošačem. To znači da i sam pojam korisnik financijskih usluga nije jednoznačan i obuhvaća široku lepezu različitih subjekata, ipak sve se mogu svesti pod zajednički nazivnik, a to je da se radi o fizičkoj osobi koja u financijske aranžmane stupa u svrhu koja je izvan njezine profesionalne ili poslovne djelatnosti.^{xii} Potrošač djeluje s ciljem zadovoljenja osobnih, nekomercijalnih potreba, ne raspolaže ekonomskom i financijskom snagom, stručnim znanjima i informacijama koje na pretek ima suprotna strana. Potreba za zaštitom, dakle, u osnovi proizlazi iz neravnoteže snaga, informacija i resursa između potrošača i trgovaca, koja potrošače dovodi u nepovoljniji položaj i daje im status slabije ugovorne strane (Hondius, 2004).

Na ovom tragu je definiran korisnik financijske usluge u novom *Zakonu*, dakle to je „fizička osoba koja koristi ili je koristila financijske usluge, ili se davatelju financijskih usluga obratila radi korištenja tih usluga, a financijske usluge koristi u svrhe koje nisu namijenjene njenoj poslovnoj ili drugoj komercijalnoj djelatnosti“ (čl. 2., t. 10). Prihvaćen je *uži pristup* gdje se svojstvo korisnika financijske usluge (potrošača) priznaje samo fizičkim osobama, međutim to svojstvo ne priznaje se pravnim osobama a koje se često nalaze u tipičnoj potrošačkoj poziciji naspram daleko moćnijih financijskih institucija, npr. mali i srednji poduzetnici (SMEs), neprofitna udruženja, fondacije i sl. No, ako se uzme u obzir *ratio legis* instituta zaštite potrošača, vidi se da je i ovim subjektima ponekad potrebno pružiti isti intenzitet zaštite kao i individualnim potrošačima, jer i oni pate od imperfektne dejstva tržišta.

Ekonomsko objašnjenje pravne regulacije B2C odnosa i samim tim zadiranja u tržišni mehanizam u cilju uspostavljanja *fair* odnosa temelji se na *informacijskoj asimetriji*, odnosno deficitu informacija na strani potrošača koje su odlučujuće za sklapanje i ispunjenje ugovora (Hadfield, Howse and Trebilcock, 1998). Sasvim je očito da potrošači često nisu uopće ili nisu adekvatno informirani o usluzi koju pribavljaju, uvjetima korištenja, financijskim efektima, cijeni koštanja, posljedicama i sl., što onemogućava donošenje *informirane odluke* da li uopće stupiti u određeni financijski odnos. No, s druge strane potrošači su heterogena, a ne homogena skupina, neki su relativno dobro informirani, razumno pažljivi te iskusni kada je u pitanju korištenje financijskih usluga. Ovakva slika potrošača stvorena je u praksi *Suda pravde Europske unije* (Court of Justice of the European Union, CJEU) uvođenjem koncepta *prosječnog potrošača* (*average consumer*), to je „dobro informiran, pažljiv i obazriv“ korisnik dobara i usluga koje se nude na jedinstvenom tržištu.^{xiii} Prosječan potrošač je pravni standard koji je mjerilo u svakom pojedinom slučaju, gdje se traži odgovor na pitanje kako bi neku informaciju protumačio prosječni potrošač. *Sud pravde* prilikom tumačenja spornih

^{xi} Direktiva 2011/83/EU o pravima potrošača (Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council, 25 October 2011, OJ [2011] L 304/64, 22 November 2011) kao između ostalog i prethodne direktive iz ove generacije donosi tzv. standardnu definiciju pojma potrošač, to je „svaka fizička osoba koja u ugovorima obuhvaćenim ovom Direktivom djeluje u svrhe koje ne ulaze u okvir njezine trgovačke, poslovne, obrtničke ili profesionalne djelatnosti“ (čl. 2. st. 1. t. 1).

^{xii} Čl. 3., sl. a) Direktive 2008/48/EZ „potrošač“ znači fizička osoba koja u transakcijama obuhvaćenima ovom Direktivom djeluje u svrhe izvan svojeg obrta, poslovanja ili profesije.

^{xiii} Vidi Case 210/96 *Gut Springenbeide* [1998] ECR I–465, par. 31–32; Case 470/93 *Mars* [1995] ECR I–1923, par. 24; *Yves Rocher* [1993] ECR I–2361, *Schott-Zwiesel* [1994] ECR I–3879, *Sektellerei Kessler* [1999] ECR I–513, *Lancaster* [2000] ECR I–117, *Cidrerie Ruwet* [2000] ECR I–8749.

propisa prava EU vodi se konceptom pažljivog i mudrog potrošača (*reasonably circumspect test*). Koncept prosječnog potrošača prihvaćen je i u europskim direktivama nove generacije, gdje se kao lijek za informacijsku asimetriju cijela poglavlja koncentriraju na obavezu sveobuhvatnog informiranja potrošača. Dužnost objavljivanja informacija (*disclosure of information*) postoji već prilikom oglašavanja proizvoda usluga, zatim se nastavlja u predugovornom stadiju i prilikom zaključenja ugovora, ali postoji i nakon što je ugovor zaključen. Također, u literaturi se za prosječnog potrošača koji raspolaže prethodno utvrđenim atributima koriste još i izrazi *samouvjereni potrošač* (*confident consumer*) ili osnaženi potrošač (*empowered consumer*) (Wilhelmsson, 2004; Stuyck, 2007).

Drugi potrošači su neiskusni, manipulirani, lakovjerni, tako da se u literaturi pod utjecajem Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi i odluka *Suda pravde*^{xiv} etablirao pojam *ranjivi potrošač* (*vulnerable consumer*). To su potrošači koji su prepoznati kao posebna skupina, a koji su iz različitih razloga u posebnom društvenom stanju ugroženosti. Određene skupine potrošača su ranjivije od drugih zbog primjerice svog neiskustva, neobrazovanosti, starosti, mladosti, slabog imovnog stanja, lošeg zdravstvenog stanja i sl., tako da su ovi potrošači pretežno isključeni sa financijskog tržišta ili im je pristup znatno ograničen (Cartwright, 2011). Koncept ranjivog potrošača javlja se kao pandam konceptu prosječnog potrošača. Ipak, ne smije se zanemariti činjenica da su svi potrošači s vremena na vrijeme u određenim situacijama ranjivi pojedinci. I prosječan potrošač može biti ranjiv kao i to da ranjiv potrošač može biti prosječan. Često pojedinac treba zaštitu ne zato što pripada određenoj skupini, već zato što se nađe u određenoj životnoj prilici. Što znači da se većina potrošača vjerojatno nalazi negdje između prethodne dvije kategorije, a okolnosti su te koje određuje u kojoj mjeri će potrošač biti ranjiv (Wilhelmsson, 2007).

To je najbolje evidentno kada se radi o financijskim uslugama, na prvom mjestu zbog poteškoća s kojima se potrošači susreću u prikupljanju podataka potrebnih za donošenje odgovorne odluke o pribavljanju financijske usluge. Problem prikupljanja podataka u velikoj mjeri je eliminiran propisivanjem dužnosti informiranja i uvođenjem standardiziranih informativnih obrazaca, s tim što se sada otkriva novi problem a to je sposobnost razumijevanja i poznavanja složenih financijskih pojmova i koncepata, što se označava kao financijska pismenost (Fox and Bartholomae, 2008; Mak, 2012). Ako potrošač ne razumije prikupljene informacije one mu ništa i ne znače, njemu je potrebno stručno znanje da iste analizira te na temelju toga procijeni rizik i donese informiranu odluku.

3. Zašto korisnici financijskih usluga trebaju posebnu zaštitu?

Liberalizacija financijskog tržišta donijela je visok stupanj kompetitivnost među davateljima što je značajno utjecalo na opseg, kvalitet i cijenu usluga, te istovremeno prisililo davatelje da uzmu veoma aktivnu ulogu kada je u pitanju pronalazak novih klijenata. Upravo tu se javlja potreba za dodatnom pravnom regulacijom i zadiranjem u *inter partes* odnos između korisnika i davatelja financijske usluge normama mandatorne prirode o zaštiti potrošača. Ovo s ciljem uspostavljanja objektivne ugovorne ravnoteže u pravima i obavezama između ugovarača, budući da se potrošač po svojim notornim odrednicama smatra neiskusnijom i slabijom stranom. *Sud pravde* je također mnogo puta zauzeo stav da je potrošač slabija ugovorna strana, kako u pogledu ekonomske i financijske moći tako i u pogledu znanja kojim raspolaže u vezi sa zaključenjem ugovora, ali i funkcioniranjem tržišta uopće.^{xv}

Zašto korisnici financijskih usluga trebaju povećanu zaštitu pitanje je na koje se ne može dati jedinstven odgovor jer mnogo faktora utječe na to. U prvom redu jeste način sklapanja ugovora o financijskim uslugama, jer se radi o formularnim, adhezionim ugovorima gdje ekonomski jača strana nudi unaprijed definirane ugovorne klauzule izvedene iz općih uvjeta poslovanja o kojima druga strana,

^{xiv} Ovdje posebno treba istaći odluku *Suda pravde* u slučaju *Buet*, gdje je napravljena razlika između pojedinih skupina potrošača s obzirom na njihovo formalno obrazovanje C 382/87 R. *Buet and Educational Business Services SARL v Ministere Public*, ECR 1989, I-1235, zatim *Konsumentombudsmannen* [2001] ECR I-1795, Joined Cases C-1/90 & 176/90 *Aragoneses de Publicidad Exterior*, [1991] ECR I-4151.

^{xv} Vidi Case 40/08 *Asturcom Telecomunicaciones* [2009] ECR I-9579 (par. 29), povezani slučajevi Case 240/98 i Case 244/98 *Océano Grupo Editorial and Salvat Editores* [2000] ECR I-4941, (par. 25.), Case 168/05 *Mostaza Claro* [2006] ECR I-10421, (par. 36.), Case 243/08 *Pannon* [2009] ECR I-4713 (par. 22.), Case 180/06 *Renate Isinger v. Martin Dreschers* [2009] ECR I-3961 (par. 41), Case 27/02 *Engler* [2005] ECR I- 481 (par. 39), *povezani slučajevi Case 585/08 i Case 144/09 Peter Pammer v. Reederei Karl Schlüter GmbH & Co KG i Hotel Alpenhof GesmbH v. Oliver Heller* [2010] ECR I-0000, Case C-96/00 *Gabriel* [2002] ECR I-6367 (par. 34).

pristupnik ne može pregovarati i prilagoditi ih svojim potrebama (Wilson, 1965; Vilus, 1976). Evidentan je dakle izostanak pregovaračke moći pristupnika, zbog čega isti biva izložen dejstvu nepravednih klauzula, koje ga ili lišavaju onih prava koja mu u skladu s dispozitivnim normama pripadaju, ili mu nameću više obaveza (Misita i Grbo, 2011; Baretić, 2004; Petrić, 2002). Potrošač, kao ekonomski slabija strana, mada ne sudjeluje u oblikovanju sadržaja ugovora, istom često svjesno pristupa iz razloga neophodnosti jer je to ponekad jedini način da se zaključi željeni ugovor. Nadalje, u većini slučajeva potrošači nisu u mogućnosti razumjeti odredbe ugovora kojima pristupaju što je posebno naglašeno kod financijskih usluga. Iz tog razloga ili iz nepažnje potrošači rijetko čitaju odredbe koje prihvaćaju, no ukoliko ih i čitaju u pravilu istim ne prigovaraju, jer veoma naivno vjeruju da će se stipulant držati datih obećanja, odnosno da će ispuniti obavezu onako kako glasi (Lando, 2000).

