

# Utjecaj Opće uredbe o zaštiti podataka na privatnost osobnih podataka na internetu

---

Krbavac, Filip

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:519914>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-09**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



**Sveučilište u Zagrebu**  
**Ekonomski fakultet**  
**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**  
**Poslovna ekonomija – smjer Menadžerska informatika**

**UTJECAJ OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA NA  
PRIVATNOST OSOBNIH PODATAKA NA INTERNETU**

**Diplomski rad**

**Filip Krbavac**

**Zagreb, srpanj 2023.**

**Sveučilište u Zagrebu**  
**Ekonomski fakultet**  
**Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij**  
**Poslovna ekonomija – smjer Menadžerska informatika**

**UTJECAJ OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA NA  
PRIVATNOST OSOBNIH PODATAKA NA INTERNETU**

**INFLUENCE OF GENERAL DATA PROTECTION  
REGULATION DIRECTIVE ON THE PRIVACY OF  
PERSONAL DATA ON THE INTERNET**

**Diplomski rad**

**Student: Filip Krbavac**

**JMBAG studenta: 0067523495**

**Mentor: izv. prof. dr. sc. Nikola Vlahović**

Filip Krbavac

Ime i prezime studenta

### **IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student:

U Zagrebu, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(potpis)

## Sažetak i ključne riječi

Pitanje privatnosti i zaštite osobnih podataka jedno je od najvažnijih u današnjem svijetu. Sve brži razvoj tehnologije dovodi do sve raznovrsnijih načina ugrožavanja privatnosti osobnih podataka. Kao odgovor na sve veće mogućnosti ugroze osobnih podataka građana Europske unije, dolazi do uvođenja Opće uredbe o zaštiti podataka (eng. GDPR–General Data Protection Regulation). Motivacija za pisanje ovog rada je prikazati najvažnije odredbe ove Opće uredbe, pokazati na stvarnim primjerima neka od najvećih kršenja Opće uredbe i koje su posljedice neusklađenosti s Uredbom te utvrditi kako je, nakon pet godina od početka pune primjene, Opća uredba utjecala na građane, korisnike interneta, u Republici Hrvatskoj.

Da bi se došlo do odgovora o tome koliko su građani upoznati s Općom uredbom, kako se ponašaju na internetu vezano za zaštitu osobnih podataka i koliko su osviješteni o važnosti brige o zaštiti osobnih podataka, provedeno je istraživanje. Podaci su prikupljeni pomoću anketnog upitnika. Anketni upitnik bio je upućen korisnicima interneta, u kojem su postavljena pitanja o njihovom znanju o vlastitim pravima te o njihovim dosadašnjim iskustvima u davanju osobnih podataka od uvođenja Opće uredbe.

Provedeno istraživanje pokazalo je da u današnjem digitalnom svijetu, građani Hrvatske provode puno vremena na internetu, da su korisnici više aplikacija i članovi su više različitih društvenih mreža. Anketom je utvrđeno da je nakon pet godina od uvođenja Opće uredbe povećana razina svijesti kod korisnika interneta o potrebi zaštite osobnih podataka, ali da ima i dosta prostora za poboljšanje.

S jedne strane, poduzeća i organizacije moraju na zakonit način postupati s osobnim podacima pojedinaca, dok s druge strane, pojedinci moraju pažljivo postupati s vlastitim podacima i moraju znati zaštititi svoje osobne podatke. Građani trebaju biti upućeni u svoja prava vezana za zaštitu osobnih podataka. Zato je potrebno poduzimati daljnje aktivnosti u smjeru podizanja razine svijesti o potrebi zaštite osobnih podataka te omogućiti što više, po mogućnosti, besplatnih edukacija, radionica, webinar, tečajeva, pa i provoditi kampanje u cilju podizanja razine svijesti građana o potrebi zaštite osobnih podataka i o načinima kako ih zaštititi.

Ključne riječi: GDPR, privatnost, zaštita osobnih podataka, sigurnost, podizanje svijesti, internet

## Summary and keywords

Ensuring personal data privacy and security are some of the most important things in today's world. The ever-increasing pace of technological advancement leads to more and more diverse ways to endanger personal data privacy. The implementation of the General Data Protection Regulation (GDPR) is a response to the increasing possibility of the endangerment of personal data privacy of citizens of the European union. The motivation to write this paper is to show the most important decisions of this Regulation, as well as to show real world examples of breaking its rules and to show the consequences of GDPR non-compliance and finally to find out how the Regulation impacted Web users in the European union 5 years after its introduction in the Republic of Croatia.

A study has been done to determine how well informed the citizens are about the GDPR, how they behave when it comes to personal data protection on the Internet and how aware they are about the importance of protecting their personal data. The dataset has been collected using an online survey. The survey was sent to Web users where they answered questions about their knowledge about their own rights and their previous experiences in giving access to their personal data since the implementation of the GDPR.

The research carried out has shown that in today's digital world citizens of Croatia spend a lot of time on the Internet, that they use multiple applications and that they are members of multiple different social media sites. The survey showed that 5 years after implementing the GDPR Web users have a higher awareness about protecting their personal data but there is still plenty of room for improvement.

On the one hand, companies and organizations have to use the private data of an individual in a lawful way, while on the other hand individuals need to be careful as to how they use their private data and they need to know how to protect them. Citizens need to be taught their rights regarding personal data protection. It is because of this that further actions need to be done to even further raise awareness about data protection and to enable as many, preferably free, workshops, education, webinars, courses and campaigns to raise awareness about the need to protect their personal data and how to protect it.

Keywords: GDPR, privacy, personal data protection, safety, raising awareness, Internet

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada .....	2
2. VAŽNOST ZAŠTITE PRIVATNOSTI OSOBNIH PODATAKA .....	3
2.1. Privatnost i sigurnost osobnih podataka na webu .....	3
2.2. Načini zloupotrebe osobnih podataka korisnika weba .....	4
2.3. Opća uredba o zaštiti podataka–rješenje Europske unije u vezi zaštite podataka .....	5
2.4. Načela Opće uredbе o zaštiti podataka .....	6
2.5. Prava vlasnika informacija .....	7
2.6. Način provedbe Opće uredbе o zaštiti podataka.....	9
3. UČINCI OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA NA ELEKTRNIČKO POSLOVANJE....	15
3.1. Uspješnost provedbe Opće uredbе.....	15
3.2. Promjene Opće uredbе u najnovijoj verziji iz 2020. godine .....	18
3.3. Utjecaj Opće uredbе na zakone o zaštiti podataka u drugim zemljama .....	19
4. ISTRAŽIVANJE STAVOVA KORISNIKA WEBA PREMA UVOĐENJU OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA.....	21
4.1. Metodologija istraživanja.....	21
4.2. Rezultati istraživanja.....	22
4.2.1. Podaci o ispitanicima.....	22
4.2.2. Zaštita osobnih podataka.....	26
4.2.3. Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR).....	39
4.3. Analiza rezultata istraživanja i rasprava.....	45
5. ZAKLJUČAK.....	48
Popis literature.....	49
Popis tablica.....	52
Popis grafikona.....	52
Popis slika.....	54
Prilog: Anketni upitnik.....	55
Životopis.....	62

# **1. UVOD**

## **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet rada je prikazati utjecaj Opće uredbe o zaštiti podataka (eng. GDPR) na privatnost osobnih podataka na internetu, pri čemu će vlastitim istraživanjem putem ankete biti ocijenjena uspješnost dosadašnje provedbe GDPR-a uz poseban naglasak na postignutu razinu svijesti kod ispitanika o potrebi i značaju zaštite osobnih podataka.

Glavni cilj rada je istražiti percepciju građana o uvođenju GDPR-a i utjecaj na njihovo ponašanje prilikom raspolaganja vlastitim osobnim podacima na internetu. Uvođenjem GDPR-a građanima Europske unije dana je veća mogućnost čuvanja privatnosti i nadzora nad načinom na koji se njihovi osobni podaci koriste. Danas, pet godina nakon početka pune primjene Opće uredbe o zaštiti podataka, istraživanjem će se nastojati otkriti u okviru prikupljenog uzorka fizičkih osoba, kolika je razina osviještenosti o značaju osobnih podataka i o potrebi njihove zaštite te koliko oprezno građani raspolažu vlastitim osobnim podacima.

Drugi cilj je jasno prikazati najvažnije odredbe GDPR-a te njegovu dopunu kroz godine. GDPR je zamišljen na način da se svakih nekoliko godina revidira te unaprijedi kako bi omogućio sigurnost osobnih podataka građana Europske unije.

Treći cilj je prikazati dosadašnje kazne izrečene zbog kršenja zakonskih propisa o zaštiti osobnih podataka te na njihovom primjeru pokazati koliko je ozbiljno pitanje privatnosti i zaštite osobnih podataka korisnika interneta u Europskoj uniji te da ni jedno poduzeće ne smije zloupotrijebiti podatke svojih korisnika.

## **1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja**

Izvori podataka će većinom biti sa službenih internet stranica Europske unije na temu GDPR-a, s internet stranica Agencije za zaštitu podataka te znanstveni članci kojima su teme vezane za GDPR i pojam sigurnosti osobnih podataka na internetu. Opća uredba je uvedena tek 2018. godine te nije dostupno obilje knjiga na ovu temu, ali zato ima dostupnih radova i članaka.



Tijekom provedbe primarnog istraživanja koristit će se anonimni anketni upitnik putem Google Forms obrasca.

### **1.3. Sadržaj i struktura rada**

U radu će biti 5 poglavlja. Poglavlja su zasebna. Uvodom će biti prikazani: predmet i ciljevi rada, motivacija za pisanje rada, empirijski i teorijski izvori korišteni u radu i metode prikupljanja korištene za potrebe izrade rada te će biti objašnjen sadržaj i struktura rada.

U drugom poglavlju bit će prikazano pitanje sigurnosti i privatnosti osobnih podataka na internetu te kako je Europska unija uredila sigurnost uvođenjem Opće uredbe o zaštiti podataka. Poblje će se objasniti važnost zaštite privatnosti osobnih podataka, bit će prikazane glavne odrednice zakona te će se time dati osnovu razumijevanja ostatka rada, a uz prikaz mogućih prijetnji sigurnosti podataka i načini kršenja privatnosti podataka bit će dani i primjeri nekih od najvećih dosadašnjih kršenja Opće uredbe.

U trećem poglavlju razmatrat će se utjecaj Opće uredbe na elektroničko poslovanje, bit će pokazane iteracije Opće uredbe od njenog uvođenja, istražiti će se pitanje uspješnosti provedbe same Opće uredbe, ali i mogući propusti Opće uredbe. U radu će biti dan osvrt i na utjecaj koji je Opća uredba imala na zakone o zaštiti osobnih podataka izvan Europske unije.

Četvrto poglavlje pokazuje provedeno istraživanje stavova korisnika interneta prema uvođenju Opće uredbe o zaštiti podataka te o njihovim pravima vezanim uz zaštitu osobnih podataka. Ispitat će se njihova razina osviještenosti o njihovim pravima zaštite osobnih podataka na internetu te o njihovim dosadašnjim iskustvima u davanju i zaštiti osobnih podataka, odnosno ispitat će se koliko su korisnici interneta oprezni prilikom raspolaganja osobnim podacima u online okruženju.

Rezultati istraživanja bit će osnova raspravi o stanju osviještenosti o sigurnosti osobnih podataka na internetu i o uspješnosti implementacije i provođenja Opće uredbe.

Zaključak će u sažetom obliku prikazati dijelove rada te će pokazati jesu li ostvareni ciljevi zadani na početku rada.

## **2. VAŽNOST ZAŠTITE PRIVATNOSTI OSOBNIH PODATAKA**

### **2.1. Privatnost i sigurnost osobnih podataka na webu**

Pravo na privatnost jedno je od temeljnih ljudskih prava. Pravo da sami kontroliraju pristup osobnim podacima kako god to oni odluče. Pravo da se njihovi podaci ne mogu koristiti ako oni ne daju svoju suglasnost. Svatko ima pravo na zaštitu svojih osobnih podataka (članak 8. Povelje Europske unije o temeljnim pravima i članak 16. Ugovora o funkcioniranju Europske unije). Sukladno članku 37. Ustava Republike Hrvatske svakom se jamči sigurnost i tajnost osobnih podataka. U istom članku je navedeno da je zabranjena upotreba osobnih podataka suprotna utvrđenoj svrsi njihovog prikupljanja. Današnje doba je vrijeme izuzetno brzog tehnološkog razvoja i nikada nije bilo lakše doći do nečijih osobnih podataka. Time je neizmjerljivo važno bilo uvesti zakone koji bi što više otežali zloupotrebu podataka. Korisnici interneta često dopuštaju pristup osobnim podacima znajući, ali često i ne znajući, kakvo je zakonski dozvoljeno postupanje s njihovim podacima. Podaci su činjenice ili brojevi, a kada su obrađeni, interpretirani i strukturirani na značajan ili koristan način onda podaci postaju informacijama (Data vs. Information).

Vijeće Europe (2020) ujedno kaže da s porastom korisnika interneta dolazi do sve većeg druženja putem društvenih medija, što znači i sve veću potrebu za zaštitom osobnih podataka koji se tim načinom razmjenjuju.

Pokazuje da su primjeri osobnih podataka: ime i prezime, adresa elektroničke pošte, lokacijske informacije (koje mogu davati mobiteli ili IP adresu na računalu), adresa stanovanja, kolačići koji identificiraju korisnika na internetu te osobni identifikacijski broj.

Primjeri podataka koji nisu osobni su: službena adresa elektroničke pošte ili podaci koji su anonimni. U anketnom istraživanju koje se provodi u četvrtom poglavlju rada je anonimna anketa te time prikupljeni podaci nisu osobni, zato što se njima ne može identificirati ni jedna od osoba koja je sudjelovala u istraživanju. Jasno je navedeno na početnoj stranici ankete da je anonimna, da će se podaci koristiti isključivo u grupnoj analizi rješenja te da prelaskom na sljedeću stranicu ispitanici daju svoju suglasnost o postupanju s njihovim podacima na način kako je unaprijed utvrđeno.

Međunarodna zajednica profesionalaca u području privatnosti (IAPP), neprofitna organizacija koja je najveća globalna zajednica profesionalaca u području privatnosti daje razliku između pojmova „privatnosti“ i „sigurnosti“. „Privatnost podataka“ je pojam koji se bavi načinima na koji se podaci koriste i tko upravlja osobnim podacima. Pojam obuhvaća razne zakone koji određuju pravila postupanja pri prikupljanju, pohranjivanju i obrađivanju korisničkih informacija. „Sigurnost podataka“ je pojam koji nastoji zaštititi podatke od napada i hakera koji nastoje nezakonito prikupiti i iskoristiti podatke radi profita. Važno je naglasiti da iako je moguće napraviti sve korake potrebne da bi se osigurala sigurnost podataka, to nije nužno dovoljno da bi se zaštitila privatnost podataka (Što je privatnost–IAPP).

Privatnost podataka može se zaštititi na način da se postupa po unaprijed određenim pravilima koje svi moraju ispuniti da bi se osobni podaci koristili na dozvoljen način.

Agencija za zaštitu osobnih podataka u Republici Hrvatskoj (AZOP) na svojoj internetskoj stranici navodi da je pravo na zaštitu osobnih podataka jedno od ustavnih prava svih građana bez obzira na dob, spol, boju kože, religiji itd. Od 25. svibnja 2018. to pravo je definirano putem Opće uredbe o zaštiti podataka–GDPR te ona jasno određuje kako je dozvoljeno postupati s osobnim podacima, a kako je protuzakonito. Postojali su i raniji zakoni prije Opće uredbe, ali je ona trenutno važeći zakon koji je na snazi te zamjenjuje prethodne zakone vezane za privatnost i zaštitu osobnih podataka.

## **2.2. Načini zloupotrebe osobnih podataka korisnika weba**

Sve brži razvoj tehnologije s kojim je došlo i do popularizacije interneta na kojem ljudi svakodnevno provode velik dio vremena, dovodi do novih i sve raznovrsnijih načina zloupotrebe osobnih podataka. Načini zloupotrebe osobnih podataka korisnika weba su hakiranje, zlonamjerni softver, ucjenjivački softver, krađa identiteta, curenje podataka, nemar, prijevara, krađa podataka te postupanje s podacima na nezakonit način. U radu će biti prikazani primjeri koji obuhvaćaju hakiranje, curenje podataka, nemar te postupanje s podacima na nezakonit način.

Kako bi se omogućila povećana zaštita privatnosti, odnosno zaštita osobnih podataka u više tehnološki razvijenom okruženju, bilo je potrebno promijeniti zakone.

### **2.3. Opća uredba o zaštiti podataka–rješenje Europske unije u vezi zaštite podataka**

Opća uredba nije prvi zakon koji je propisan za zaštitu osobnih podataka u Europskoj uniji. Zakon o zaštiti prava postojao je već dvadeset godina prije nego što je uvedena Opća uredba. Ona je samo novija verzija zakona koja jasno definira pitanja privatnosti i zaštite osobnih podataka u današnjem, više tehnološki razvijenom svijetu. Pravo na privatnost jedno je od osnovnih ljudskih prava te provođenje istoga mora biti na toj razini da građani ne moraju kontinuirano strahovati od zloupotrebe ili krađe njihovih podataka (Wilhelm, 2016).

Opća uredba o zaštiti podataka (eng. GDPR – General Data Protection Regulation) je odgovor Europske unije na potrebe zaštite sigurnosti podataka njenih građana u sve više digitaliziranom svijetu. Opća uredba je odobrena u Bruxellesu 27. travnja 2016., stupila je na snagu dvadesetog dana nakon objave u službenom listu Europske unije zvanom EUR-Lex, a primjenjuje se od 25. svibnja 2018. godine izravno u svim državama članicama Europske unije i Opća uredba je obvezujuća za sve organizacije koje obrađuju osobne podatke.

Važno je napomenuti da se Opća uredba ne odnosi na obradu svih osobnih podataka. Opća uredba se primjenjuje pri obradi osobnih podataka koji su automatizirani te na neautomatiziranu obradu osobnih podataka koji zajedno čine dio sustava pohrane ili im je namjena biti dio sustava pohrane. Uredba se ne odnosi na obradu osobnih podataka koji nastaju pri obavljanju djelatnosti, a da ona nije obuhvaćena opsegom prava Unije, djelatnosti koju provodi fizička osoba tijekom isključivo osobnih ili kućnih aktivnosti te koju obavljaju nadležna tijela u svrhu istrage, sprječavanja, otkrivanja ili progona kaznenih djela ili izvršavanja kaznenih sankcija, što uključuje zaštitu od prijetnji javnoj sigurnosti i njihova sprječavanja.

Ujedno je i važno napomenuti da provođenje Opće uredbe ne moraju implementirati samo poduzeća unutar EU. Ako poduzeće van EU-a nudi robu ispitanicima u Uniji i to

neovisno o tome hoće li ispitanik izvršiti plaćanje ili praćenjem ponašanja ispitanika, dokle god se njihovo ponašanje odvija unutar Unije, mora se pridržavati Opće uredbe o zaštiti osobnih podataka.

#### **2.4. Načela Opće uredbe o zaštiti podataka**

Prvo načelo Opće uredbe je načelo „zakonitosti, poštenosti i transparentnosti“. To znači da se obrada podataka mora vršiti na način propisan zakonom, mora biti pošteno na način da se poštuju prava ispitanika te se prava ne smiju prekršiti, a obrađivanje podataka mora biti transparentno, tj. mora biti jasno prikazano na koje načine je dopušteno obrađivati osobne podatke. Vlasnici informacija imaju pravo znati kako i gdje će se koristiti njihovi osobni podaci te na što pristaju kada daju svoje podatke. Primjer zlorporabe bi bilo traženje osobnih podataka o mjestu stanovanja i broju osobnog telefona, a da granice što se namjerava učiniti s tim podacima nisu unaprijed navedene.

Načelo „ograničavanja svrhe“ određuje da osobni podaci smiju biti prikupljeni u posebne, izričite i zakonite svrhe te se ti podaci ne smiju nikako naknadno obraditi na taj način koji nije u skladu s tim svrhama. To ne uključuje daljnju obradu podataka sa svrhom arhiviranja u javnom interesu, u svrhe znanstvenog ili povijesnog istraživanja ili u statističke svrhe.

U pravilu bi se trebalo tražiti što je moguće manje osobnih podataka. Osobni podaci moraju biti primjereni, relevantni i ograničeni za specifičan upit. Nije primjereno tražiti osobne podatke koji ne utječu na zahtjev. Primjer bi bio tražiti datum rođenja roditelja na upit prijave za članstvo u teretani. Također moraju biti i relevantni, tj. trebaju se odnositi na svrhu radi koje se obrađuju. Primjer bi bio da se traži slika od prije 20 godina za produženje izdavanja vozačke dozvole.

Osobni podaci moraju biti točni i prema potrebi ažurni. U slučaju da se utvrdi da podaci nisu točni, moraju se izbrisati ili izmijeniti. Podaci moraju biti čuvani u obliku koji omogućuje identifikaciju ispitanika samo onoliko dugo koliko je potrebno u svrhe radi kojih se osobni podaci obrađuju. Osobni podaci moraju biti obrađivani na način kojim se

osigurava odgovarajuća sigurnost osobnih podataka, uključujući zaštitu od neovlaštene ili nezakonite obrade te od slučajnog gubitka, uništenja ili oštećenja primjenom odgovarajućih tehničkih ili organizacijskih mjera.

Potrebno je znati definicije određenih pojmova da bi se razumio zakon. Osobni podaci su svi podaci koji su vezani za pojedinca i čiji je identitet utvrđen ili ga je moguće na temelju podataka utvrditi, npr. ime i prezime, lokacijski podaci, identifikacijski broj itd. Obrada su svi automatizirani ili neautomatizirani postupci koji se obavljaju na prikupljenim osobnim podacima, npr. pronalaženje, pohrana, obrada, strukturiranje itd. Nadzorno tijelo je neovisno tijelo javne vlasti koje je osnovala država članica. Voditelj obrade je fizička ili pravna osoba koja obrađuje podatke svojih zaposlenika ili korisnika svojih usluga. Privola je svaka dobrovoljna, posebna, informirana i nedvosmisleno izražena potvrda kojom ispitanik daje pristanak na obradu vlastitih osobnih podataka. Povreda osobnih podataka je nezakoniti ili slučajni čin kršenja sigurnosti osobnih podataka, npr. uništenje, gubitak, izmjena, neovlašteno otkrivanje ili pristup osobnim podacima ( Opća uredba o zaštiti podataka 2023).

## **2.5. Prava vlasnika informacija**

Vlasnici informacija unutar Europske unije, odnosno pojedinci čiji se osobni podaci prikupljaju i obrađuju, imaju određena prava koja jamči Opća uredba. Oni imaju pravo znati i trebaju biti informirani o tome na koji način se prikupljaju i koriste njihovi osobni podaci. To pravo se službeno zove „pravo na informiranje o obradi osobnih podataka“. Ovo pravo je praktična primjena načela zakonitosti, poštenosti i transparentnosti. Pojedinci moraju biti informirani o svrsi i osnovi prikupljanja i obrade njihovih podataka, o vremenu pohrane osobnih podataka, s kime će se podaci dijeliti, kako povući danu privolu, prava ispitanika vezana za konkretnu obradu, o kontakt podacima voditelja obrade osobnih podataka i slično.