Navedeni problemi prepoznati su od strane domaćeg zakonodavca, tako da *Zakon* donosi određene i to vrlo značajne novine kada su u pitanju opći uvjeti poslovanja. Pored obaveze usklađenosti općih uvjeta sa kogentnim propisima i obaveze publiciteta u čl. 9., st. 2. *Zakon* propisuje da je „*općim uvjetima poslovanja davatelj financijske usluge dužan osigurati primjenu dobrih poslovnih običaja, dobru poslovnu praksu i fer odnos prema korisniku, kao i usklađenost ovih uvjeta sa propisima.*“ Što znači da opći uvjeti ne smiju biti izvor neravnoteže u pravima i obavezama stranaka, bez obzira na to što je ova apstraktna pravila unaprijed pripremila jedna strana. Navedeni zahtjevi imaju za cilj da se u općim uvjetima poslovanja izbjegnu odredbe koje se mogu smatrati nepravičnim, a to su one koje stvaraju značajnu nejednakost između prava i obaveza ugovornih strana na štetu potrošača i koje su u suprotnosti s principom poštenja, savjesti i dobrim poslovnim običajima (čl. 10. *Zakona*). Međutim, da bi se zaista eliminirao nepravičan *sadržaj* iz općih uvjeta poslovanja nužno je podvrgnuti ih neovisnoj prethodnoj kontroli, kojom se treba ustanoviti da su autonomni akti davatelja prije njihove objave i primjene usklađeni sa imperativnim propisima. S tim u vezi po prvi put uspostavlja se mehanizam *nadzora* sadržaja (ali i razumljivosti i dostupnosti) općih uvjeta poslovanja od strane Agencije za bankarstvo FBiH^{xvi} što ima za posljedicu ukidanje diskrecijskih ovlasti davatelja u odnosima sa korisnicima, eliminaciju nepravičnih ugovornih klauzula i stvaranje ujednačene poslovne prakse standardnih ugovora.

Općepoznato je da financijske institucije kreiraju svoje ponude radi stjecanja profita, dok potrošač kada pristupa financijskoj usluzi često je uvjetovan stanjem materijalne potrebe što dodatno slabi njegov status. No, iluzija je da svi potrošači imaju potpun i jednak pristup svim financijskim uslugama, mnoge bankarske usluge smatraju se neprimjerene potrošačima s niskim primanjima. Uvjeti odobravanja kredita definirani od strane poslovnih banaka postavljeni su često vrlo strogo, tako uzimajući u obzir trenutne prilike i situaciju na financijskom tržištu, kredit faktično mogu dobiti samo oni potrošači kojima kredit gotovo da i ne treba. Financijske institucije vode kreditnu povijest svojih klijenata, a informacije o zaduženjima i urednosti ispunjenja obaveze međusobno razmjenjuju što im omogućava da identificiraju *visokorizične potrošače*, te iste eliminiraju iz sistema pružanja usluga. Takvi potrošači nisu poželjni klijenti financijskih institucija i neminovno ostaju uskraćeni za ostvarivanje vlastitih financijskih interesa (Verstraeten and Van den Poel, 2005). Potrošači vrlo često pristaju i na nepovoljne kreditne ponude, sretni zbog činjenice da im uopće netko hoće dati kredit. Puno je primjera u domaćoj praksi da potrošači lošeg financijskog boniteta budući da nisu imali pristup povoljnijim bankarskim kreditima, veoma skupe kredite su podizali kod mikrokreditnih organizacija i tako još više zapadali u dužničku krizu. Sklapanje nepovoljnih kreditnih poslova uvjetovano je prvenstveno teškim socijalnim stanjem i u biti nije bilo rezultat deficita informacija o povoljnosti kreditnih ponuda. Stoga je još važnije postići pravičan tretman korisnika od strane davatelja financijskih usluga, koji uvažavajući problem informacijske asimetrije, bi se trebali dosljedno pridržavati načela odgovornog odobravanja kredita, a paralelno s tim raditi i na financijskom prosvjećivanju korisnika.

^{xvi} Čl. 9., st. 3. *Zakona*. Ovo je značajna novela koja treba osigurati da se financijske institucije stvarno i pridržavaju slova *Zakona*, a praksa je, nažalost, pokazala da davatelji financijskih usluga bolje poštuju podzakonske akte specijalizirane agencije nadležne za njihovo osnivanje i poslovanje, nego što se pridržavaju imperativnih odredbi pojedinih zakona (ovdje se prvenstveno misli na nepoštivanje ZZP BiH). Tako, da je Agencija za bankarstvo FBiH u kratkom roku nakon stupanja na snagu *Zakona* donijela *Odluku o minimalnim zahtjevima u pogledu sadržaja, razumljivosti i dostupnosti općih i posebnih uslova poslovanja davatelja financijskih usluga* („Sl. novine FBiH“, 62/14).

Jedan od faktora koji se vezuje za financijske usluge jeste i vremenska odrednica, jer se pretežno radi o trajnim ugovorima, što može donijeti niz rizika od nastupanja nepredviđenih životnih okolnosti poput gubitka posla, bolesti, razvoda, smanjenja dohotka i sl, ali i rizici svojstveni novčanim obavezama. Protek vremena kad su u pitanju financijske usluge može djelovati veoma destruktivno, jer potrošači na početku ne mogu pravilno procijeniti prave troškove i rizike financijske usluge koji se mogu pojaviti puno godina kasnije. Nikako se ne smije zanemariti činjenica da potrošači samo povremeno sklapaju ugovore o financijskim uslugama, zato i nemaju dovoljno financijskog znanja i iskustva, a istraživanja pokazuju da su veoma inertni kada je u pitanju kupovina novih financijskih proizvoda (Special Eurobarometer 737, 2012). Prikupljanje potrebnih informacija doživljavaju kao dugotrajan i skup proces i zato se u njega većinom i ne upuštaju, pa i onda kada su im informacije servirane od strane davatelja financijskih usluga ne znaju ih adekvatno analizirati i iskoristiti u smislu donošenja odgovorne odluke.

4. Dužnost informiranja korisnika u svjetlu Direktive 2008/48/EZ i novog Zakona

4.1. Informiranje kao instrument zaštite

Sasvim je očito da korisnici i davatelji financijskih usluga stupaju s različitim pregovaračkih pozicija, isto tako evidentno je da davatelj kao profesionalac raspolaže posebnim sposobnostima, znanjem i vještinama, a sklapanje određenih vrsta ugovora ulazi u domen njegove djelatnosti. Nasuprot tome, korisnik kao ekonomski slabija, a samim tim i neiskusnija i lošije informirana strana, nema uvijek potrebna stručna znanja o uvjetima korištenja financijske usluge, efektima, cijeni koštanja, pravima i obavezama koje proizlaze iz ugovora i sl., stoga je dužnost davatelja da informira korisnika o svim činjenicama relevantnim za sklapanje ugovora i zaštitu njegovih interesa.

Upravo da bi se ispravio kronični deficit informacija na strani potrošača sve potrošačke direktive maksimalne harmonizacije slijede tzv. *informacijski pristup*. No, ovaj pristup ne samo da postoji u recentnijim propisima sekundarnog prava, već pravo na informaciju postavlja se kao jedno od temeljnih prava koje proizlazi iz ekonomskih sloboda, a čija se geneologija može pratiti i u aktima primarnog prava i odlukama *Suda pravde* (Reich, 2009). Voluminozne odredbe koje uređuju obavezu informiranja prilikom reklamiranja, u predugovornom stadiju i informacije koje ugovor mora sadržavati predstavljaju srce potrošačkih direktiva novog doba, jer se smatra da potrošač koji na raspolaganju ima jasne, potpune, istinite i razumljive informacije sposoban je efikasno zaštititi sam sebe. Dužnost objavljivanja informacija bazira se na pretpostavci da su potrošači sposobni čitati i razumjeti obavezne informacije o efektima i rizicima određene transakcije, što ih osnažuje i omogućava donošenje autonomnih i racionalnih odluka. Informiranje je tako postalo glavni regulatorni alat kojim se potrošaču daje moć da se zaštititi sam, te uzme aktivnu tržišnu ulogu (Howells, 2005). U širem kontekstu ova obaveza ima za cilj jačanje povjerenja potrošača u prekogranične transakcije i unutarnje tržište. Nesporno je da znanje odnosno informacija znači moć, ipak da bi model osnaženog potrošača (*empowerment model*) zaista bio efikasan nužan je određeni nivo financijske pismenosti (Mak, 2012), jer ukoliko potrošači nisu sposobni iskoristiti objavljene informacije obaveza informiranja ostaje sama sebi svrha. Također, još jedan vrlo snažan mehanizam zaštite potrošača koji stoji u nepsrednoj vezi sa obavezom informiranja, jeste i pravo na bezrazložni odustanak, ovo pravo osigurava potrošaču informiran izbor i nakon sklapanja ugovora, ukoliko je to iz određenih razloga propustio učiniti prije samog obvezivanja. Isto tako, povreda obaveze informiranja, posebice informacije o postojanju prava na odustanak Direktiva 2008/48/EZ sankcionirana produženjem roka u trajanju od dvanaest mjeseci.

Informacijski pristup slijedi i Direktiva 2008/48/EZ koja nastoji pružiti potrošaču što više informacija u stadiju oglašavanja, predugovornom stadiju, te informacije koje ugovor mora sadržavati kako bi na osnovu njih korisnik mogao donijeti informiranu i odgovornu financijsku odluku. Obavezu informiranja zakonodavac svrstava u ključni mehanizam zaštite iz tog razloga otišlo se u pravcu povećanja i standardizacije informacija kako bi se otklonio jaz i olakšala usporedivost ponuda različitih davatelja što omogućava korisniku izbor spram njegovih potreba i mogućnosti - *odgovoran korisnik*. Drugim riječima, informiranje korisnika omogućava realizaciju načela odgovornog pozajmljivanja i prevenciju prezaduženosti na kojima inzistira Direktiva 2008/48/EZ. Za potrošača je od izuzetne važnosti da bude adekvatno informiran o svim elementima ugovora prije samog zaključenja, odnosno treba biti upoznat sa

svim financijskim efektima i posljedicama koje će zaključeni ugovor implicirati na njegov kućni budžet. Ovo prvenstveno zbog bestjelesne prirode financijskih usluga, jer jedino što korisniku stoji na raspolaganju jeste informacija, zato je od izuzetne važnosti da bude što adekvatnije informiran o svim elementima ugovora prije samog obvezivanja (Ebers, 2004). Pored broja, sadržaja i strukture informacija podjednako je važan način i vrijeme objavljivanja, nužno je da informacije budu jasne i razumljive i potrošaču stavljene na raspolaganje u pravo vrijeme kako bi ih mogao iskoristiti. Po uzoru na Direktivu 2008/48/EZ značajan dio odredaba *Zakona o zaštiti korisnika financijskih usluga* posvećen je obavezi informiranja korisnika.

Europsko pravo zaštite potrošača obavezi informiranja pristupa isključivo kao jednostranoj obavezi koja pada samo na teret davatelja, pri tome se potpuno zanemaruje odgovornost potrošača za slučaj da je davatelj istu uredno ispunio, a potrošač s druge strane nije bio savjestan. Niti jedna direktiva ne sankcionira dobro informiranog potrošača zato što ne koristi prezentirane i dostupne informacije (Reich, 2009). Obaveza informiranja za sobom otvara dakle i pitanje odgovornosti za propuštanje pažnje potrošača da se informira kada su mu podastrijete sve informacije i za koje u slučaju nerazumijevanja zbog stručnosti i složenosti može tražiti savjet i dodatna pojašnjenja davatelja. No, ipak normativno situiranje jedne takve odgovornosti kao što je odgovornosti dobro informiranog potrošača nije potrebno, jer time što nije bio savjestan i upotrijebio pažnju brižljivog čovjeka sam sebe je faktično sankcionirao time što se izložio raznim financijskim rizicima, pa i riziku prezaduženosti.

4.2. Marketing financijskih usluga

Direktiva 2008/48/EZ razlikuje oglašavanje kreditnih ponuda (čl. 4.) i predugovorno informiranje (čl. 5.) s tim da se u u jednom i u drugom slučaju radi o informacijama koje prethode zaključenju ugovora o kreditu. Svaka reklama koja sadrži kamatnu stopu ili brojeve koji upućuje na troškove kredita mora na jasan, sažet i uočljiv način sadržavati standardne informacije koje se potrošaču prenose putem reprezentativnog uzorka (čl. 4., st. 2.) – *oglašavanje sa navođenjem brojki*. No, ukoliko reklama ne sadrži nikakve podatke o troškovima kredita, tada ne postoji obaveza transparentnog navođenja standardnih informacija iz Direktive 2008/48/EZ i takvo oglašavanje ulazi samo u domen zaštite Direktive 2005/29/EZ (čl. 4., st. 1.(2) i st. 4.) – *oglašavanje bez navođenje brojki* (Čikara, 2009).

Domaći zakonodavac je odredbu člana 4. Direktive 2008/48/EZ preuzeo na pomalo nesvojstven način, budući da je istu raščlanio i formulirao dvije posebne odredbe.^{xvii} Jednu koja nosi naziv „*Oglašavanje*“ a kojom se uređuje nepoštena poslovna praksa i obmanjujuće oglašavanje u skladu sa Direktivom 2005/29/EZ i Direktivom 2006/144/EZ, te odredbu koja nosi naziv „*Informiranje u predugovornoj fazi*“ a koja je identična oglašavanju sa navođenjem brojki iz Direktive 2008/48/EZ. To znači da je faza oglašavanja onako kako to propisuje Direktiva 2008/48/EZ u *Zakonu* „izgubljena“ jer je transformirana u predugovorno informiranje, a predugovorno informiranje iz Direktive 2008/48/EZ u *Zakonu* se označava kao *pregovaračka faza* i *predaja nacrta ugovora*.

Oglašavanje ima veliki utjecaj na funkcioniranje tržišta. Nedopušteno, odnosno zavaravajuće i komparativno oglašavanje može dovesti do distorzije i narušavanja tržišne konkurencije i što je još važnije može dovesti u zabludu osobe na koje cilja i samim tim utjecati na njihov pravilan izbor (Micklitz, Reich and Rott, 2009). Nepošteno oglašavanje posebno u financijskom sektoru može ostaviti dugoročne negativne posljedice na ekonomsku dobrobit korisnika, zato je važno urediti da ono bude transparentno. Kombinirajući određene elemente iz Direktive 2005/29/EZ^{xviii} i Direktive 2006/144/EZ^{xix} domaći

^{xvii} No, u kontekstu navedenog i sama Direktiva 2008/48/EZ propisuje da su države članice ovlaštene donijeti vlastite propise o informacijama sadržanim u reklamama koje ne sadržavaju nikakve podatke o troškovima, dok s druge strane Direktiva 2005/29/EZ kada su u pitanju financijske usluge ostavlja slobodu državama članicama da propišu restriktivnije mjere zaštite. Što otvara praktično pitanje koje odredbe treba in concreto primijeniti?

^{xviii} Prevarnom komercijalnom praksom smatra se ona koja sadrži lažne informacije koje je čine neistinitom ili ako na bilo koji način, uključujući sveukupno predstavljanje, zavarava ili je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača, čime ga navodi ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio. No isto tako, informacija data potrošaču može biti zavaravajuća, obmanjujuća iako je sama po sebi činjenično točna, ako joj takav karakter daje način na koji je upućena potrošaču. (čl. 6. Direktive 2005/29/EZ).

zakonodavaca stvorio je jednu „hibridnu“ odredbu, koja nije najbolje nomotehnički formulirana, s obzirom da se određeni elementi koji imaju isto značenje ponavljaju i preklapaju. Tako, *uvjeti korištenja financijskih usluga moraju se oglašavati na jasan i razumljiv način, a pri oglašavanju ne smiju se koristiti netočni i neistiniti podaci, niti podaci koji mogu dovesti u zabludu prosječnog korisnika, kao ni koristiti informacije koje mogu stvoriti pogrešnu predstavu o uvjetima korištenja usluge i navesti korisnika na donošenje odluke koju u drugačijim okolnostima ne bi donio, niti koristiti podatke koji škode ili je izvjesno da će naškoditi drugom davatelju usluga* (čl. 6. Zakona).^{xx}

Prevarna poslovna praksa širi je pojam u odnosu na prevarnu reklamu, koja je samo jedan od segmenata poslovnog djelovanja mada u praksi naprisutniji (Misita i Grbo, 2011). U čl. 6. Zakona situirana je generalna odredba kojom se regulira oglašavanje kako u odnosu na krajnje korisnike tako i između konkurenata na tržištu i samim tim obuhvaća razne promidžbene metode. Poznato je da su i davatelji financijskih usluga veoma inovativni kada se radi o poslovnoj propagandi koja ima samo jedan cilj, a to je pospješivanje prodaje i stjecanje profita. Tako, u proceduri je usvajanje posebnog Zakona o nedopuštenom oglašavanju u FBiH kojom će biti obuhvaćene svi poslovni sektori uključujući i financijski.

Oglašavanje predstavlja prvi korak u informiranju potrošača u predugovornom stadiju zato je važan i oblik i sadržaj informacija koje se plasiraju. Reklama svojom porukom utječe na potrošača u smislu da dobija informaciju o postojanju konkretnog proizvoda, zatim pod utjecajem reklame razmišlja i kreira vlastitu potrebu, potom stvara uvjerenje o potrebi kupovine da bi zadovoljio svoju potrebu i tek na kraju dolazi sam čin kupovine (Maričić, 2005). Stoga je neophodno da informacije koje prima ovim kanalom na prvom mjestu ne budu lažne, ali isto tako i istinite informacije mogu stvoriti pogrešnu predožbu kod *prosječnog korisnika*, u pogledu uvjeta korištenja i drugih elementa ugovora i navesti ga na donošenje odluke koju nikada ne bi donio. Drugim riječima, informacije moraju biti pouzdane, razumljive i usporedive.

Iako čl. 13. Zakona nosi naziv „*Informiranje u predugovornoj fazi*“ ipak sadržajno se poklapa sa oglašavanjem sa navođenjem brojki iz Direktive 2008/48/EZ, što se vidi i iz samog teksta odredbe kojom se propisuje način *oglašavanja* financijskih usluga kad *oglasna poruka* sadrži kamatnu stopu ili bilo koji numerički podatak koji se odnosi na cijenu financijske usluge. Dalje, navode se standardne informacije koje je davatelj dužan jasno i precizno na reprezentativnom primjeru navesti i to: vrsta usluge (novčani depozit, kredit, mikrokredit, predmet *leasinga*), visina i promjenjivost godišnje nominalne kamatne stope (dalje: NKS), efektivna kamatna stopa (dalje: EKS), valuta u kojoj se ugovara usluga, period na koji se ugovara, kriterij za indeksiranje usluge, ukupan iznos, svi troškovi koji padaju na teret korisnika (čl. 13., st. 1. Zakona).^{xxi} Ovo su općenite informacije i vrijede za sve vrste financijskih usluga koje Zakon pokriva.

^{xx} Prevarna reklama je svaki oblik oglašavanja koje na bilo koji način, uključujući i njegovo predstavljanje, dovodi u zabludu ili može dovesti u zabludu osobe kojima je upućeno ili do kojih dopire i koje zbog svoje zavaravajuće prirode može utjecati na ekonomsko ponašanje tih osoba ili koje iz istih razloga šteti ili može štetiti konkurentima (čl. 2., b) Direktive 2006/144/EZ).

^{xx} Spajanjem odredaba pojavile su se određena preklapanja pa samim tim i nejasnoće u čl. 6. Zakona, tako primjerice u odredbi se koristi koncept „prosječan korisnik“ koji se nalazi u Direktivi 2005/29/EZ kao statistički test za ocjenu da li je određena komercijalna praksa nepoštena s aspekta razumno dobro informiranog, razumno pažljivog i opreznog potrošača, da bi se u nastavku odredbe koristio i pojam „korisnik.“ Što znači da u istoj odredbi imamo praktički dvije vrste korisnika i to onog „prosječnog“, ali i nekog „običnog“, što u kontekstu cijele odredbe može stvarati nedoumice jer se prilikom oglašavanja ne smiju koristiti: 1. neistiniti i netočni podaci, ali i 2. svi ostali podaci koji mogu dovesti u zabludu prosječnog korisnika, dok kada se radi o („običnom“) korisniku 3. ne smiju se koristiti informacije koje mogu stvoriti pogrešnu predstavu o uvjetima korištenja usluge i navesti korisnika na donošenje odluke koju u drugačijim okolnostima ne bi donio (također ne koristi se ujednačena terminologija, npr. podaci, informacija!). Iz čega proizlazi da postoje tri oblika nepoštenog oglašavanja, dok se ne vidi jasna razlika između potonja dva, kao i to nije li „pogrešna predstava“ isto što i „zabluda“. Zbog veznika „i“ samo posljednji oblik nepoštenog oglašavanja bi mogao utjecati na ekonomsko ponašanje korisnika, dok se to, ovako kako je napisano, ne bi moglo reći za prva dva oblika, što je potpuno neprihvatljivo. Ovakav način transponiranja komunitarnih propisa, metodom pukog spajanja a da se pritom ne vodi dovoljno računa o konačnom smislu odredbe, niti postojećoj pravnoj tradiciji nije uopće nepoznat jer upravo ovakvom metodom skrojen je i ZZP BiH.

^{xxi} Oglasne poruke na razne načine dolaze do korisnika, putem sredstva javnog informiranja (radio, televizija) brošure i letci u poslovnim prostorijama davatelja, internet stranica, bilbord paneli, no bez obzira na medij sve standardne informacije moraju biti uključene. Što otvara praktično pitanje da li je tako nešto i moguće, a da pritom podaci i dalje budu jasni, sažeti i uočljivi posebno kada se radi o tv ili radio reklamama. Drugim riječima, sama priroda komunikacijskog sredstva ponekad ne dozvoljava da sve obavezne informacije budu prikazane i još uz to dovoljno uočljive, isto tako korisnik nema neposrednu mogućnost da se obrati davatelju i dobije potrebna pojašnjenja.

Iznos EKS-a treba biti naznačen, odnosno napisan tako da je uočljiviji od ostalih elemenata (čl. 13., st. 2. *Zakona*), zato što je ova informacija pravi pokazatelj koliko financijska usluga zapravo košta, što je neophodno za ocjenu povoljnosti ponuda različitih davatelja. Ako je za zaključenje ugovora o kreditu, mikrokreditu, *leasingu* obavezno i zaključenje ugovora o sporednim uslugama (naročito ugovor o osiguranju), a pri tom se cijena sporedne usluge ne može odrediti unaprijed, postojanje takve obaveze iskazuje se jasno, sažeto i na vidljiv način, zajedno sa iskazivanjem EKS-a (čl. 14., st. 1. *Zakona*). Korištenje osnovne financijske usluge u većini slučajeva uvjetovano je sklapanjem ugovora o sporednoj usluzi, što u konačnici poskupljuje cijenu osnovne usluge, stoga je neophodno transparentno obavijestiti korisnika o uvjetovanoj usluzi i njezine troškovi uključiti u obračun ukupnih troškova usluge iskazanih kroz EKS. Isto tako prilikom oglašavanja zabranjeno je koristiti izraze kojima se kredit, mikrokredit, odnosno *leasing* označavaju besplatnim ili slične izraze, ako je odobrenje tih usluga uvjetovano zaključenjem drugog ugovora ili je uvjetovano bilo čime što predstavlja trošak za korisnika ili stvara drugu obavezu (čl. 14., st. 2. *Zakona*).