Vlasnik informacija ima pravo pristupa vlastitim osobnim podacima i to je jedno od njegovih najvažnijih prava te je prisutno u odredbama nacionalnih zakona širom svijeta. Svrha ovog prava je da se vlasnicima informacija omogući uvid u podatke koje voditelj obrade posjeduje,

a koji se odnose na njih.

Vlasnik ima pravo zatražiti ispravak nepotpunih ili netočnih podataka te ih kontinuirano ažurirati. Npr. u slučaju pri sklapanju police životnog osiguranja gdje je pogrešno zapisano da je korisnik pušač, iako on to nije, korisnik ima pravo zatražiti odmah, bez odgode, ispravak netočnog podatka.

Svaki pojedinac ima pravo tražiti od voditelja obrade da odmah, bez nepotrebnog odugovlačenja, izbriše sve njegove osobne podatke kada je ispunjen jedan od uvjeta: kada više nije nužno prikupljati osobne podatke u svrhu u koju su se prikupljali ili obrađivali, ako podaci više nisu relevantni, ako osoba povuče privolu te ne postoji pravna osnova za obrađivanje, ako ispitanik uloži prigovor na obradu, a ne postoji jači legitiman interes da se podaci obrađuju, ako su se podaci nezakonito obrađivali, ako pravna regulativa Europske unije ili države članice tako nalaže ili ako su se osobni podaci prikupljali zbog ponude usluga informacijskog društva.

U određenim slučajevima pojedinac ima pravo tražiti ograničenu obradu osobnih podataka, npr. ako ispitanik odluči promijeniti banku te zatvoriti otvorene račune u dosadašnjoj banci. Može tražiti ograničenje umjesto brisanja podataka kada ne postoji pravna osnova za obradu podataka te kada ispitanik sumnja u točnost obrađivanih osobnih podataka.

Vlasnik informacija ima pravo tražiti svoje osobne podatke te ih dati drugom voditelju obrade osobnih podataka. Primjer je osoba koja želi promijeniti osiguravajuće društvo i želi da dosadašnje društvo prenese unesene osobne podatke drugom osiguravajućem društvu kako bi pojedinac dobio personaliziranu uslugu. To se zove pravo na prenosivost podataka.

Vlasnik ima pravo u bilo kojemu trenutku uložiti prigovor na obradu njegovih osobnih podataka. Podaci se tada više ne smiju obrađivati osim u situacijama u kojima je obrada, prema zakonskim propisima, nužna i dopuštena. Primjer je kada korisnik odluči da želi odbiti pristanak kontaktiranju u svrhu oglašavanja poduzeća o novim

ponudama.

Vlasnik informacija ima pravo tražiti da se na njega ne odnose odluke koje su vezane za automatiziranu obradu podataka i izradu profila. Svako automatsko profiliranje mora biti unaprijed jasno izrečeno da bi obrada podataka bila transparentna. Pojedinaac ujedno ima i pravo požaliti se na automatiziranu obradu podataka te tražiti voditelja obrade da uključi osobu sa svoje strane u postupak donošenja odluke. To se zove pravo na prigovor automatiziranom pojedinačnom donošenju odluka, uključujući izradu profila.

## **2.6. Način provedbe Opće uredbe o zaštiti podataka**

Zakonom o provedbi Opće uredbe o zaštiti podataka osigurava se provedba Opće uredbe o zaštiti podataka (Zakon o provedbi Opće uredbe o zaštiti podataka, Narodne novine 42/2018).

Agencija za zaštitu osobnih podataka (AZOP) je nadležno tijelo koje provodi Opću uredbu o zaštiti podataka i ima savjetodavne, korektivne i istražne ovlasti. Člankom 4. zakona utvrđuje se da Agencija radi neovisno i samostalno te da odgovara Hrvatskom saboru.

Opća uredba je obvezujuća svim poduzećima koji posluju s klijentima na koje se odnose zakoni Europske unije.

Za nepridržavanje odredbi Opće uredbe, predviđene su kazne do 20 milijuna eura ili 4% globalnog prometa poduzeća koje nije usklađeno s Uredbom.

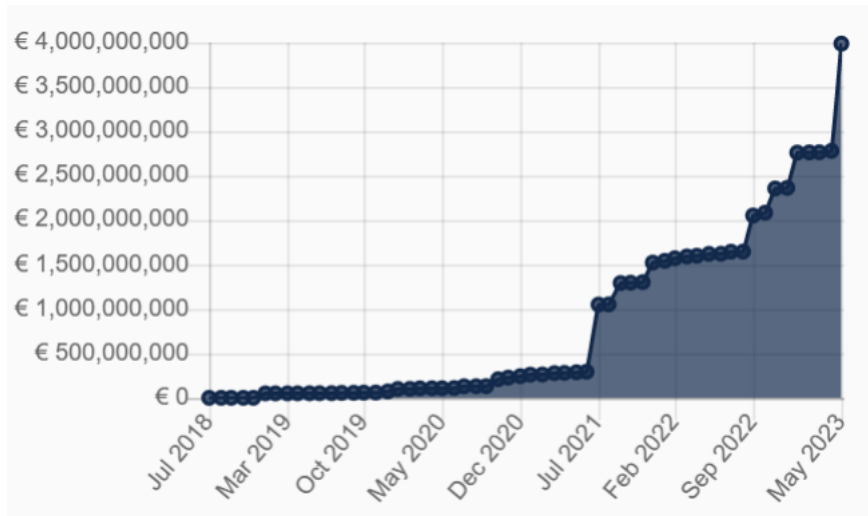
Jedan od ciljeva ovog rada je bio pokazati primjere kazni koje poduzeća moraju platiti u slučaju neusklađenosti s Uredbom, odnosno, kada krše privatnost i sigurnost osobnih podataka.

William, S. (2021) pokazuje da su u prve tri godine nakon uvođenja Opće uredbe ukupne kazne iznosile nešto više od 300 milijuna eura, nakon 2021. godine iznosi kazni se značajno povećavaju iz godine u godinu te u svibnju 2023. dosežu iznos od 4 milijarde eura, kao što je



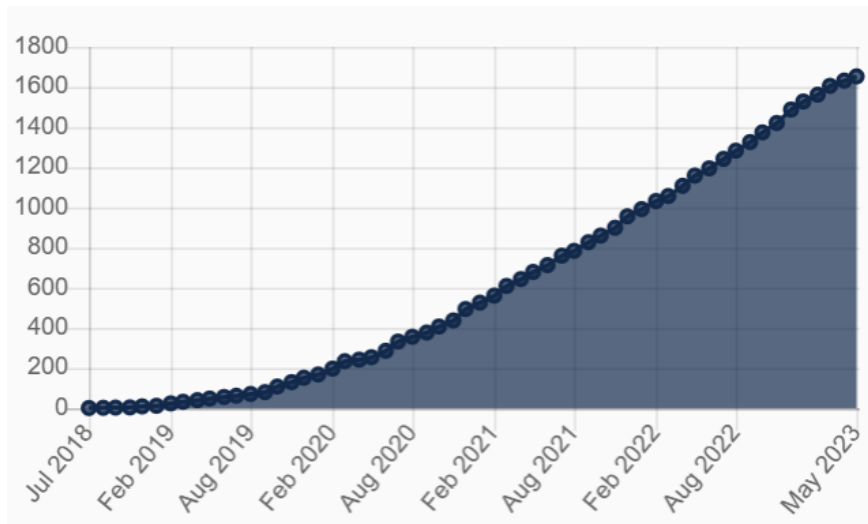
prikazano na slici 1. Na slici 2 se vidi da broj kazni kontinuirano raste.

Slika 1. Kumulativne kazne za kršenje Opće uredbe o zaštiti podataka



Izvor: enforcementtracker.com: <https://www.enforcementtracker.com/?insights> (pristupljeno 04. lipnja 2023.)

Slika 2. Tijek promjene broja izdanih kazni



Izvor: enforcementtracker.com: <https://www.enforcementtracker.com/?insights> (pristupljeno 04. lipnja 2023.)

Tjedan dana prije pete obljetnice uvođenja Opće uredbe određena je do sad najveća kazna za kršenje Opće uredbe u iznosu od 1,2 milijarde eura koju mora platiti Meta. To je objašnjenje zašto na Slici 2 zbroj dosadašnjih kazni tako brzo raste u 2023. godini. Što se tiče broja izrečenih kazni Španjolska je u 5 godina izrekla najviše kazni s izdanih preko 700 kazni, ali je Irska izrekla najviše kazne koje zajedno iznose 2,5 milijarde eura te Luxemburg u kojima su europska sjedišta mnogih međunarodnih kompanija. Najviše kazni se izreklo u sektoru industrije, ali najviše kazne plaćaju poduzeća u tehnološkom sektoru. Do sada je bilo i preko 200 kazni pojedincima, ali one su manje i ne prelaze iznos od 2.000 eura (Coi, Jourald i Cerulus 2023)

Opća uredba zahtjeva transparentno postupanje s osobnim podacima korisnika Weba. Primjer kršenja transparentnosti je prikazan u studiji slučaja koju je objavio Golden Data Law (2019) na temu Googleove kazne za kršenje Opće uredbe u iznosu od 50 milijuna eura. Dana 21. siječnja 2019. francusko tijelo za zaštitu podataka (CNIL) kaznilo je tadašnji Google kaznom u iznosu od 50 milijuna eura zbog kršenja odredbe Opće uredbe zbog netransparentnog postupanja s korisničkim osobnim podacima i jer nije tražen pristanak korisnika za korištenju njihovih osobnih podataka. Google je pokušao osporiti nadležnost CNIL-a, navodeći da bi Irsko nadzorno tijelo trebalo biti nadležno, zato što je sjedište europske podružnice Googlea u Irskoj. Na kraju žalba je odbijena i Google je morao platiti puni iznos od 50 milijuna eura.

Da bi ukazao na zloupotrebu osobnih podataka CNIL se oslonio na načelo transparentnosti i pravo informiranosti koje jamči Opća uredba. Kako bi korisnik uspio doći do svih potrebnih informacija, morao bi otvoriti više različitih dokumenata i čak četiri ili pet različitih internetskih stranica. CNIL time ukazuje na manjak pristupačnosti. Drugi dio problema je sama netransparentnost u postupanju s osobnim podacima korisnika u slučaju da daju pristup. Nije im jasno na što doista pristaju. Ustanovljeno je da ne samo da nije dan vremenski rok koliko će Google imati pristup tim podacima niti je Google dao mogućnost korisnicima da mogu ograničiti taj rok, korisnicima nije dana informacija da će njihovi podaci biti korišteni u cilju nuđenja personaliziranih oglasa. Korisnicima nije dovoljno objašnjeno što to znači „personalizirani oglasi za Vas“. Na koji način se to odvija? Koja tvrtka obrađuje te podatke? Smije li Google prodavati te podatke drugim poduzećima? Ni na jedno od ovih pitanja nije dan jasan odgovor.

CNIL je zaključio da korisnici nisu bili dovoljno informirani da bi dali svoj pristanak te da je Google bio u prekršaju za koji je bila tražena kazna od 50 milijuna eura. Google je na kraju morao platiti puni iznos. Zanimljivo je reći da su dvije aktivističke skupine inicirale ove pritužbe na Googleovo poslovanje s osobnim podacima. U ovom slučaju aktivisti su uspjeli pobijediti jednu od najvećih korporacija na svijetu u vezi njihovih prava.

Opća uredba ne dozvoljava da se koriste osobni podaci građana bez njihove suglasnosti (privole). Primjer kršenja tog načela je najveća dotadašnja kazna za kršenje Opće uredbe u iznosu od 746 milijuna eura koja je izrečena Amazon Europe. Kazna je izrečena u 2021. godini te je bila više nego deseterostruko veća od prethodno najviše određene kazne koju je platio Google od 50 milijuna eura. Kršenje se otkrilo istraživanjem o načinu kako Amazon određuje koje oglase daje svojim korisnicima. Utvrđeno je da su osobni podaci korisnika korišteni nedozvoljeno, bez njihove suglasnosti (Luxembourg DPA issues €746 Million GDPR Fine to Amazon, 2021).