4.3. Predugovorne informacije

S obzirom na broj i način na koji informacije dolaze do potrošača Direktiva 2008/48/EZ pravi razliku između oglašavanja i informacija koje neposredno prethode sklapanju ugovora s tim da se i potonja faza uvjetno može podijeliti na: predugovorno informiranje (*pre-contractual information*) i predugovorni savjet (*pre-contractual advice*).

Direktiva 2008/48/EZ propisuje vrlo iscrpnu opću listu standardnih informacija na koje kreditor mora ukazati potrošaču prije perfekcije ugovora, čime se želi osigurati najveća moguća transparentnost i usporedivost različitih ponuda. Kako bi se pojednostavila i olakšala obaveza predugornog informiranja uvodi se Standardni europski informacijski obrazac o potrošačkom kreditu (*Standard European Consumer Credit Information form*, SECCI). Nešto manji broj informacija traži se kod ugovora o kreditu sklapljenih primjenom nekog sredstva daljinske komunikacije, ugovora u vidu dozvoljenog prekoračenja po tekućem računu, zatim krediti koji se sklapaju s organizacijom, kao i krediti s ugovorenim načinima odgode plaćanja ili otplate kredita. Sastavni dio obaveze predugovornog informiranja jeste i obaveza predugovornog savjetovanja, koja ima za cilj da se potrošaču pruže prikladna stručna objašnjenja i preporuke što mu treba pomoći da bolje razumije i procijeni je li predloženi ugovor o kreditu prilagođen njegovim potrebama i financijskoj situaciji. Dodatna objašnjenja tiču se standardnih predugovornih informacija, glavnih obilježja kreditnog proizvoda, te posljedica koje bi proizvod mogao ostaviti na potrošača uključujući zakašnjenja u otplati.

Potpuno sukladno odredbi člana 5. Direktive 2008/48/EZ o predugovornom informiranju i domaći zakonodavac redigirao je prethodnu obavezu informiranja korisnika (maksimalna harmonizacija), međutim ovu etapu označio je kao *informiranje korisnika u pregovaračkoj fazi*. Zaključenju ugovora mogu prethoditi duži ili kraći pregovori, pregovori ne obavezuju ali za očekivati je da strana koja inicira pregovore ima namjeru i zaključiti ugovor kako bi se upravo ukazalo na tu namjeru.

Financijske institucije dužne su korisniku pružiti informacije o uvjetima i svim bitnim karakteristikama usluge u obliku *Standardnog informacijskog lista* (dalje: SIL) na reprezentativnom primjeru u pisanom ili elektronskom obliku na način koji će korisniku omogućiti da uspoređi ponude različitih davatelja istih usluga i procijeni da li ugovor odgovara njegovim potrebama i financijskoj situaciji, ali koji korisnika nijednog trenutka neće dovesti u zabludu (čl. 15. st. 1. *Zakona*).

Kao i Direktiva 2008/48/EZ tako i *Zakon* propisuje detaljan sadržaj SIL-a, pored standardnih informacija s kojim se korisnik već ima priliku upoznati u reklamnoj poruci određene financijske usluge, u SIL-u su sadržane i dodatne, konkretizirane informacije koje se odnose na: poslovno ime i adresu davatelja usluge, iznos i broj rata kredita i period u kojima dospijevaju, troškove i naknade koji proizlaze iz ugovora, kao i uvjeti pod kojima se mogu mijenjati, notarski troškovi, informacije o obavezi zaključenja ugovora o sporednim uslugama, kamatna stopa u slučaju kašnjenja, instrumenti osiguranja, naknada za slučaj prijevremene otplate, pravo na besplatni kopiju nacrtu ugovora izuzev ako banka u vrijeme podnošenja zahtjeva korisnika ocijeni da ne postoje uvjeti za zasnivanje odnosa s korisnikom u konkretnom pravnom

poslu, period u kojem banku obavezuju podaci dati u pregovaračkoj fazi, uvjete polaganja novčanog depozita kod banke, ako je to uvjet za odobravanje kredita, kao i mogućnost i uvjete zatvaranja kredita novčanim depozitom (čl. 15., st. 2. *Zakona*). Pritom ostavlja se mogućnost Agenciji za bankarstvo FBiH da proširi sadržaj SIL-a ovisno o vrsti usluge koja se kao ponuda uručuje korisniku.

SIL se dostavlja na reprezentativnom obrascu u pisanom ili elektronskom obliku, pritom se zapravo misli na prikladan trajni medij koji korisniku omogućava da sačuva podatke koji se odnose na njega, ali i da tim podacima pristupi i reproducira ih u neizmijenjenom obliku i kasnije. Sve informacije u SIL-u moraju biti ispisane slovima jednake veličine i strukturane tako da su jednako uočljive, čime se eliminira opasnost prikrivanja relevantnih informacija u velikoj količini manje relevantnih i sitno kucanih klauzula. Iako *Zakon* izričito ne propisuje, ipak informacije moraju biti pisane jasnim, razumljivim jezikom uz izbjegavanje pretjerano stručnih formulacija koje korisnik ne bi mogao razumjeti, odnosno koje bi ga mogle dovesti u zabludu. SIL se smatra ponudom za zaključenje određenog ugovora i zato da bi se korisnik mogao upoznati sa uvjetima i elementima ugovora, ali i to da mu se pruži prilika da uspoređi ponude različitih davatelja bitno je da mu SIL bude uručen prije sklapanja ugovora. U protivnom SIL ne bi imao svoj zaštitni karakter, mada *Zakon* nije odredio rok, to između ostalog ne propisuje ni Direktiva 2008/48/EZ, ipak dužinu roka trebalo bi prilagoditi prirodi i složenosti financijske usluge, odnosno rok treba biti primjeren. Također, *Zakon* ne propisuje ni koliko vremenski SIL obavezuje, već je to prepušteno vlastitoj odluci davatelja, odnosno pravilima obligacionog prava o pravnom dejstvu ponude.

No, i pored opsežnog broja informacija i dalje postoji opasnost da potrošač neće valjano procijeniti financijski proizvod koji kupuje i da neće donijeti informiranu odluku. Upravo iz razloga što su financijski proizvodi u tolikoj mjeri kompleksni da i prezentirane informacije potrošaču često ne znače puno, budući da mu nisu jasne i razumljive. Tako primjerice, informiranje potrošača o načinu obračuna kamatne stope ima smisla jedino ako potrošač ima dovoljno stručnog znanja da mu te informacije nešto znače. Ali, što je sa većine potrošača koji su u tom smislu neobrazovani i koji ne znaju kakav je to dekurzivni, a kakav anticipativni način obračuna kamatne stope, šta je to EKS, varijabilna ili fiksna NKS, referentna kamata EURIBOR ili LIBOR, valutna klauzula i sl. Stoga sastavni segment predugovornog informiranja jeste i predugovorni savjet koji podrazumijeva stručnu procjenu i preporuku od strane davatelja kreiranu spram objektivnih financijskih mogućnosti korisnika, što proizlazi iz *zahtjeva za minimalnom profesionalnom osposobljenošću* što *Zakon* uvodi kao jednu od novela. Tako od zaposlenika koji su zaduženi za prodaju financijskih usluga ili pružanje savjeta korisnicima traže se odgovarajuće kvalifikacije, znanje i iskustvo, profesionalne i lične kvalitete, da postupaju u skladu sa dobrim poslovnim običajima i poslovnom etikom, da poštuju ličnost i integritet korisnika, kao i da korisnike potpuno i točno informiraju o uvjetima korištenja tih usluga. Da bi se to postiglo davatelji financijskih usluga dužni su osigurati da zaposlenici posjeduju odgovarajuće kvalifikacije i prođu odgovarajuću obuku (čl. 12. *Zakona*). Ovaj zahtjev, kao u ostalom i cjelokupna obaveza predugovornog informiranja stremi realizaciji načela *odgovornog zaduživanja (responsible borrowing)*, odnosno razvijanju odgovornosti kod potrošača da se zaduži samo onoliko koliko može vratiti (Ferretti, 2014).

4.4. Odgovorno kreditiranje

Sastavni dio informiranja u predugovornoj fazi jeste i obaveza procjene kreditne sposobnosti s tim što sada informacije teku u suprotnom smjeru i to od korisnika prema davatelju kako bi se izbjegao rizik neispunjenja, odnosno neurednog ispunjenja preuzetih obaveza. Kreditori žele otkloniti ili barem minimalizirati rizik neurednih, loših dugova i izbor pogrešnih korisnika, iz tog razloga postoji obaveza konsultiranja određenih baza podataka. Sve prethodno navedeno obuhvaćeno je načelom *odgovornog kreditiranja (responsible lending)* i ide u paru sa načelom odgovornog zaduživanja, kao lice i naličje iste kovanice (Ferretti, 2014).

Odgovorno kreditiranje podrazumijeva cijeli korpus mjera utvrđenih u okviru informiranja u predugovornoj fazi, međutim od posebne važnosti jeste mjera koja obavezuje na procjenu kreditne sposobnosti. U čl. 8., st. 1. Direktive 2008/48/EZ nalaže se državama članicama da osiguraju da kreditor prije sklapanja ugovora o kreditu, mora obavezno procijeniti kreditnu sposobnost potrošača na temelju

odgovarajućih informacija eventualno dobijenih od potrošača i ukoliko je neophodno na temelju uvida u relevantnu bazu podataka.

Procjena financijskog profila potrošača vezana je za predugovorni stadij gdje potrošač ne samo da ima pravo na adekvatnu informiranost o uvjetima kreditiranja, već je kreditor dužan upozoriti potrošača na sve rizike i negativne posljedice za slučaj kašnjenja u otplati ili nemogućnosti plaćanja kredita, ali i moguću prezaduženost. Da bi kreditor mogao ispuniti tu ulogu nužno je provesti *proces kreditne evaluacije*, odnosno prikupiti i analizirati informacije o ukupnim postojećim zaduženjima ali i kreditnoj prošlosti fizičke osobe u zadnjih pet godina i sve to staviti u relaciju sa tekućim i budućim financijskim mogućnostima,^{xxiii} kako bi se donijela odgovorna profesionalna odluka o odobravanju kredita. Procjena kreditne sposobnosti zasniva se na informacijama koje prezentira sam korisnik,^{xxiii} zatim informacijama kojima kreditor već raspolaže ako su od ranije u nekom ugovornom odnosu, te informacijama, koje se su za kreditora i najrelevantnije, iz baze podataka u kojima se vodi evidencija zaduženosti fizičkih osoba kod kreditnih organizacija.^{xxiv} Analiza kreditne sposobnosti korisnika neposredno je inicirana potrebom kreditora da rizik koji se manifestira u eventualnoj nemogućnosti ispunjenja ili neurednog ispunjenja obaveze svede na što je god moguće manju mjeru, odnosno da prognozira sigurnost svog plasmana (Grable, 2008). Procjena kreditne sposobnosti donosi korist i jednoj i drugoj strani, davatelj će minimalizirati rizik gubitka i ostvariti projiciranu zaradu, a korisnik će izbjeći financijske poteškoće i eventualnu prezaduženost. Zato se koriste različite matematičko-statističke metode a najzastupljenija je *credit scoring* koja zbog načina obrade podataka, statističkih prednosti i nediskriminirajućih karakteristika zauzima vodeće mjesto kada se radi o procjeni kreditne sposobnosti (Ferretti, 2014).

Na temelju prikupljenih informacija kreditor može u pravom smislu djelovati i savjetodavno, tj. iz sagledane financijske slike preporučiti korisniku kredit „po mjeri“ gdje je ključno da ga korisnik sve dok ugovor traje može bez poteškoća vraćati. Iz navedenog proizlazi da konačna odluka o odobravanju ili neodobravanju kredita leži ipak u rukama kreditora i bez obzira koliko dobro korisnik bio informiran i financijski pismen, ipak on nije taj koji donosi odgovornu odluku o kreditnom zaduženju (Feješ, 2009).