Primjer izrečene velike kazne zbog kršenja odredbi Opće uredbe o zaštiti osobnih podataka, a vezano uz korištenje osobnih podataka bez dane suglasnosti, je kazna Irske Komisije o zaštiti podataka (DPC) Meti. DPC je kaznila Metu u iznosu od 405 milijuna eura zbog kršenja Opće uredbe, odnosno načina na koji su koristili osobne podatke tinejdžera. Meta je omogućila tinejdžerima u dobi od 13 do 17 godina da u njihovoj podružnici Instagramu otvore poslovni račun, čime su njihovi osobni podaci poput adrese e-pošte ili broja telefona postali javno dostupni. Razlog zašto su mnogi tinejdžeri otvorili poslovni račun je da im je tada posjećenost profila bila bolja i da na taj način više prometa dolazi do njihovih Instagram profila. Meta se požalila na način kako DPC tumači Instagramova pravila, zato što je tako bilo u verziji aplikacije koja je postojala prije više od godine dana prije izrečene kazne. Instagram kaže da su sada osobni podaci svih maloljetnika zaštićeni te da ih mogu vidjeti samo korisnici za koje sami tinejdžeri odluče da ih mogu vidjeti. Meta je svejedno morala platiti kaznu (Kashyap, K. 2020).

Opća uredba ne dozvoljava poduzećima da prisile klijente da daju pristup svojim osobnim podacima da bi mogli koristiti njihovu aplikaciju. Meta je 04. siječnja 2023. iz tog razloga kažnjena i to zbog upravljanja osobnim podacima korisnika Instagrama i Facebooka. Problem je nastao u tome da je Meta promijenila svoju službeni definiciju „pristanka“ s „ugovorom“

nekoliko dana prije nego je službeno Opća uredba stupila na snagu. Korisnici su bili prisiljeni prihvatiti nove uvjete korištenja aplikacija ili im je bilo onemogućeno njihovo korištenje. Kada bi prihvatili nove uvjete, korisnici bi po ugovoru dali pristup svojim osobnim podacima Meti kao neizbježnog dijela korištenja aplikacije. Time ne bi bilo potrebno tražiti pristanak korisnika, nego bi ga svi korisnici po samim prihvaćanjem „ugovora“ već dali.

Za takvo postupanje je utvrđeno da je pristanak pod prisilom, zato što korisnici nisu imali drugog izbora, ako su htjeli koristiti aplikacije. Pristankom bi se njihovi podaci koristili za prilagođeno oglašavanje te stvaranje profila ponašanja. Zbog svega prethodno navedenog, Meta je morala platiti 390 milijuna eura i to 210 milijuna eura za Facebook, 180 milijuna eura za Instagram. Možda važnije od same kazne je i odredba da od sada Meta ne smije ulaziti u „ugovor“ sa svojim korisnicima, nego mora zatražiti pristanak korisnika o tome žele li vidjeti personalizirano oglašavanje (DPC fines META €390 million for violation of the GDPR, 2023).

Poduzeća ne smiju prikupljati osobne podatke svojih zaposlenika bez valjane pravne osnove, odnosno, kada zaposlenici nisu za to dali svoju suglasnost. Primjer kršenja je švedski multinacionalni lanac trgovina brzom modom H&M, koji je bio kažnjen u iznosu od 35,3 milijuna eura za nezakonito prikupljanje osobnih podataka od svojih zaposlenih. H&M je skupljao osobne podatke svojih zaposlenika na razne načine, a jedan od njih je bio i „dobrodošao natrag“ razgovor. Taj razgovor bi imali zaposlenici koji su bili na bolovanju ili su se vratili s godišnjeg odmora. U tim intervjuima su zapisane detaljne informacije koje su bile dostupne čak više od 50 menadžera te su oni tim informacijama ocijenili poslovne rezultate i davali određene promocije. Uz te informacije prikupljene su informacije o zdravstvenom stanju te detalji odmora. Podaci su se prikupljali „čavrljanjem“ te kampanjama šaptanja o obiteljskom statusu zaposlenika te religijskom statusu, a svi ti podaci su korišteni pri donošenju odluka o zaposlenicima. U studenom 2019. ti su podaci postali dostupni svim zaposlenicima tehničkom greškom na nekoliko sati te su zaposlenici saznali kako su ih profilirali. Uprava je priznala pogrešku te je ponudila zaposlenicima novčanu naknadu za učinjenu štetu. Prikupili su čak 60 GB podataka o svojim zaposlenicima. H&M je prvo poduzeće koje je na ovaj način priznalo svoju pogrešku i platilo novčanu naknadu zaposlenicima (H&M fined €35,3 Million for violation of the GDPR, 2020).

Uvođenjem Opće uredbe poduzeća su odgovorna za bilo kakvo curenje prikupljenih podataka svojih klijenata, čak i ako su razlog propusti u sigurnosnim sustavima novokupljenih poduzeća. Primjer je hotelski lanac Marriott. Marriott je dobio kaznu za nedovoljno dobru dubinsku analizu sigurnosti sustava nakon što su kupili Starwood hotels grupu što je dovelo do curenja osobnih podataka 339 milijuna Marriotovih gostiju diljem svijeta. Utvrđeno je da Marriott nije napravio dovoljnu provjeru sigurnosti te je *cyber* napad ugrozio privatnost svih njenih korisnika. Marriottu je zbog propusta u zaštiti privatnosti njihovih gostiju prvobitno određena kazna u visini od 99 milijuna funti, ali nakon godine dana je smanjena na 19,8 milijuna, a razlog za to je bilo utjecaj pandemije Covid virusa za vrijeme *cyber* napada. (Marriott security data breach - what really happened? 2020).

Agencija za zaštitu osobnih podataka (AZOP) zadužena je za izdavanje kazni za kršenje Opće uredbe u Republici Hrvatskoj. AZOP je prvu kaznu za kršenje Opće uredbe izrekao 2020. te su do sada izdane 32 kazne u ukupnom iznosu od 3,2 milijuna. Od početka 2013. godine agencija je izrekla 13 kazni u iznosu od 2,3 milijuna eura. Najnovija kazna u vrijeme pisanja rada je ujedno i najveća od uvođenja Opće uredbe u iznosu od 2,26 milijuna eura, koja sama iznosi više od polovice dosadašnjih kazni, a izrečena je agenciji za naplatu potraživanja B2 Kapital. Ravnatelj AZOP-a navodi da je razlog tako velikom broju kazni i njihovom iznosu od početka 2023. godine povećani intenzitet nadzornih aktivnosti oko primjene Opće uredbe (Hina/HRT/B.B.B. 2023).

### **3. UČINCI OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA NA ELEKTRONIČKO POSLOVANJE**

#### **3.1. Uspješnost provedbe Opće uredbe**

Pet godina nakon uvođenja Opće uredbe o zaštiti podataka glavno pitanje na koje se treba odgovoriti je o uspješnosti provedbe Opće uredbe. Je li Europska unija uspjela ostvariti prvobitno postavljene ciljeve i koliko je zadovoljna s dosadašnjom implementacijom?

Cooper i Shepherd (2019) navode da je Europska komisija objavila mišljenje o implementaciji Opće uredbe te da je komisija zadovoljna načinom na koji su države članice implementirale Uredbu. Uniji je važna sloga među zemljama članicama da bi osigurala provođenje Opće uredbe. Jedan od ciljeva Uredbe je bilo izbjeći slučaj da članice Unije na različite načine implementiraju Uredbu, zato što bi tada bilo teže koordinirati postupanje po njenim odrednicama. Navode da bi Europska komisija htjela vidjeti više međusobne suradnje članica o implementiranju Opće uredbe kao i suradnju s Europskim odborom za zaštitu podataka (EDPB). Komisija je hvalila dosadašnje napore poduzeća koja su se morala prilagoditi novim pravilima s namjerom poboljšanja sigurnosti osobnih podataka zaposlenih i klijenata. Komisija navodi da nakon uvođenja Opće uredbe pojedinci pokazuju veću osviještenost o svojim pravima, ali da bi osviještenost trebala biti viša te da se ne bi smjelo biti nejasnoća o njihovim pravima zaštite osobnih podataka.

No nisu svi zadovoljni s uvođenjem Opće uredbe. U njihovom istraživanju Janßen, R. et al (2022) pod nazivom „GDPR i izgubljena generacija inovativnih aplikacija“ pokazuju manje optimističnu sliku uvođenja Opće uredbe o zaštiti podataka. Istraživanje se odvijalo između 2016. i 2019. Podaci koji se uspoređuju dolaze iz čak 4.1 milijun aplikacija koje se nalaze na Google Playu mobilne platforme Android. Navode da učinci uvođenja Opće uredbe ne mogu biti točno prognozirani i da je po rezultatima njihovog istraživanja uvođenjem Uredbe ostvaren obrnuti učinak željenog. Uspoređuju uvođenje Uredbe s digitalizacijom. Digitalizacija je omogućila manje početne troškove mnogim poduzećima te time potaknula inovaciju. Opća uredba je svojim uvođenjem povećala početne troškove poduzeća, zbog nje duže traje da se ostvari usklađenost sa svim odredbama te je time moguća značajna

demotivacija razvoja novih aplikacija koje dugoročno omogućuju rast tehnološkog sektora.

Saznali su da je čak 1 od 7 ispitanika odlučilo otkazati razvoj nove aplikacije zbog povećanih troškova ili dodatnih obveza pri implementaciji aplikacije. Zaključak im je bio da je Opća uredba imala negativan učinak na postojeće i na nove aplikacije, jer je jedna trećina aplikacija izašla s tržišta uvođenjem Opće uredbe, a nove aplikacije su smanjene za pola. Pokazali su da je 1/3 svih aplikacija dostupnih prije uvođenja Opće uredbe sada nedostupno. U svojem modelu saznali su da Opća uredba dovodi do nižeg potrošačkog viška te do „depresivnog“ stanja inovacije novih aplikacija. Navedeno je da su namjere Opće uredbe moralne, ali da se nikako ne mogu zanemariti negativni učinci na inovaciju. U slučaju kada je uspjeh nesiguran, smanjenje prepreka vodi do povećanja blagostanja, a uvođenje prepreka dovodi do smanjenja blagostanja, zato što je manje ljudi spremno riskirati i investirati u aplikacije koje neće ostvariti planirani profit.

Cilj zakona je uspješno zaštititi sve uključene u osiguranje privatnosti osobnih podataka, ali mora se detaljno proučiti kada zakon otežava stvari koje ne bi trebao. Drugi rezultat istraživanja pokazao je da je posljedica uvođenja Opće uredbe smanjenje broja novih aplikacija za 50%. Smanjiti inovaciju i stvaranje novih aplikacija za doista značajan postotak neplaniran je i neželjen učinak Opće uredbe.

Opća uredba je uzrokovala veći trošak razvoja novih aplikacija te time učinila i razvoj težim nego što je to bilo prije uvođenja Opće uredbe. Pad u razvoju novih aplikacija ujedno znači da i mnoga radna mjesta koja bi bila potrebna kako bi se programirale i održavale nove aplikacije, nisu bila potrebna te je time smanjeno društveno blagostanje.

Claburn (2022) je tražio druga mišljenja o prethodno provedenom istraživanju koja su propitivali koliki je učinak Opće uredbe na toliki pad novih aplikacija. Navedeno je da su i prije Opće uredbe postojali zakoni o zaštiti podataka te da Opća uredba nije bila neočekivani šok, nego novija verzija dosadašnjih zakona. Ujedno je i pokazano da se ta trećina svih aplikacija koje su postale nedostupne nakon uvođenja Opće uredbe, odnosila na svega 3% vremena korištenja svih aplikacija. Navedeno je i da su sve najveće aplikacije ostale na europskom tržištu i da je zaštita privatnosti pomogla u kompetitivnosti aplikacije, a ne

naštetila. Ono gdje se svi slažu je, da je otežano stvaranje novih aplikacija te da se u budućnosti mora naći rješenje kako olakšati razvoj aplikacija, a da su usklađene s Općom uredbom.