Prije nego što je *Zakon o zaštiti korisnika financijskih usluga* propisao formalnu obavezu procjene kreditne sposobnosti, financijske institucije u BiH su već imale razvijenu tu praksu zahvaljujući formiranju jedinstvene baze podataka koja sadrži informacije o svim oblicima kreditnih zaduženja fizičkih i pravnih osoba (*Centralni registar kredita koji se vodi pri Centralno banci BiH, CRK*). Domaći zakonodavac obavezu procjene kreditne sposobnosti situira u dio *Zakona* kojim se uređuju podaci i prava iz sadržaja ugovora o financijskoj usluzi, mada tekst odredbe čl. 16. upućuje na to da se radi o predugovornoj praksi u skladu sa čl. 8. Direktive 2008/48/EZ.

Odgovorno odobravanje kredita posebno dolazi do izražaja u zemljama u tranziciji koje imaju visoku stopu rasta kredita u sektoru stanovništva, ovo imajući u vidu ranije prakse, gdje su se mnoge fizičke osobe višestruko zaduživale daleko iznad svojih mogućnosti. Što znači da kreditori u proteklom periodu nisu vodili dovoljno računa o kreditnom statusu dužnika, prenoseći tako svoj kreditni rizik na solventne jemce kao instrument osiguranja. Drugim riječima, kreditno se mogla zadužiti i kreditno nesposobna osoba, sve dok je mogla osigurati dva kreditno sposobna jemca. Sada prije zaključenja ugovora davatelji financijskih usluga dužni su procijeniti kreditnu sposobnost korisnika, jemca ili drugog lica koje lično osigurava ispunjenje obaveza korisnika na osnovu odgovarajuće dokumentacije i podataka dobijenih od korisnika, uvidom u kreditne registre uz prethodnu pisanu saglasnost lica na koje se podaci iz registra odnose, kao i javne registre i baze podataka. O prikupljenim podacima davatelj je dužan prije zaključenja

^{xxii} Agencija za bankarstvo FBiH, *Odluka o uvjetima za procjenu i dokumentovanje kreditne sposobnosti*, („Sl. novine FBiH“, 23/14).

^{xxiii} Primjerice, informacije koje podnositelj kreditnog zahtjeva pruža kreditoru odnose se na: njegove osobne podatke (ime i prezime, prebivalište, bračno stanje, broj članova domaćinstva, broj izdržavanih osoba, stanovanje, nekretnine u vlasništvu), podatke o zaposlenju (status, zanimanje, zvanje, radni staž, informacije o poslodavcu), podatke o prihodima i štednji (visina i izvor(i) prihoda), podatke o troškovima, podatke o obavezama po prethodnim kreditima (kao dužnika, kao jemca).

^{xxiv} To se odnosi na zaduženost kod komercijalnih banaka, mikrokreditnih organizacija, štedno-kreditnih organizacija te organizacija za *leasing* (kreditne organizacije), pa slijedom toga obuhvaćene su razne varijante kredita (klasični kredit, komisioni, revolvi, prekoračenja po računu, platne kartice, financijski i operativni *leasing* i sl.). *Odluka o Centralnom registru kredita poslovnih subjekata i fizičkih lica u Bosni i Hercegovini* („Sl. glasnik BiH“, 46/11).

ugovora međusobno informirati zainteresirane subjekte, tj. glavnog dužnika, sudužnika, jemca uz prethodno pribavljanje njihove pisane saglasnosti. Također, svako značajnije povećanje iznosa odobrenog kredita, tj. preko 10% uključuje ponovnu obavezu procjene njihovog kreditnog boniteta. Ukoliko, pak, neka od ovih osoba nije saglasna da se dobijeni podaci o kreditnoj sposobnosti saopće drugima, davatelj financijske usluge dužan je s tom činjenicom upoznati ostale (čl. 16. *Zakona*).

Na ovaj način sprječava se ponavljanje neugodnih situacija iz prošlosti, gdje su jemci, a u praksi kreditnih institucija radi se isključivo o solidarnom jemstvu (jemac platac, sudužnik) bili izloženi nepoštenoj poslovnoj praksi. Jemstvo je predstavljano samo kao formalno obvezivanje, bez ikakvih imovinskih posljedica, dok se većina jemaca nije suočila sa stvarnošću da to znači preuzimanje svih obaveza dužnika ukoliko isti ne otplaćuje rate. Pored toga jemcima je uskraćivana informacija o financijskom bonitetu glavnog dužnika, a ugovore o jemstvu iako su akcesorne prirode potpisivali su prije nego što je dužnik potpisao ugovor o kreditu, što je imalo za posljedicu da jemci faktično nisu znali visinu obaveze za koju jemče. Iz tog razloga i čl. 16., st. 8. *Zakona* obavezuje davatelje financijskih usluga da u pregovaračkoj fazi upoznaju jemca s predmetom i oblikom jemstva, opsegom odgovornosti kao i to da mu se prezentiraju sve informacije i bitni elementi ugovora, te na njegov zahtjev, bez naknade, preda nacrt ugovora radi razmatranja izvan poslovnih prostorija davatelja.

Odluka o odobravanju kredita ovisi isključivo o volji davatelja, međutim da bi se spriječilo plasiranje rizičnih kredita koji utječu na kreditni rizik i aktivu davatelja, svojim internim aktima moraju utvrditi maksimalno dozvoljene granice kreditne zaduženosti korisnika imajući u vidu podatke o kreditnoj sposobnosti. U slučaju da davatelj odbije zahtjev korisnika na osnovu uvida u bazu podataka, dužan mu je na njegov zahtjev, bez naknade, uručiti CRK-a izvještaj na osnovu kojeg je donesena negativna odluka po njegovom zahtjevu, prilikom izuzimanja kreditne dokumentacije koju je korisnik predao (čl. 16., st. 6. *Zakona*).

4.5. Informacije uključene u ugovor

Jedna od specifičnosti potrošačkih ugovora jeste velik broj bitnih elemenata po čemu ni ugovor o potrošačkim kreditu nije izuzetak. Odredbom čl. 10., st. 2. Direktive 2008/48/EZ propisane su informacije koje moraju biti sadržane u ugovoru o kreditu, odnosno utvrđena je dugačka lista nužnih elemenata. Ono što je sasvim evidentno jeste da predugovorne informacije koje se nalaze u standardnom informacionom listu determiniraju i sadržaj ugovora. No, ipak neke predugovorne informacije zbog svoje prirode zamijenjene su novim koje odgovaraju ovom stadiju. Ugovor se sačinjava u pisanoj formi ili drugom trajnom mediju, od toga svaka ugovorna strana zadržava primjerak ugovora.

Slijedeći primjer Direktive 2008/48/EZ prema kojem se informacije uz određena odstupanja ponavljaju iz faze u fazu i domaći zakonodavac utvrdio je informacije koje obavezno moraju biti unijete u tekst ugovora. Obavezne elemente ugovora *Zakon* detaljno utvrđuje za ugovor o kreditu/mikrokreditu, kao i druge bankarske usluge (izdavanje i korištenje platne kartice, novčani depozit i ulog na štednju, otvaranje i vođenje računa), dok kada se radi o financijskom *leasingu* upućuje na primjenu posebnog propisa. Ugovor o kreditu mora sadržavati 17 bitnih klauzula, većina njih se preklapa sa informacijama iz SIL-a mada su sada bolje konkretizirane, ali unose se i neke nove poput: informacije o elementima na osnovu kojih se određuje promjenjivost NKS, informacije o stranoj valuti ako je kredit indeksiran u stranoj valuti, metod obračuna kamate, otkaz ugovora u slučaju neizmirenja obaveze, vrste svih naknada i troškova koje padaju na korisnika uključujući i troškove nadležnim organima, pravo korisnika na odustanak od ugovora, vansudsko rješavanje sporova te plan otplate kredita (čl. 17., st. 1. *Zakona*). Kada su u pitanju obavezni elementi, ugovor ne može sadržavati opće klauzule koje upućuju na poslovnu politiku kreditora. Sve informacije izuzev one koja se odnosi na NKS te plana otplate kredita mora sadržavati i ugovor o dozvoljenom prekoračenju po tekućem računu. Ugovor ne može sadržavati odredbe kojima se korisnik odriče prava koja su mu garantirana *Zakonom*, što znači da se radi o imperativnim odredbama koje nisu podložne volji ugovornih strana.

Još jedan od načina zaštite korisnika kao slabijeg kontrahenta jeste i zabrana izmjene obaveznih elemenata ugovora bez njegove prethodne pisane saglasnosti. U slučaju da korisnik nije saglasan s

izmjenama obaveznih elemenata davatelj financijske usluge ne može jednostrano izmijeniti uvjete iz ugovora, niti ugovor jednostrano raskinuti, odnosno otkazati osim u slučajevima predviđenim ZOO (čl. 28. *Zakona*). Ova zabrana rezultat je niza primjera, gdje su banke jednostrano, bez odgovarajućeg obrazloženja i adekvatnog obavještanja korisnika mijenjale uvjete kreditiranja, naročito kamatnu stopu pozivajući se na klauzulu o promjenjivoj kamatnoj stopi. Ova odredba javlja se kao standard u bankarstvu, međutim njena promjenjivost zavisila je od poslovne politike banke i mada su banke odluku o povećanju kamata pravdale rastom EURIBOR kamate, ipak to nije bio slučaj jer je u spornom razdoblju (2009. godina) EURIBOR imao tendenciju opadanja.^{xxv} Ovakva upućujuća odredba bi u svim drugim slučajevima da se umjesto banke radi o nekom drugom pravnom subjektu, nesporno bila proglašena ili utvrđena ništavom, uz niz građanskopravnih i kaznenopravnih posljedica, posebno onih glede zelenaštva (Kačer, 2009).

To je bio jedan od osnovnih razloga zašto *Zakon* kao *lex specialis* naglašava odredbe ZOO koje se tiču novčanih ugovornih obaveza posebice njihove određenosti ili odredivosti. Novčana obaveza mora zadovoljiti kriterij odredivosti, odnosno sadržavati dovoljno podataka pomoću kojih se može odrediti njezina visina. Ukoliko određivanje visine zavisi od ugovoreni promjenjivih elemenata, odnosno promjenjivih i fiksnih, onda su promjenjivi elementi oni koji se zvanično objavljuju i na koje ne može utjecati niti jedna ugovorna strana (referentna kamatna stopa, indeks potrošačkih cijena i dr.). Ovo je ujedno zakonski kriterij promjenjivosti NKS. U slučaju da je predmet obaveze neodređen ili neodrediv ugovor je ništav, ako su ugovorne strane svoje odnose uredile uz prisutnost mana volje, savjesna strana može tražiti poništenje ugovora i naknadu pretrpljene štete (čl. 8. *Zakona*). Što se tiče forme, pisana forma je uvjet punovažnosti ugovora i mada *Zakon* sadrži definiciju pojma trajni nosač, ipak isključena je mogućnost sklapanja ugovora u drugoj (primjerice elektronskoj) formi.

4.6. Informacije o efektivnoj kamatnoj stopi

Za korisnike financijskih usluga jedna od najznačajnijih informacija jeste ona o EKS-u, jer osigurava najveću moguću transparentnost i usporedivost povoljnosti različitih ponuda, a cijena je presudan faktor koji opredjeljuje izbor korisnika. Stoga se informacija o EKS-u ponavlja iz faze u fazu od oglašavanja, preko sadržaja SIL-a do konačnog teksta ugovora i u svim fazama EKS mora ostati nepromijenjen.

Financijska transparentnost ne postiže se samo informiranjem korisnika prije sklapanja ugovora o visini EKS-a. Podjednako je važno na koji način i na temelju kojih faktora se EKS obračunava. Iz tog razloga Direktiva 2008/48/EZ uvodi novu i jedinstvenu matematičku formulu (Prvi dio Aneksa I)^{xxvi} i precizno određuje sve troškove koji ulaze u bazu za obračun EKS-a. Na taj način izbjegnute su negativne posljedice koje su proizašle iz različitih kalkulacija EKS-a što je impliciralo i različite cijene kredita na unutrašnjem tržištu. Zajdnička metodologija i troškovana baza za obračun EKS-a nikako ne znače da su cijene kredita ujednačene, tako primjerice u eurozoni raspon EKS-a kreće se od 5% (Finska) do 35% (Estonija). Uslijed financijske krize došlo je do izrazitog pada kamatnih stopa centralnih banaka u cijeloj EU. U razdoblju od 2003. do 2012. godine započela je postupna konvergencija potrošačkih kamatnih stopa (bez stopa središnje banke) različitih zemalja EU (Study od the functioning of the consumer credit market in Europe, 2013).

Pod ukupnim troškovima kredita smatraju se svi troškovi uključujući i kamate, provizije, takse i sve druge naknade koje korisnik mora platiti u vezi s ugovorom o kreditu, izuzev troškova notara. Stvarno poznavanje troškova od davatelja financijskih usluga trebalo bi procjenjivati objektivno, uzimajući u obzir zahtjeve u pogledu profesionalne pažnje (čl. 25., t. 25. *Zakona*). EKS iskazuje ukupne troškove kredita koje korisnik plaća pri čemu su ti troškovi izraženi kao procent ukupnog iznosa kredita na godišnjem nivou. Ekonomskim riječnikom rečeno, EKS je diskontna stopa koja izjednačava, na godišnjem nivou, sadašnje vrijednosti svih novčanih tokova, odnosno sadašnje vrijednosti svih novčanih primanja sa sadašnjim vrijednostima svih novčanih izdataka na osnovu korištenja financijskih usluga, a koji su poznati u momentu

^{xxv} Posebno Izjave u bankarskom sektoru nakon donošenja smjernica i preporuka u sektoru potrošačkih kredita, Institucije ombudsmana za zaštitu potrošača u BiH, („Sl. glasnik BiH“, 51/11).

^{xxvi} Ovaj dio Direktive 2008/48/EZ izmijenjen je i dopunjen Direktivom 2011/90/EU od 14. studenog 2011. Europskog parlamenta i Vijeća koja propisuje dodatne pretpostavke za obračun efektivne kamatne stope, OJ L 296/35.

iskazivanja ove stope (čl. 11., st. 1. *Zakona*). Posebnom odlukom Agencije za bankarstvo FBiH utvrđeni su uvjeti i metod za obračun EKS-a.^{xxvii}

Za zaštitu korisnika važno je precizno definirati pretpostavke koje ulaze u novčane tokove koji određuju vrijednost EKS-a. Novčani tokovi uključuju: 1. sve otplate i isplate kredita; 2. troškove koje korisnik plaća ili koje davatelj financijske usluge plaća u ime i za račun korisnika uz refundaciju (npr. kamate, naknade, porezi i sl.), odnosno pogodnosti koje prima (kamate i druge bezuvjetne pogodnosti); 3. troškove u vezi sa sporednim uslugama koje predstavljaju uvjet za korištenje financijske usluge (npr. troškovi osiguranja života, imovine i lica i dr.); 4. troškovi otvaranja i vođenja računa, ako je to uvjet za korištenje financijske usluge. U novčane tokove ne ulaze: 1. troškovi nastali zbog nepoštivanja ugovornih odredbi (npr. zatezna kamata); 2. troškovi u vezi s kupovinom robe nastali nezavisno od toga da li se plaćanje vrši gotovinski ili na drugi način; 3. troškovi instrumenata osiguranja (npr. trošak mjenične isprave, uknjižbe, procjene i dr.). Obračun EKS-a zasniva se na slijedećim pretpostavkama: 1. ugovor o financijskoj usluzi ostat će na snazi tokom ugovorenog perioda; 2. ugovorne strane ispunit će svoje ugovorne obaveze i to će učiniti u rokovima navedenim u ugovoru; 3. NKS i ostali troškovi ostat će nepromijenjeni do kraja trajanja ugovora. U slučaju da se promijeni neka od ovih pretpostavki, primjerice NKS, to automatski povlači i promjenu EKS-a, s tim da korisnici moraju o ovoj promjeni biti obaviješteni prije nego što novi EKS bude zvanično objavljen i počne se primjenjivati.

EKS je standardna mjera o vrijednosti financijske usluge koja potencijalnim korisnicima treba omogućiti izbor one ponude koja je najpovoljnija, jer su kroz nju iskazani svi troškovi uključujući i NKS. Nažalost, korisnici su još uvijek nedovoljno financijski educirani i povoljnost proizvoda cijene na osnovu informacije o NKS kojoj i sami davatelji daju najveći publicitet u svojim ponudama. Razlika između EKS i NKS predstavljaju upravo ti dodatni troškovi koje korisnik mora platiti, a za koje nije često ni svjestan da postoje. Isto tako, u svijesti potrošača još uvijek nije u dovoljnoj mjeri izgrađen stav da prikupljene informacije o određenoj financijskoj usluzi treba usporediti sa istim ili sličnim dobivenim od drugih davatelja financijskih usluga, kako bi uistinu zaštitio svoj ekonomski interes.

4.7. Informacije nakon sklapanja ugovora

Obaveza informiranja koncentrirana je na predugovorni stadij i iscrpljuje se zaključenjem ugovora, za vrijeme trajanja ugovora ova obaveza skoro da i nepostoji. Većina poteškoća za korisnike javlja se međutim naknadno prilikom korištenja usluge jer se radi o uslugama trajnije prirode, a korisniku ispunjenje obaveze mogu otežati naknadni subjektivni faktori poput gubitka posla, bolesti, razvod i sl., ali i objektivni kao što je rast troškova života, rizici svojstveni novčanim obavezama, ekonomska recesija i sl.

Za korisnika je stoga izuzetno bitno da cijelo vrijeme trajanja ugovornog odnosa bude upoznat sa svim okolnostima koje mogu utjecati na ispunjenje obaveze. U tom smislu čl. 29. *Zakona* propisuje obavezu blagovremenog obavješćavanja korisnika o bilo kakvoj promjeni za slučaj da je ugovorena varijabilna NKS uz dostavljanje izmijenjenog plana otplate, ova obaveza obuhvaća i druge elemente koji utječu na visinu ostalih novčanih obaveza. Također, utvrđuje se i obaveza redovnog obavješćavanja korisnika o stanju zaduženja, na ugovoreni način, a kada se radi o prekoračenju po računu najmanje jedanput mjesečno dostavljanjem izvoda u pisanoj ili elektronskoj formi (čl. 30. *Zakona*). Posteriornim informiranjem korisnik je aktualan u pogledu svoje financijske situacije, što mu omogućava racionalno raspolaganje kućnim budžetom, odnosno daje prostora da se na vrijeme prilagodi nekim novim okolnostima. Pravo na informaciju je besplatno bez obzira na to u kom stadiju, te u kojem obliku se informacije stavljaju na raspolaganje korisniku.

Pored prava na informaciju za korisnika je podjednako važna mogućnost, da ako tijekom trajanja ugovora nastupe određene okolnosti na koje on ne može utjecati a koje umanjuju njegovu kreditnu sposobnost, da od davatelja financijske usluge zahtijeva zastoj u otplati duga (moratorij) za određeni period, u kojem se neće obračunavati zatezna kamata na dospjelo neizmireno potraživanje (čl. 31., st. 2. *Zakona*). Moratorij kao način mirovanja u otplati duga jest diskreciono pravo davatelja, a ne korisnika, no

^{xxvii} Odluka o jedinstvenom načinu obračuna i iskazivanja efektivne kamatne stope na kredite i depozite („Sl. novine FBiH“, 48/12, 23/14).

svrha ovog instituta jeste olakšati položaj korisnika koji je zapao u financijske poteškoće. Korisnik dobija svojevrsnu pauzu u otplati kako bi konsolidirao financijsko stanje i samim tim izbjegao jednostrani raskid ugovora, kojeg prati dospelost ostatka duga uvećanog za zateznu kamatu, aktiviranje instrumenata osiguranja i troškovi postupka prinudne naplate, što bi ga moglo baciti u pravi financijski ponor. Davatelji svojim internim aktima propisuju uvjete za moratorij kreditnih obaveza u skladu sa podzakonskim aktima regulatornog tijela.^{xxviii}

5. Ograničeno dejstvo obaveze informiranja

5.1. Manje je više ili ...?

Kao što je do sada više puta naglašeno Direktiva 2008/48/EZ polazi od premise da dobro informiran potrošač jeste samouvjeren potrošač koji je u stanju napraviti informiran izbor, odnosno donijeti odgovornu financijsku odluku. Europsko pravo zaštite potrošača obilježeno je *paradigmom informiranja* (Reich, 2009) jer ne samo da se vremenom povećavao broj informacija kao lijek za informacijski deficit na strani potrošača već su one postajale detaljnije i složenije. Identificiran je tako novi problem koji se može označiti kao *informacijska prezasićenost (information overload)* gdje potrošač zasut ogromnim brojem informacija ne može lako razlučiti bitne od manje bitnih i staviti ih u funkciju racionalnog odlučivanja (Cartwright, 2011; Nordhausen Scholes, 2009; Ebers, 2004).

Sposobnosti većine potrošača su u značajnoj mjeri ograničene kada je u pitanju mogućnost primanja, pamćenja i procesuiranja velikog broja informacija što se označava kao *ograničena racionalnost* (Cartwright, 2011). Ograničena racionalnost (*bounded rationality*) slabi ulogu obaveze informiranja jer nekada je više možda ipak previše, a ta hipertrofija negativno se odražava na donošenje informirane odluke. Drugi problem je to što će mnoge za korisnike važne informacije ostati prikrivene i utopljene u moru nebitnih što pojedini autori označavaju kao „*information overkill*“ (Grundmann, 2009; Reich, 2009) iz tog razloga nužno je broj informacija svesti na razumnu mjeru, ali isto tako razdvojiti odlučujuće i bitne od ostalih informacija. Da bi informiranje bio efikasan instrument zaštite nužno je dakle svesti broj informacija na optimalnu mjeru, pronaći sredinu između deficita i suficita informacija, jer i jedno i drugo onemogućava racionalno odlučivanje. Nadalje, ključne informacije moraju biti dovoljno uočljive da lako plijene pažnju korisnika, a ne da ih mora posebno tražiti naročito kad ni sam nije siguran što da traži.

Kao što se deficit negativno održava na odluke potrošača tako i suficit ima negativne implikacije jer se potrošač nerado odlučuje na čitanje i analiziranje duge liste informacija, pa vrlo lako odustaje od donošenja informirane odluke, a ugovor zaključuje motiviran nekim drugim ponekad i neracionalnim faktorima. U tom smislu umjesto o informiranom potrošaču može se govoriti o *zbuđenom potrošaču* (Nordhausen Scholes, 2009), a još uz to većina informacija se zapravo ponavlja iz faze u fazu. Veliki broj informacija zapravo odvraća korisnike od čitanje i analiziranja, jer i korisnici to doživljavaju kao svojevrsni teret i oduzimanje vremena, posebice što to zahtijeva i određena stručna znanja. Zakonske odredbe koje reguliraju ovu obavezu kada se pogleda veoma su voluminozne i nomotehnički podsjećaju na određena uputstva, što otežava primjenu i davateljima, a posebice korisnicima o čemu svakako treba povesti računa.