Mueller (2020) prikazuje zabranu korištenja alata Google Analytics u Austriji, zbog kršenja Opće uredbe. Austrijska agencija za zaštitu podataka je utvrdila da Google Analytics, koji je besplatni alat koji mnoga poduzeća koriste kako bi se oglašavali, nije usklađen s Općom uredbom u dijelu prijenosa podataka korisnika između EU i SAD-a. Google Analytics se žalio i naveo da nema u softveru opciju praćenja i stvaranja profila korisnika te da prilikom prijenosa podataka iz Europske unije u Sjedinjene Američke Države, uvijek poštuje sva pravila o zaštiti osobnih podataka. Žalba nije prihvaćena. Posljedica ove odluke je, da europska poduzeća više ne smiju koristiti usluge američkih poduzeća koje nude usluge Cloud-a. Autor navodi da time milijuni poduzeća u Europskoj uniji gube besplatan i jako moćan alat koji im je potreban kako bi analizirali zadovoljstvo kupaca njihovim proizvodima. Mueller konstatira da je uvođenjem Opće uredbe o zaštiti podataka Europska unija stvorila pravnu noćnu moru kod bilo kakvog prikupljanja osobnih podataka. Time manja poduzeća koje ovise o takvim besplatnim alatima, riskiraju kazne europskih regulatora. Neki regulatori smatraju da poduzeća ne bi smjela imati pristup nikakvim osobnim podacima svojih kupaca te time smatraju da internet treba funkcionirati poput televizije. Ovakvim stavom bi mogli onemogućiti korištenje interneta u poslovne svrhe u Europskoj uniji.

O'Donnovan (2022) piše o reakciji Europske komisije na žalbu da ne prikuplja dovoljno informacija kako bi pravilno nadgledala implementiranje Opće uredbe u Irskoj. Europska komisija je odgovorila da za optužbu nema osnove te da kontinuirano komunicira sa svima uključenim u provođenju Opće uredbe o zaštiti podataka te je nadzornim tijelima zaduženim za zaštitu podataka naložila da ubrzaju provođenje Opće uredbe. Komisija navodi da bi, u svakom slučaju, poduzela odgovarajuće mjere ako bi smatrala da implementacija zakona ne ide po planu.

Šefovi Europskog odbora za zaštitu podataka i Europskog nadzornika za zaštitu podataka u 2022. godini su dva puta zatražili povećanje budžeta za provođenje Opće uredbe. Smatrali su da trenutno odobrenim iznosom ne mogu pravilno implementirati Opću uredbu te da time



povećavaju rizik gubljenje povjerenja građana u učinkovitost Opće uredbe. Oba puta zahtjev je odbijen. Europska komisija navodi važnost Opće uredbe, ali nije odobrila dodatna sredstva za njeno provođenje (EDPB & EDPS 2022).

Kao što je prethodno pokazano, različiti su stavovi o uspješnosti provedbe Opće uredbe, a i kazne se, zbog neusklađenosti, svake godine sve više povećavaju, tako da je evidentno da postoji značajan prostor za poboljšanje i sigurno je da kontinuirano treba raditi na još kvalitetnijoj provedbi Opće uredbe. Opća uredba treba štiti privatnost, ali ne bi trebalo onemogućavati ili usporavati inovacije i daljnji napredak.

### **3.2. Promjene Opće uredbe u najnovijoj verziji iz 2020. godine**

Bluestone (2021.) navodi načine na koji je Opća uredba nadograđena u 2021. godini:

Proširen je sadržaj koji obuhvaća pojam „zajednički voditelji obrade“ (eng. Joint controller). Pojam se koristi kada nekoliko poduzeća upravlja osobnim podacima pojedinca te svi imaju odgovornost biti usklađeni s Općom uredbom. Zajednički voditelji obrade sklapaju dogovor o odgovornosti za poštovanje obveza iz Opće uredbe, ali su novijom verzijom svi zajednički voditelji obrade odgovorni za bilo kakvu zloupotrebu podataka.

Pojedinac ima pravo dati pritužbu svakom zajedničkom voditelju obrade u vezi postupanja s njegovim podacima. Iako su svi zajednički voditelji obrade odgovorni, nemaju podjednaku odgovornost zaštite podataka. Primjer je kada se poduzeće oglašava na društvenim medijima, zato što tada društveni mediji i poduzeće postaju zajednički voditelji obrade osobnih podataka pojedinaca koji pristupaju oglasu (Vojnic, 2021).

Ukinut je „štit privatnosti“ (eng. privacy shield) koji je imao zadatak olakšati europskim poduzećima i institucijama prijenos podataka poduzećima i institucijama iz Sjedinjenih Američkih Država. Time su poduzeća kao Apple i Google mogli jednostavnije slati prikupljene podatke europskih korisnika na obradu u sjedišta u SAD-u. Sada je obvezno da svaka obrada podataka građana Europske unije mora biti po pravilima Opće uredbe. To je veliki korak, zato što SAD i Europska unija imaju oprečne stavove o potrebi suglasnosti

korisnika pri obradi prikupljenih podataka i ovom verzijom Opće uredbe tvrtke iz SAD-a su prisiljene obrađivati podatke po strožim pravilima.

Promijenjeno je postupanje s „kolačićima“ (eng. Cookies). U originalnoj verziji Opće uredbe nije bilo jasno određeno zakonsko postupanje kolačića i razine suglasnosti koji korisnici interneta moraju dati poduzećima kako bi koristili njihove internetske stranice ili aplikacije. U novoj verziji zakona se traži korisnikova izričita suglasnost za instaliranje kolačića na njihovo računalo. Utvrđeno je da samim tim što je netko posjetitelj internetske stranice, to ne znači da je automatski dao suglasnost za instaliranje kolačića. Jedini način da bi suglasnost bila valjana je tako da je ona izričita i jasna. Ništa se ne smije podrazumijevati. Utvrđeno je da ne smiju postojati „zidovi kolačića“ koji sprječavaju pristup stranici, ako korisnici ne dopuste instalaciju kolačića.

Poduzeća koja se bave internetom stvari (eng. Internet of things–IOT) su nakon uvođenja Opće uredbe sve češće odlučivali sami obrađivati prikupljene osobne podatke svojih kupaca, a ne tu obradu prepustiti drugim poduzećima. Tako postupaju s namjerom smanjenja rizika nedovoljnog pridržavanja pravila postupanja s podacima. To uključuje i najveća poduzeća na svijetu poput Googlea i Applea.

### **3.3. Utjecaj Opće uredbe na zakone o zaštiti podataka u drugim zemljama**

Opća uredba o zaštiti podataka štiti osobne podatke pojedinaca u Europskoj uniji, ali i utječe na zakone o zaštiti podataka u drugim zemljama svijeta. Uredbom je Europska unija postala pionir u svijetu u zaštiti osobnih podataka građana te ima najstrože zakone o očuvanju privatnosti na svijetu.

Petrova (2019) piše o učincima koje je uvođenje Opće uredbe imalo na druge zemlje:

Argentina je započela proces legislativne promjene prava osobnih podataka kao posljedica uvođenja Opće uredbe o zaštiti podataka u EU. U siječnju 2019. prihvatili su promjenu zakona u kojoj se mijenjaju postupci pristupi podacima, biometrijskim podacima te odnos prema davanju suglasnosti za obradu osobnih podataka.

Opća uredba je direktno utjecala da Brazil uvede vlastitu opću uredbu o zaštiti podataka koja je na snazi od 2020. godine. Mnogi ključni dijelovi regulacije iz Opće uredbе su korišteni i u brazilskom zakonu te time jačaju sigurnost osobnih podataka građana te kažnjavaju kršenje njihovih prava. Specifično za Brazil je da svaku suglasnost koju pojedinac daje može u bilo kojem trenutku i povući.

Kina ima drugačiji pristup europskoj Općoj uredbi. Oni ne smatraju da je Opća uredba dobar predložak za razvoj njihovih zakona o zaštiti osobnih podataka, ali posluju na način da ne krše europske zakone.

Hong Kong se ugledao na Opću uredbu kao dobar predložak razvoja njihovih zakona o sigurnosti osobnih podataka te njihov ured za zaštitu osobnih podataka sve više traži od poduzeća da prate principe koje se nalaze u Općoj uredbi, iako to još nije zakonom propisano.

Kalifornija je bila prva u Sjedinjenim Američkim Državama koja je promijenila svoje zakone nakon što je Europska unija uvela Opću uredbu. Uvela je California Privacy Rights Act (CPRA) čime je povećala prava zaštite podataka svojih građana. Uvela je pravo da se odbije davanje suglasnosti dijeljenja osobnih podataka, veću zaštitu osobnih podataka te je povećala kazne za kršenje prava (Bluestone, 2021).

## **4. ISTRAŽIVANJE STAVOVA KORISNIKA WEBA PREMA UVOĐENJU OPĆE UREDBE O ZAŠTITI PODATAKA**

### **4.1. Metodologija istraživanja**

U sklopu izrade diplomskog rada, a kako bi se utvrdilo koliko su fizičke osobe u Republici Hrvatskoj upoznate s Općom uredbom nakon pet godina od njezinog uvođenja te kako bi se utvrdio način njihovog postupanja s vlastitim osobnim podacima prilikom pristupanja internetu, odnosno različitim internetskim stranicama, provedeno je istraživanje.

Za metodu istraživanja korištena je anketa. Anketa je provedena u Google Forms obrascu te je dobrovoljna i potpuno anonimna. Prije početka ispunjavanja ankete je navedeno da se nikakvi osobni podaci poput adrese e-pošte neće zabilježiti te da će se interpretacija provoditi na grupnim informacijama i da prelaskom na sljedeću stranicu ispitanici daju svoju suglasnost prikupljanja odgovora koji daju u anketi u svrhe ovog istraživanja. Linkovi za ispunjavanje ankete su poslani e-poštom i putem WhatsApp-a autora diplomskog rada i obitelji autora i to poznanicima koji su bili voljni ispuniti anketu. Time se pokušao ostvariti što reprezentativniji uzorak stanovništva i njihovih stavova o sigurnosti osobnih podataka.

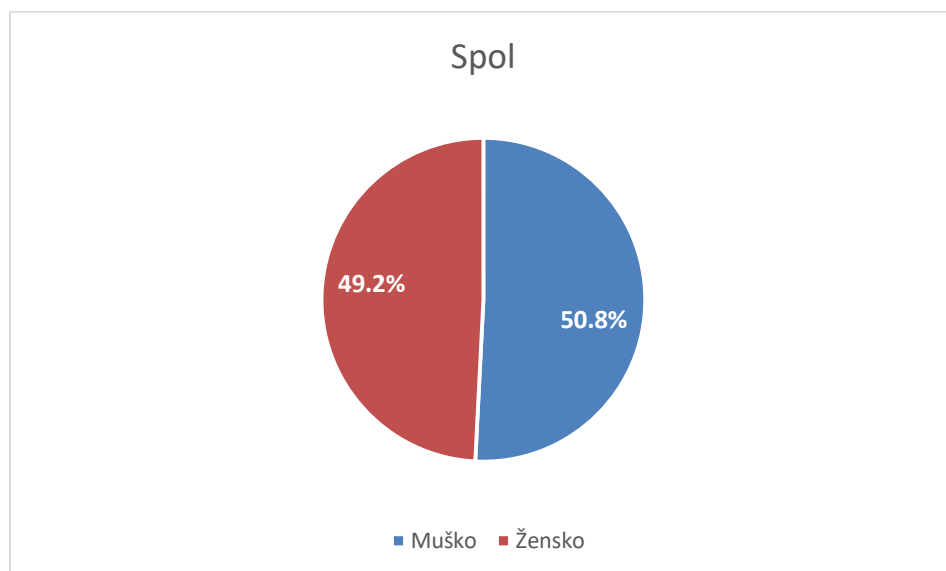
Anketa se sastoji od tri cjeline, uz 35 postavljenih pitanja koja su zatvorenog tipa i višestrukog odabira. U prvoj cjelini sagledavani su demografski podaci ispitanika, kao što su dob, spol, stupanj završenog obrazovanja i trenutni radni status ispitanika. Uz navedeno, postavljena su pitanja o aplikacijama koje ispitanici trenutno koriste te o vremenu koje provode na internetu. U ovoj cjelini ispitanici su odgovorili na 6 postavljenih pitanja. U drugoj cjelini razmatrano je ponašanje ispitanika na internetu vezano za zaštitu osobnih podataka. Ispitanici su odgovorili na 20 postavljenih pitanja. U trećoj cjelini istraživanjem se dodatno utvrđuje poznavanje Opće uredbe od strane fizičkih osoba. U ovoj cjelini ispitanici su odgovorili na 9 postavljenih pitanja.

U istraživanju je sudjelovalo 124 fizičke osobe, korisnica i korisnika interneta koji su svi odgovorili na sva postavljena pitanja.

## 4.2. Rezultati istraživanja

### 4.2.1. Podaci o ispitanicima

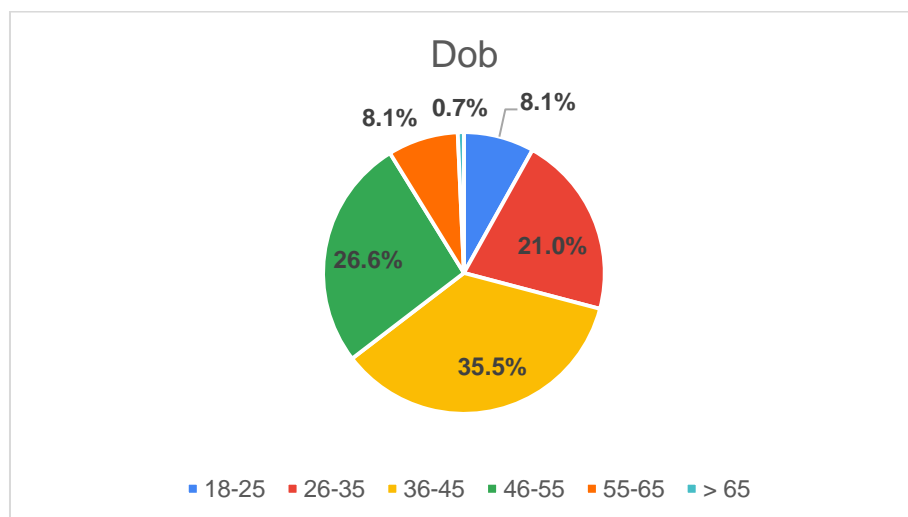
Grafikon 1. Spol ispitanika



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

U provedenoj anketi podjednako su zastupljeni pripadnici oba spola, odnosno, sudjelovalo je 49,2% žena i 50,8% muškaraca.

Grafikon 2. Dob ispitanika



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Za istraživanje je bila potrebna različita dobna struktura ispitanika, da bi anketa imala

reprezentativan uzorak i bila vjerodostojna podloga za donošenje zaključka. Ovom anketom je to i ostvareno, jer je u anketi sudjelovalo 8,1% ispitanika u dobi od 18-25 godina, 21% u dobi od 26-35%, 35,5% u dobi od 36-45 godina, 26,6% u dobi od 46-55 godina, 8,1% u dobi od 55-65 godina i 0,7% ispitanika starijih od 65 godina.

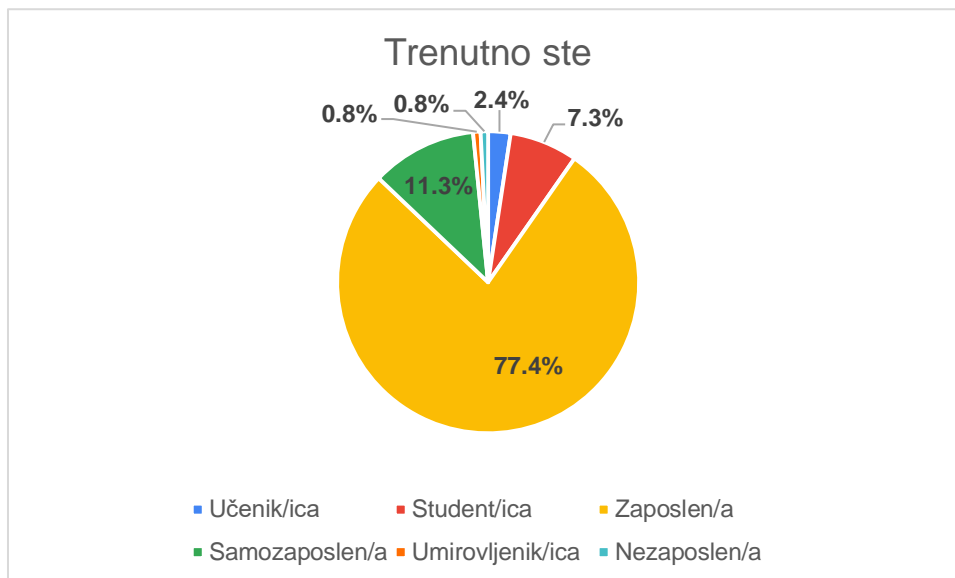
Grafikon 3. Ostvareni stupanj obrazovanja



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Kao što je prikazano u Grafikonu 3., 67,7% ispitanih je fakultetski obrazovano, a 32,3% ispitanih ima završenu srednju školu.

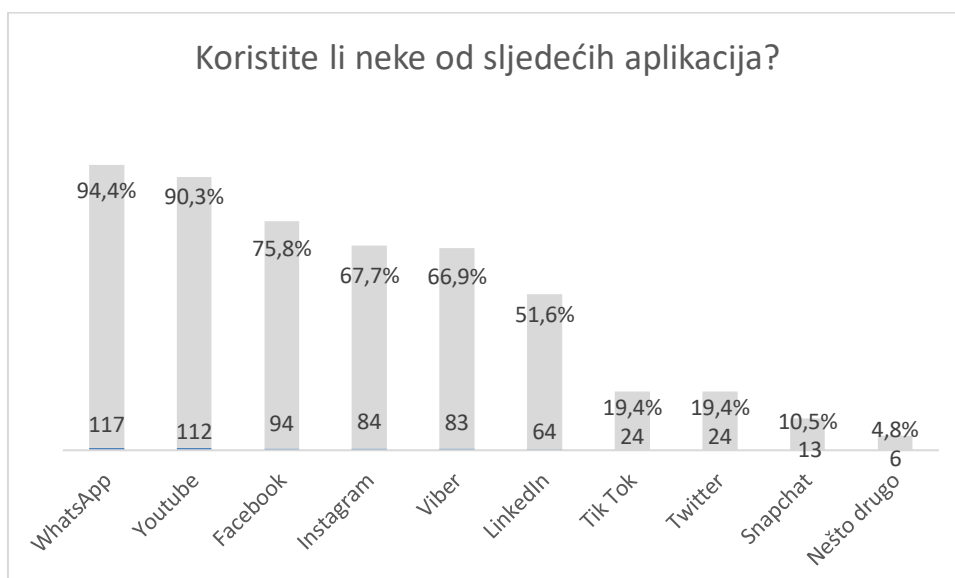
Grafikon 4. Radni status



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na pitanje o trenutnom radnom statusu velika većina, njih 88,7% odgovorilo je da su zaposleni, pri čemu je 77,4% ispitanih odgovorilo da su zaposleni, a 11,3% da su samozaposleni. 7,3% ispitanih trenutno studira, 2,4% su učenici, dok je 0,8% ispitanika u mirovini, a 0,8% ispitanika je nezaposleno.

Grafikon 5. Korištenje aplikacija

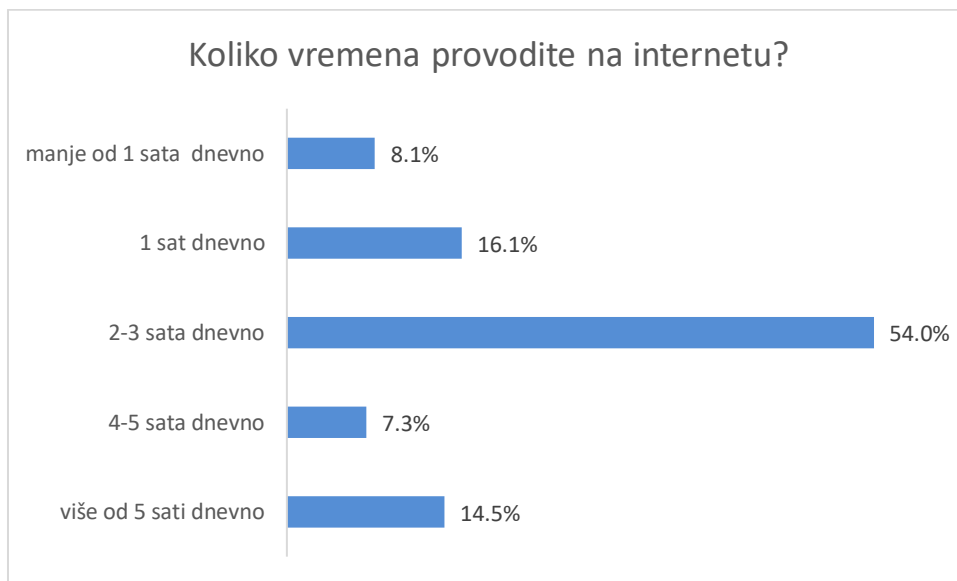


Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Pitanje o korištenju aplikacija je zanimljivo za istraživanje jer se željelo utvrditi koje

aplikacije korisnici najviše koriste, da li korisnici interneta koriste više aplikacija i da li su članovi više različitih društvenih mreža. Iz Grafikona 5. vidljivo je da najviše ispitanika, njih 117 (94,4%) koristi WhatsApp, 112 ispitanika (90,3%) koristi YouTube, 94 ispitanika (75,8%) ima svoj Facebook profil, 84 (67,7%) koristi Instagram, otprilike toliko ispitanika koristi Viber (83 ispitanika ili njih 66,9%), dok značajno manji udio ispitanika koristi Tik Tok (19,4%), Twitter (19,4%), Snapchat (10,5%) ili nešto drugo (4,8%).

Grafikon 6. Vrijeme provedeno na internetu



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na pitanje koliko vremena ispitanici provode na internetu, najviše ispitanih, njih 54% je odgovorilo da su na internetu 2-3 sata dnevno, dok 21,8% ispitanih na internetu provede više od 4 sata dnevno, pri čemu 7,3% na internetu provede 4-5 sati dnevno, a 14,5% ispitanih provodi više od 5 sati dnevno. Na internetu 1 sat dnevno provodi 16,1% ispitanih, dok je 8,1% na internetu manje od 1 sat dnevno.