Upravo jedno od rješenja problema preinformiranosti jeste standardizacija i pojednostavljivanje informacija putem informativnih obrazaca i njihova raspodjela kroz različite stadije ugovaranja, što je glavno obilježje potrošačkog ugovornog prava, no koliko li se u tome stvarno uspjelo? U *Izvješčaju Europske komisije o implementaciji Direktive 2008/48/EZ* ocijenjeno je da je SECCI preopširan i suviše stručno formuliran da bi ga potrošači razumjeli, jer financijska pismenost varira. Kompleksan izgled formulara (sve

^{xxviii} Kako bi se olakšao položaj dužnika pogođenih stanjem elementarne nepogode (vrijeme poplava u maju 2014. godine) Agencija za bankarstvo FBiH donijela je *Odluku o privremenim mjerama za tretman kreditnih obaveza* i precizirala opciju moratorija. Tako plaćanje kreditnih obaveza odgađa se u maksimalnom trajanju do 12 mjeseci s krajnjim rokom do 30.9.2015. godine. Za period trajanja moratorija, produžava se krajnji rok otplate kreditnih obaveza ili se u okviru prvobitno ugovorenog roka vrši redefiniranje otplatnog plana. Tijekom trajanja moratorija, može se obračunavati kamatna stopa maksimalno do 50% iznosa od prethodno ugovorene kamatne stope. Za vrijeme trajanja moratorija može se ugovoriti i restrukturiranje kreditnih obaveza, što može uključivati novo potraživanje kojim se zamjenjuju postojeće kreditne obaveze klijenta, produženje roka vraćanja glavnice i/ili kamate, smanjenje kamatne stope, otpis dijela potraživanja, kapitalizaciju kamate, odobravanje novih kreditnih sredstava kako bi se sanirale štete ili druge bitne promjene kojima se olakšava položaj klijenta.

informacije su smještene na jedan list što znači da je i dalje aktualan problem *sitno tiskanih slova*) odvrća potrošače od njegove primjene i rezultira blagim negativnim utjecajem na zaštitu potrošača, pa je samim tim upitno da li potrošači iz takvog obrasca mogu lako vidjeti koja kreditna ponuda je povoljnija od druge. Drugim riječima, nije uspostavljen optimalan balans između informacijskog deficita i informacijskog suficita, a propisivanjem ovako opsežne liste Direktiva 2008/48/EZ više se približila ovom drugom, što je također nedostatak. SECCI koji je treba donijeti samo benefite korisnicima ipak trpi određene kritike u pogledu njegove efikasnosti.

Kada je u pitanju dostupnost SECCI-a tu je otkriven još jedan problem, naime potrošačima je i dalje izrazito teško pristupiti ponudama, bilo da su ograničene samo na stvarne klijente određenog davatelja, bilo da se traži prethodna provjera kreditne sposobnosti. Istraživanje provedeno s tajnim kupcima koji su simulirali klijente zainteresirane za određene vrste potrošačkih kredita s ciljem ocjene dostupnosti SECCI-a, odnosno ispunjenja obaveze predugovornog informiranja dovelo je do slijedećih rezultata. Tako, iznenađujuće svega nekoliko tajnih kupaca uspjelo je dobiti SECCI, pretežno su morali tražiti da im se preda, međutim u Danskoj 90% tajnih kupaca nije dobilo SECCI ni kada su ga zatražili. Situaciji ja slična i u Estoniji, Latviji, Luksemburgu i Španjolskoj gdje preko 80% tajnih kupaca nisu dobili SECCI osim ako ga nisu zatražili. Dok u Italiji preko 50% tajnih kupaca dobilo je SECCI iako ga nije tražilo. Sve u svemu, u EU samo oko 50% tajnih kupaca uspjelo je dobiti SECCI iako su ga posebno tražili (Study od the functioning of the consumer credit market in Europe, 2013).

Svrha predugovornog informiranja može se ostvariti jedino ukoliko potrošač i dobije standardni informacijski obrazac prije sklapanja ugovora, međutim u određenim situacijama to nije bio slučaj. Potrošači su najranije isti dobijali u momentu sklapanja ugovora, dok stanoviti broj potrošača nije uopće dobio ovaj obrazac, što znači da su davatelji povrijedili svoju obavezu predugovornog informiranja.

5.2. Financijska (ne)pismenost

Treba imati u vidu koliko god informacije pisane razumljivim, jasnim jezikom i dalje se radi o stručnim pojmovima koji da bi se ispravno razumjeli traže određeni stupanj financijske educiranosti. Informacije koje potrošač ne razumije mogu se staviti u istu ravan sa potpunim izostankom informacija, jer čitanje očito ne znači i razumijevanje, a financijska pismenost kod potrošača je šokantno loša (Garcia Porras and van Boom, 2009). Što znači da bez obzira na opseg i sadržaj informacija malo je vjerojatno da će potrošač zaista izabrati najpovoljniju ponudu, ukoliko nema osnovna znanja o svojstvima financijskog proizvoda koji kupuje. Tako primjerice, naznačenje EKS-a pomoći će korisniku samo ako je financijski dovoljno pismen da zna da je to kriterij za usporedbu različitih ponuda. Financijska pismenost ne može se poistovjetiti sa formalnim obrazovanjem jer i vrlo obrazovani potrošači mogu biti pravi laici kada se radi o ovoj vrsti usluga. Kako ne razumiju stručnu i složenu terminologiju, to se ne može očekivati da potrošači donose odgovorne financijske odluke, što utječe i na stabilnost financijskih tržišta koja se može narušiti kad se potrošači zaduže preko svojih mogućnosti ili kad su pogrešno informirani o svojim financijskim opcijama ili obavezama. Stupanj pismenosti ovisi i o nekim drugim faktorima, kao što su etnicitet, socio-ekonomski status, godine starosti, spol. Tako primjerice, visok stupanj pismenosti postoji kod visoko obrazovanih potrošača koji ostvaruju visoke prihode, srednjovječni potrošači su daleko pismeniji od ostalih, a muškarci su financijski pismeniji od žena (Mak, 2012). Iz ovog proizlazi da tzv. „*disclosure information regime*“ odnosno obaveza objavljivanja informacija ide prvenstveno u prilog educiranim, obrazovanim potrošačima, koji ipak ne čine dominantnu skupinu u profilu prosječnog potrošača (Wilhelmsson, 2007). Stoga, pravi je izazov kako podesiti mjere regulacije da se zadovolje interesi posebno osjetljivih skupina potrošača, a pri tome ne ugrozi slobodno funkcioniranje financijskog tržišta.

S obzirom da se ne može staviti znak jednakosti između svih korisnika financijskih usluga tako ni *paradigma informiranja* nema prema svim isti zaštitni učinak. Financijski pismeniji korisnici mogu maksimalno učinkovito iskoristiti pružene informacije, a takvih je nažalost vrlo mali broj (World Bank, 2011), dok za ogromnu većinu korisnika informacije mogu imati samo „dekorativnu“ ulogu jer se suočavaju s problemom (ne)razumijavanja, pa samim time ne smatraju ih vrijednim jer ne vide kakve koristi mogu imati od njih. Upravo da bi se otklonilo potonje nužno je provoditi programe i raditi na financijskoj edukaciji

stanovništva što treba biti jedan od ciljeva svih subjekata koje je ZZP BiH naveo kao nositelje zaštite potrošača, jer svatko je (potencijalni) korisnik neke financijske usluge.

5.3. Neka opažanja u praksi

Prethodno navedena europska iskustva ne djeluju nimalo ohrabrujuće, jer ukoliko se krše standardi zaštite potrošača u jednom tako uređenom sistemu, onda i ne iznenađuje puno situacija kada se ista krše u BiH. Određena iskustva (opažanja) o primjeni SIL-a iako je *Zakon* vrlo kratko u primjeni ipak postoje. Naime, davatelji su vrlo „ozbiljno“ shvatili ovu zakonsku obavezu tako što korisnicima uručuju SIL i to prilikom samog potpisivanja ugovora o financijskoj usluzi, ali ne i ranije. Tako primjerice, SIL nije dostupan na internet stranici banke, mada je korisniku dostupan kreditni zahtjev kojeg može „skinuti“ (*download*) i sačuvati u memoriji svog računara, te po potrebi odštampati i potpisanog predati na šalteru banke. Danas je puno korisnije da SIL bude na raspolaganju korisnicima na internet stranici, nego da se neposredno predaje u poslovnim prostorijama.

SIL se pretvorio u samo još jedan dokument koji se mora predati uz ugovor, pritom korisnik i ne zna što je to SIL i koja je njegova svrha iako ga u tom trenutku potpisuje. Zakonska obaveza predugovornog informiranja na ovaj način gubi svoj osnovni *ratio*, jer korisnik nema priliku informirati se o financijskoj usluzi tako što će analizirati sadržaj SIL prije nego se obaveže ugovorom i to na nekom drugom mjestu, tj. izvan poslovnih prostorija oslobođen utjecaja službenika. Ono što je primjetno jeste uvriježena prešutna praksa davatelja da na korisnikov upit i pokazan interes za određenim proizvodom, prvo traže informacije o zaposlenju i mjesečnim primanjima, nakon čega slijedi i provjera kreditne sposobnosti a tek nakon toga se daju usmene informacije i *ad hoc* kreira konkretna ponuda (dozvoljeni iznos, obračun kamata), a ono što korisnik jedino dobija u pisanoj formi jeste primjerice obrazac zahtjeva za kredit uz spisak potrebne dokumentacije. Ovakvim pristupom korisnici su i dalje ograničeni u prikupljanju pisanih ponuda o uvjetima pružanja usluga različitih davatelja radi njihove usporedbe i odabira najpovoljnije. Obaveza predugovornog informiranja potpuno se stopila sa momentom perfekcije ugovora, drugim riječima uvriježena praksa se faktično i dalje nastavila. S aspekta korisnika i dalje ostaje rizik da se nepromišljeno i bez dovoljno razumijevanja ugovora kojem pristupaju obvezuju na duže vrijeme. Međutim, ovakvu praksu *Zakon* prekršajno sankcionira propisujući gornju i donju granicu novčane kazne za slučaj povrede obaveze informiranja prilikom oglašavanja, u predugovornoj i pregovaračkoj fazi, te prilikom i poslije ugovornog obvezivanja (čl. 47. *Zakona*).

Iz ovog činjeničnog stanja proizlazi pitanje kako u praksi unaprijediti položaj korisnika. Prva pretpostavka je ispunjena a to je adekvatan pravni okvir, drugi korak jeste ozbiljno provođenje nadzora nad poštivanjem *Zakona* od strane Agencije za bankarstvo FBiH, što implicira i sankcioniranje svih oblika nepoštene poslovne prakse. Naime, ovo regulatorno tijelo ima posebno ovlaštenje da vrši nadzor nad davateljima financijskih usluga u skladu s ovim zakonom i zakonima kojima se uređuju banke, mikrokreditne organizacije i davatelji *leasinga* (čl. 45., st. 1. *Zakona*). Davatelji financijskih usluga do sada su se ponašali gotovo pa samovoljno kada su u pitanju odnosi sa potrošačima, a takvo postupanje deklaratorno je pravdano „*potrebom održavanja stabilnosti i solventnosti financijskog sistema*.“ Posljednjih nekoliko godina došlo je do značajnog povećanja volumena kredita na tržištu, te je takav trend stvorio privid da su se poboljšali i uvjeta kreditiranja u korist potrošača. Tako primjerice, došlo je do pada kamatnih stopa, uvodi se fiksna kamatna stopa za cijelo vrijeme otplate kredita, mijenjaju se instrumenti osiguranja kredita, umjesto jemaca uvodi se polica osiguranja, čak se pojavljuju krediti bez ikakvih sredstava osiguranja i sl. No, pojeftinjenja kredita ne znači da u ugovorima ne postoje odredbe koje ozbiljno narušavaju ugovornu ravnotežu između kreditora i potrošača. No, pored prethodne dvije mjere nužno je poduzeti i aktivnosti promoviranja *Zakona* i prava koja iz njega proizlaze, korisnici moraju biti upoznati sa pravima koja im pripadaju da bi se mogli njima i služiti.