#### 4.2.2. Zaštita osobnih podataka

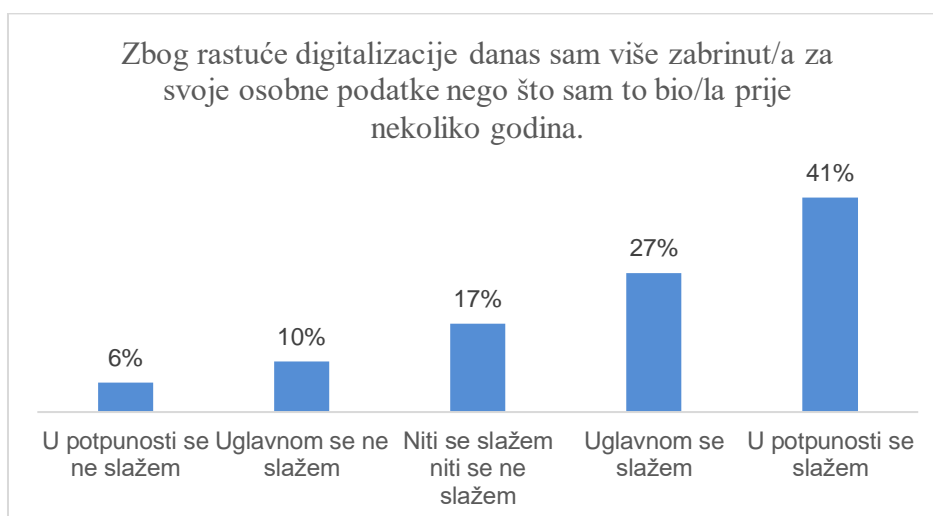
Grafikon 7. Procjena tvrdnje „Zabrinut/a sam za zaštitu svojih osobnih podataka“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Rezultati koji su prikazani u Grafikonu 7. prikazuju da je 61% ispitanih zabrinuto za zaštitu svojih osobnih podataka, pri čemu se 27% u potpunosti slaže s tvrdnjom, a 34% se uglavnom slaže. 25% se nije izjasnilo, 10% se uglavnom ne slaže, dok 4% nije zabrinuto za zaštitu svojih osobnih podataka.

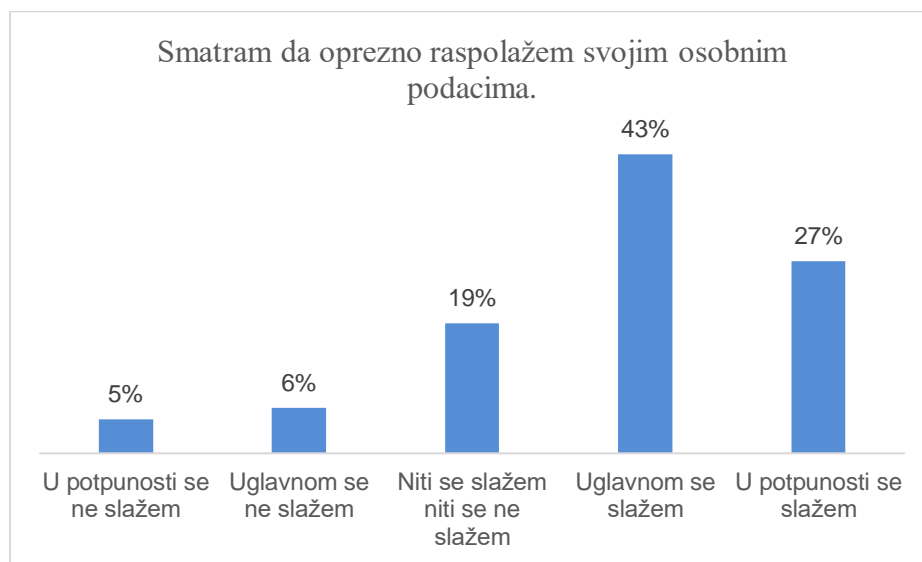
Grafikon 8. Procjena tvrdnje „Zbog rastuće digitalizacije danas sam više zabrinut/a za svoje osobne podatke nego što sam to bio/la prije nekoliko godina“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Iz Grafikona 8. vidljivo je da se 68% ispitanih slaže s tvrdnjom da su danas zabrinuti za svoje osobne podatke više nego prije nekoliko godina, pri čemu se 41% u potpunosti, a 27% uglavnom slaže. 17% ispitanih je ostalo neodlučno, dok se 16% ispitanih ne slaže s tvrdnjom i to 10% se uglavnom ne slaže, a 6% se u potpunosti ne slaže s tvrdnjom.

Grafikon 9. Procjena tvrdnje „Smatram da oprezno raspolažem svojim osobnim podacima“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

S tvrdnjom da oprezno raspolažu svojim osobnim podacima uglavnom se složilo 43% ispitanih, a 27% je u potpunosti sigurno s načinom na koji raspolažu svojim osobnim podacima, 19% ispitanih je neodlučno, dok se 6% uglavnom, a 5% ispitanih se u potpunosti ne slažu s tvrdnjom da oprezno raspolažu svojim osobnim podacima.

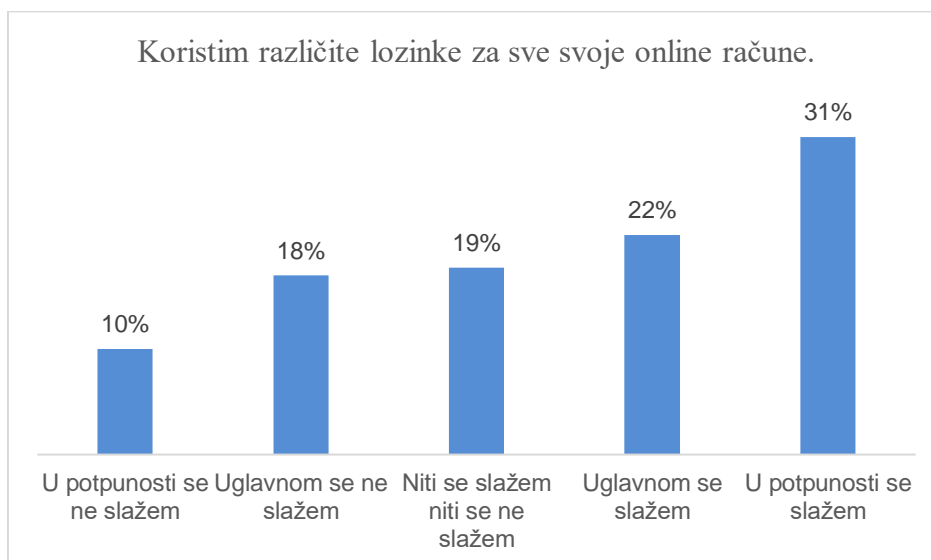
Grafikon 10. Procjena tvrdnje „Svjestan/na sam važnosti zaštite osobnih podataka“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Prilično visokih 79% ispitanih je svjesno važnosti zaštite osobnih podataka, 51% u potpunosti, a 28% uglavnom, dok je 11% neodlučnih, a po 5% ispitanih se uglavnom ili u potpunosti ne slažu s tvrdnjom.

Grafikon 11. Procjena tvrdnje „Koristim različite lozinke za svoje online račune“

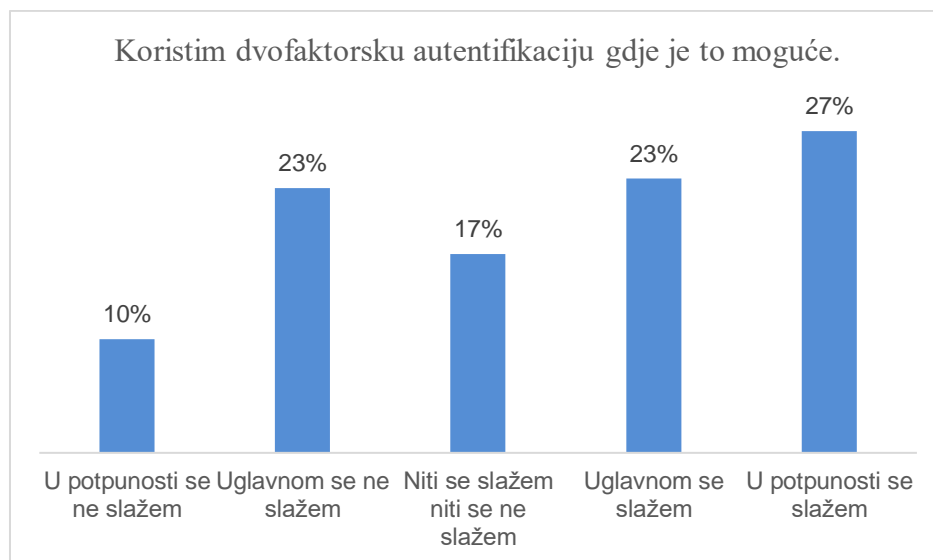


Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

31% ispitanih se u potpunosti slaže s tvrdnjom da koristi različite lozinke za svoje online

račune, 22% se uglavnom slaže, 19% je neodlučnih, dok se 18% uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom, a 10% uopće ne koristi različite lozinke.

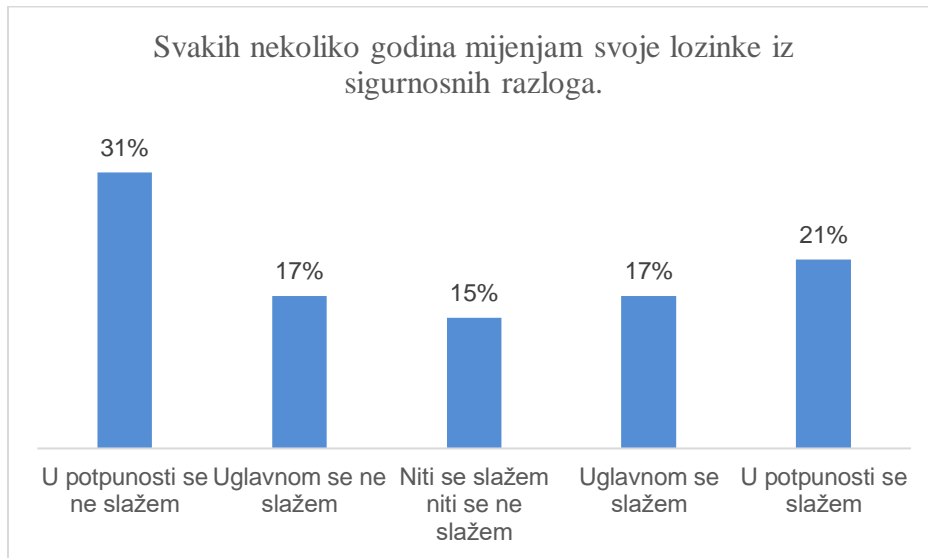
Grafikon 12. Procjena tvrdnje „Koristim dvofaktorsku autentifikaciju gdje je to moguće“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Dvofaktorska autentifikacija je dodatna zaštita prilikom ulaza u korisnički račun, koja zahtijeva dvostruki način identifikacije i time omogućava veću sigurnost osobnih podataka. Prvi način identifikacije čini korisničko ime i lozinka, a drugi način je kod za autentifikaciju. Na pitanje o tome da li koriste dvofaktorsku autentifikaciju, 27% se u potpunosti slaže, 23% se uglavnom slaže, dok se 17% nije izjasnilo. S ovom tvrdnjom se 23% ispitanih uglavnom, a 10% ispitanih u potpunosti ne slaže.