6. Zaključak

Obaveza informiranja je bez ikakve sumnje opravdan i potreban instrument zaštite. No, isto tako postavlja se pitanje je li dovoljan i koliko je stvarno učinkovit kada su u pitanju financijske usluge, jer ne smije se zaboraviti da se radi o adhezionim ugovorima gdje vlada pravilo „uzmi ili ostavi“. Zbog toga

koliko god korisnik bio dobro informiran on nikako ne može utjecati na sadržaj ugovora koji je prethodno pripremio davatelj. Iz tog razloga podjednako je važno regulirati sadržaj općih uvjeta poslovanja iz kojih se izvode ugovorne klauzule te prevenirati ugovaranje nepravičnih ugovornih odredaba. Za potrošače puno efikasniji vid zaštite jeste preveniranje i sankcioniranje nepoštene poslovne prakse davatelja i kontrola sadržaja adhezionih ugovora, nego samo jačanje potrošačke pozicije pružanjem silnih informacija za koje nije izvjesno da li će i koliko uspješno staviti u funkciju odgovornog i racionalnog odlučivanja. Drugim riječima, obaveza informiranja jeste mandatni instrument zaštite ali nikako ne može biti jedini i odlučujući, jer da bi bio učinkovit mora postojati sprega između njega i svih ostalih instrumenata koji ovise o aktivnoj ulozi tijela javne vlasti, posebice onih specijaliziranih za nadzor nad poslovanjem financijskih institucija.

Novi regulatorni okvir u BiH ima za cilj osigurati da svi davatelji financijskih usluga djeluju na pošten i profesionalan način i to prije, prilikom ali i nakon sklapanja konkretnog financijskog aranžmana, što treba ojačati poprilično narušeno povjerenje korisnika. S druge strane i od samih korisnika se očekuje odgovorno ponašanje kroz pružanje potpunih i istinitih informacija o svom financijskom bonitetu, te ozbiljniji i savjesniji pristup kada se radi o preuzimanju financijskih obaveza i pojačana svijest o mogućem riziku (pre)zaduženosti. Informiranje je podloga za dobro, racionalno i odgovorno odlučivanje, a upravo to i jeste intencija zakonodavca koji obavezujući davatelje na pružanje što je moguće više informacija želi povećati osobnu odgovornost korisnika prilikom ulaska u određene financijske aranžmane.

7. Literatura

- Baretić, M. (2003/2004). Nepoštene odredbe u potrošačkim ugovorima s posebnim osvrtom na ugovore banaka i osiguravajućih društava. I/II dio. *Suvremeno poduzetništvo*, 12/2003, 1/2004, 239-249
- Bikić, E. (2014). Zakon o zaštiti žirantata/jemaca u Federaciji BiH. *Analiz Pravnog fakulteta Univerziteta u Zenici*, 14/2014, 15-33
- Cartwright, P. (2001). Optimal Consumer Protection in Financial Services. ECRI/CEPS Seminar, 7th June 2001 Brussels
- Cartwright, P. (2011). The Vulnerable Consumer of Financial Services: Law, Policy and Regulation. *Financial Services research Form*. Preuzeto sa: <http://www.nottingham.ac.uk/business/businesscentres/crbfs/documents/researchreports/paper78.pdf>
- Centralna banka Bosne i Hercegovine. (2014). Bilten Centralne banke Bosne i Hercegovine, br. 2. Preuzeto sa: http://www.cbbh.ba/files/bilteni/2014/Bilten_2_2014.pdf
- Čikara, E. (2009). Nova Direktiva 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu (I). *Pravo i porezi*, 18:94-102
- Čulinović-Herc, E. (2005). Zaštita potrošača i zaštita ulagatelja na hrvatskom tržištu financijskih usluga. U V., Tomljenović, E., Čulinović-Herc (ur.), *Zaštita potrošača i ulagatelja u europskom i hrvatskom pravu, Izazovi međunarodnog tržišta robe i kapitala* (210-243). Rijeka: Pravni fakultet Sveučilišta u Rijeci
- Ebers, M. (2004). Information and advising requirements in the financial services sector: Principles and Peculiarities in EC Law. *Electronic Journal of Comparative Law*, Vol. 8.2 Preuzeto sa: <http://www.ejcl.org/82/art82-2.PDF>
- European Commission. (March 2012). *Special Eurobarometer 737-Retail Financial services*. Preuzeto sa: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/policy/ebspecial_737-report_en.pdf
- European Parliament's Committee on the Internal Market and Consumer Protection. (January 2012). *Study on Implementation of the Consumer Credit Directive*. Preuzeto sa: <http://www.europarl.europa.eu/studies>
- Feješ, A. (2009). The impact of information on responsible lending and responsible borrowing in the European Union. *Pravni život*, 12/2009, 751-765

- Ferretti, F. (2014). *EU Competition Law, the Consumer Interest and Data Protection: The Exchange of Consumer Information in the Retail Financial Sector*. New York: Springer
- Fox, J. J & Bartholomae S. (2008). Financial Education and Program Evaluation. In J. J. Xiao, (eds) *Handbook of Consumer Finance Research* (pp. 47-69). New York: Springer.
- Garcia Porras, C. & van Boom, W. (2009). *Information disclosure in the EU Consumer Credit Directive: Opportunities and limitations*, Rotterdam Institute of Private Law Working Paper. Preuzeto sa: <http://ssrn.com/abstract=1538111>
- Grable, E. J. (2008). *Risk Tolerance*, In J. J., Xiao (ed.), *Handbook of Consumer Finance Research* (pp. 3-21). New York: Springer
- Grundmann, S. The Structure of the DCFR – Which Approach for Today’s Contract Law? (2008) 3 *European Review of Contract Law*
- Hadfield, K. G., Howse, R. & Trebilcock, J. M. Information-Based Principles for Rethinking Consumer Protection Policy. *Journal of Consumer Policy* 21:131-169, 1998.
- Hondius, E. The Protection of the Weak Party in a Harmonised European Contract Law: A Synthesis. *Journal of Consumer Policy* 27:245-251, 2004.
- Howells, G. The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information. *Journal of Law and Society* 32, 2005:349-370
- IPSOS & London Economics. (July 2013). *Study od the functioning of the consumer credit market in Europe*, Final report. Preuzeto sa: http://ec.europa.eu/consumers/archive/rights/docs/consumer_credit_market_study_en.pdf
- Izvjestaj Komisije Evropskom parlamentu i Vijeću o implementaciji Direktive 2008/48/EZ o ugovorima o potrošačkom kreditu*, Bruxelles, 14.5.2014. COM (2014) 259 final. Preuzeto sa: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2014/HR/1-2014-259-HR-F1-1.Pdf>
- Kačer, H. (2009). Da li su nišetne odredbe u ugovorima o kreditu koje vjerovniku daju pravo jednostrano i bez obrazloženja mijenjati kamatne stope. *Pravni život*, 13/2009, 115-131
- Lando, O. (2000). *Some Features of the Law of Contract in the Third Millennium*. In *Scandinavian Studies in Law*, 40. Preuzeto sa: <http://www.scandinavianlaw.se/pdf/40-13.pdf>
- Mak, V. (June 2012). The Myth of the ‘Empowered Consumer’ Lessons from Financial Literacy Studies. *TISCO Working Paper Series on Banking, Finance and Services No. 03/2012*. Preuzeto sa: <http://ssrn.com/abstract=2077539>
- Maričić, B. (2005). *Ponašanje potrošača*, sedmo izdanje. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu
- Micklitz, H-W., Reich, N. & Rott, P. (2009). *Understanding EU Consumer Law*. Intersentia
- Misita, N. & Grbo Z. (2011). *Evropsko poslovno pravo – odabrane teme*. Sarajevo: Pravni fakultet Univerziteta u Sarajevu
- Misita, N. (2008). Zaštita potrošača i tržište finansijskih usluga Evropske unije. *Zbornik radova Aktualnosti građanskog i trgovačkog zakonodavstva i pravne prakse*. br. 6. Mostar. 81-105
- Nordhausen Scholes, A. (2009). Information Requirements. In G. Howells, R., Schulze (ed.), *Modernising and Harmonising Consumer Contract Law* (pp.213-237). Munich: Sellier Publishers

- Petrić, S. (2002). O problemu nepravdnih odredaba potrošačkih ugovora u pravu Europske zajednice i pravu Bosne i Hercegovine. *Zbornik radova Aktualnosti građanskog i trgovačkog zakonodavstva i pravne prakse*. br. XV. Mostar
- Reich, N. (2009). Crisis or Future of European Consumer Law? In D. Parry, A. Nordhausen, G. Howells & C. Twigg-Flesner (eds), *The Yearbook of Consumer Law 2009* (pp. 3-67). Aldershot: Ashgate Publishing
- Rose, S. P. & Hudgins, C. S., (ur.) Vasković V. (2005). *Bankarski menadžment i finansijske usluge*, šesto izdanje. Beograd: Data status
- Stuyck, J. (2007). The Notion of the Empowerd and Informed Consumers in Consumer Policy and How to Protect the Vulnerable Under Such Regime. In G. Howells, A. Nordhausen, D. Parry & C., Twigg-Flesner (eds), *The Yearbook of Consumer Law 2007* (pp. 167-186). Aldershot: Ashgate Publishing
- Verstraeten, G., Van den Poel, D. (2005). The Impact of Sample Bias on Consumer Credit Scoring Performance and Profitability. *The Journal of the Operational Research Society*. Vol. 56, No. 8. 981-992
- Vilus, J. (1976). *Opšti uslovi formalnih ugovora*. Beograd: Savremena administracija
- Wilhelmsson, T. (2007). The Informed Consumer v Vulnerable Consumer in European Unfair Commercial Practices Law – A Comment. In G. Howells, A. Nordhausen, D. Parry & C., Twigg-Flesner (eds) *The Yearbook of Consumer Law 2007* (pp.211-227). Aldershot: Ashgate Publishing
- Wilhelmsson, T. The Abuse of the „Confident Consumer” as a Justification for EC Consumer Law. *Journal of Consumer Policy* 27:317-337, 2004.
- Wilson, S. N. (1965). Freedom of Contract and Adhesion Contracts. *The International and Comparative Law Quarterly*, Vol. 14, No. 1, 172-193.
- World Bank. (April 2011). *Bosnia and Herzegovina - Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy in Banking Services*. Volume I (Key Findings and Recommendations) and Volume II (Comparison with Good Practices)

Author: Anita Petrović, PhD, Assistant Professor

Institution: Faculty of Law, University of Tuzla

E-mail: anita.petrovic@untz.ba

INFORMATION REQUIREMENTS AS A MECHANISM OF PROTECTION OF FINANCIAL SERVICES USERS - ADVANTAGES AND LIMITATIONS

Abstract

This paper analyzes the information obligations as one of the instruments of consumer protection created in European consumer law. As a result of the fulfillment obligation of approximation of laws with *acquis*, this instrument takes an important place in the new Act on the Protection of Financial Services Users in Federation Bosnia and Herzegovina. Directive 2008/48/EC on consumer credit agreements is based on the information approach, which assumes that only the informed consumer can make an informed choice and make responsible financial decisions. This approach follows the domestic legislature in terms of a comprehensive, standardized and highly detailed regulation of obligations to inform users at the pre-contractual stage and once the contract has been concluded. The purpose of this instrument is to empower financial services user, to fill the information gap and make him more equal to counterparty, because of intangible nature of financial service everything that consumer has is information. But other than that this instrument has a broader role and that is to preserve stability of financial sector as it enables the implementation of the principles of responsible borrowing and preventing over-indebtedness. The aim of this paper is to critically examine the provisions of the Act on the Protection of Financial Services Users, which regulates the obligation to inform, and consequently point to the advantages and disadvantages of new solutions in view of the financial literacy problem faced by a large number of users.

Keywords: obligation to inform, financial services, consumer, financial literacy.