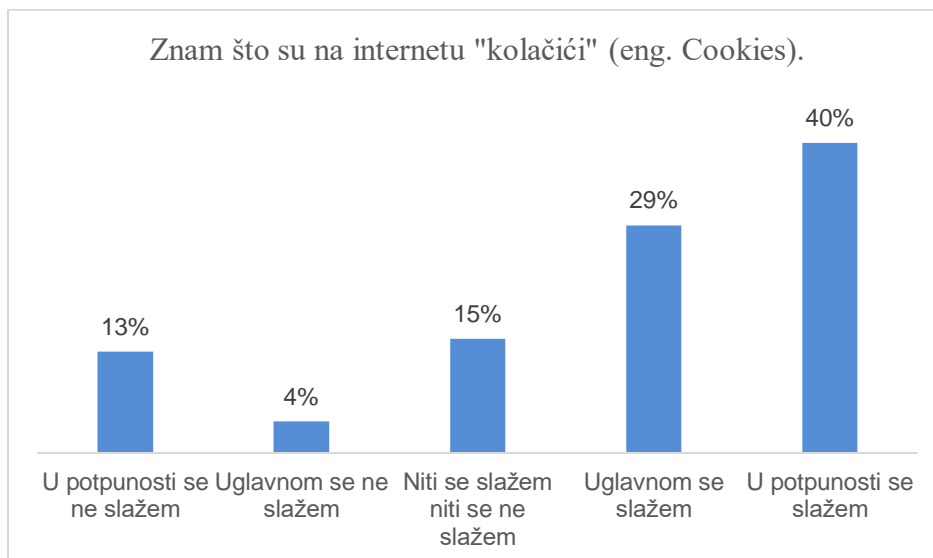
Grafikon 13. Procjena tvrdnje „Svakih nekoliko godina mijenjam svoje lozinke iz sigurnosnih razloga“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Čak 48% ispitanih ne slaže se s tvrdnjom da svakih nekoliko godina mijenja svoje lozinke iz sigurnosnih razloga, pri čemu se 31% u potpunosti ne slaže s tvrdnjom, a 17% se uglavnom ne slaže s tvrdnjom. S druge strane, 38% se s tvrdnjom slaže i to 21% u potpunosti, a 17% se uglavnom slaže, dok je 15% ispitanih ostalo neodlučno.

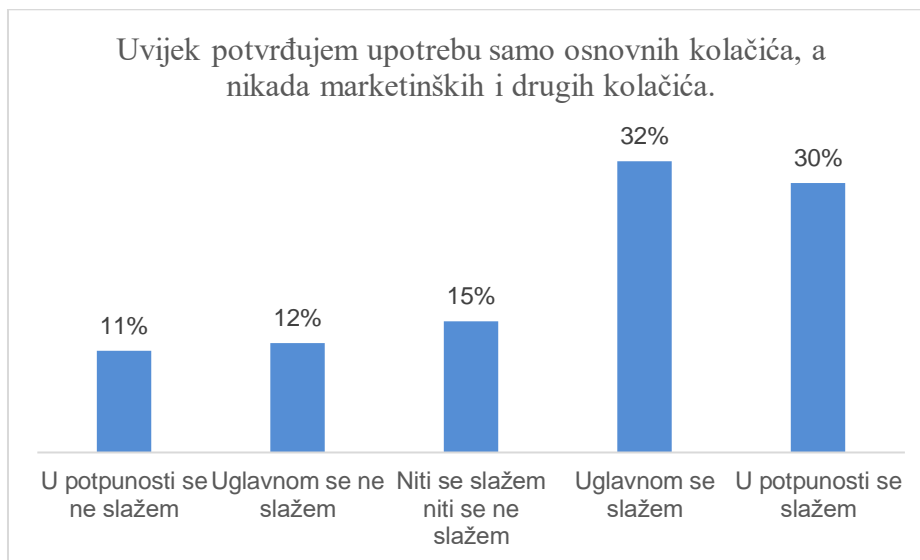
Grafikon 14. Procjena tvrdnje „Znam što su na internetu „kolačići“ (eng. Cookies)“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Većina od 69% ispitanih zna što su na internetu „kolačići“, od kojih 40% u potpunosti, a 29% uglavnom, dok je 15% neodlučnih, a 4% ispitanih se uglavnom i 13% u potpunosti ne slažu s ovom tvrdnjom.

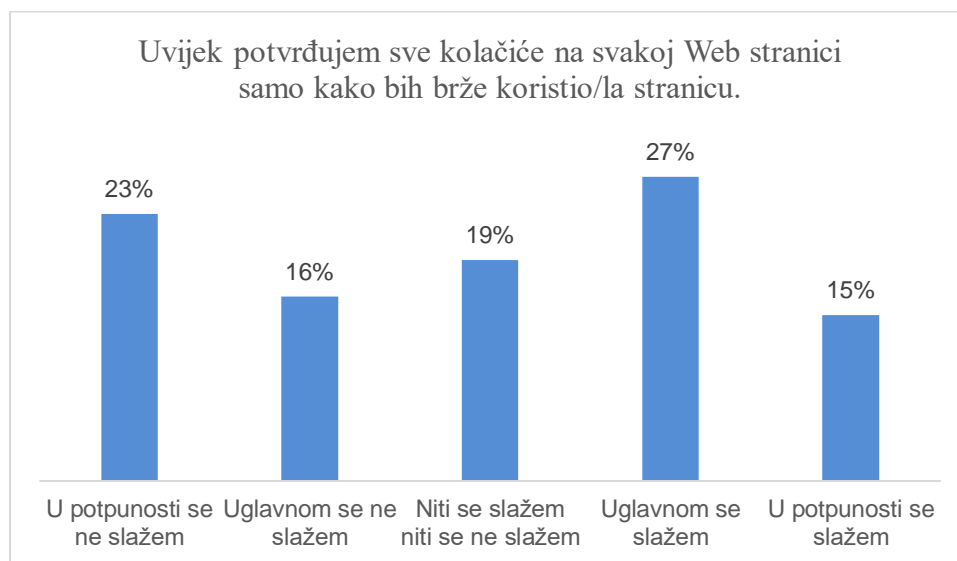
Grafikon 15. Procjena tvrdnje „Uvijek potvrđujem upotrebu samo osnovnih kolačića, a nikada marketinških i drugih kolačića“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Većina od 62% ispitanih uvijek potvrđuje upotrebu samo osnovnih kolačića na internetu, od kojih 30% u potpunosti, a 32% uglavnom, dok je 15% neodlučnih, a 12% ispitanih se uglavnom i 11% u potpunosti ne slažu s ovom tvrdnjom.

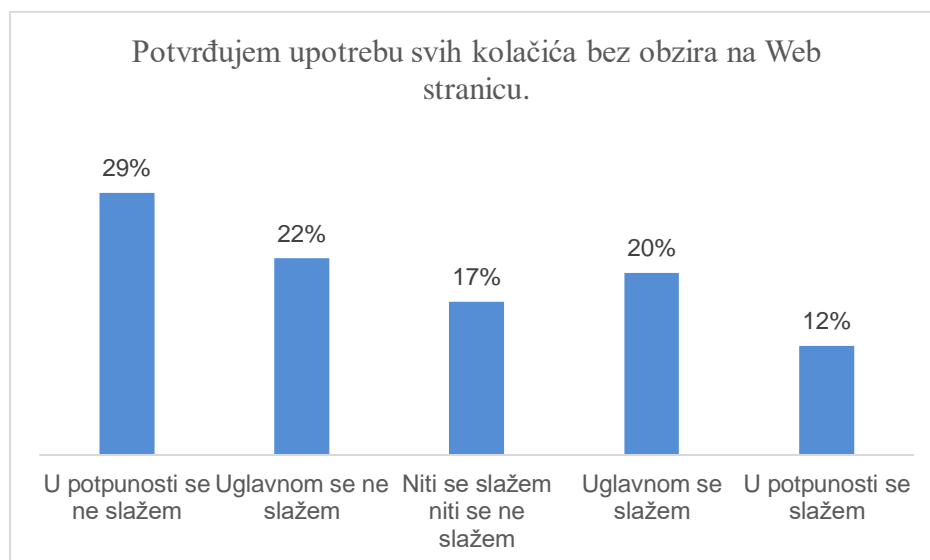
Grafikon 16. Procjena tvrdnje „Uvijek potvrđujem sve kolačiće na svakoj web stranici samo kako bih brže koristi/la stranicu“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

39% ispitanih ne slažu se s tvrdnjom da uvijek potvrđuju sve kolačiće na svakoj internetskoj stranici samo da bi brže koristili stranicu, 19% se niti slaže niti ne slaže, dok se 42% slaže s ovom tvrdnjom, od kojih 27% uglavnom, a 15% u potpunosti.

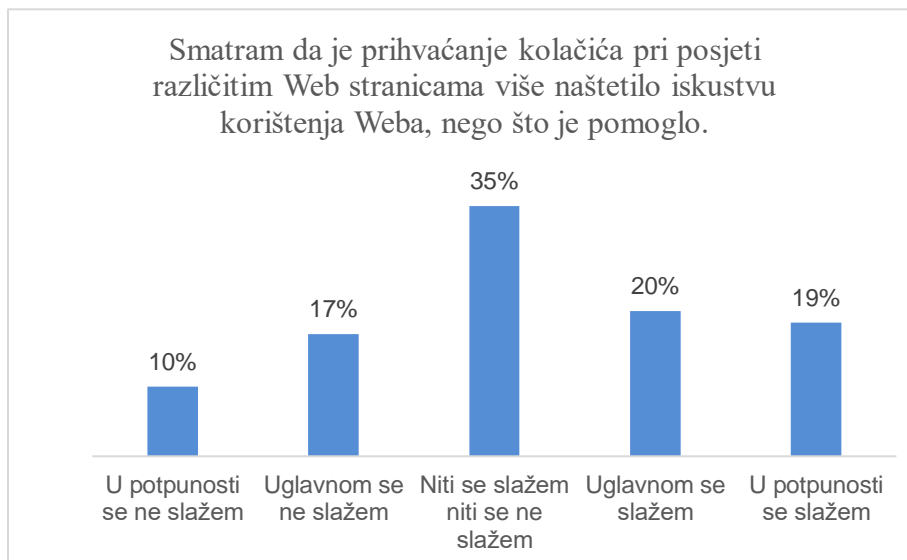
Grafikon 17. Procjena tvrdnje „Potvrđujem upotrebu svih kolačića bez obzira na web stranicu“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

41% ispitanih ne slažu se s tvrdnjom da potvrđuju upotrebu svih kolačića bez obzira na web stranicu, 17% se niti slaže niti ne slaže, dok se 32% slaže s ovom tvrdnjom, od kojih 20% uglavnom, a 12% u potpunosti.

Grafikon 18. Procjena tvrdnje „Smatram da je prihvaćanje kolačića pri posjeti različitim Web stranicama više naštetilo iskustvu korištenja Weba, nego što je pomoglo“

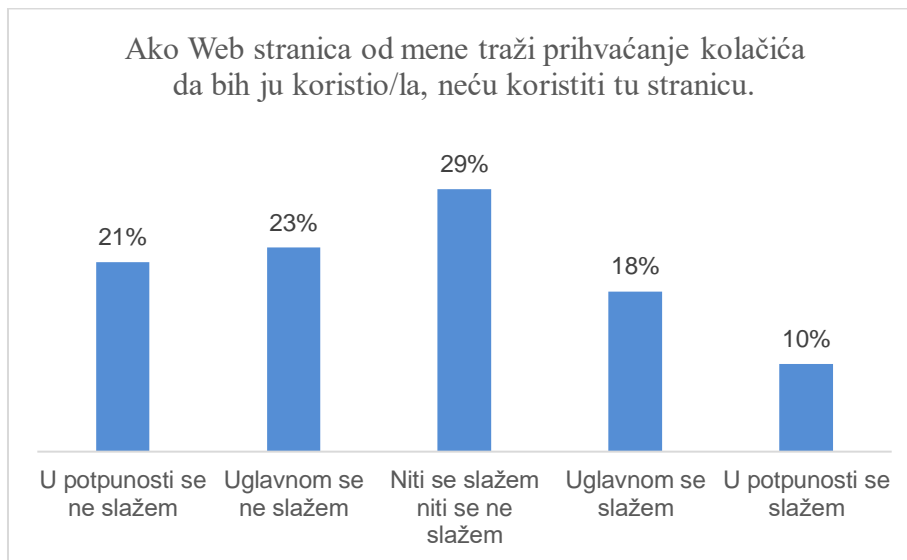


Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na prihvaćanje kolačića pri posjeti različitim internetskim stranicama kao nečemu što je više naštetilo iskustvu korištenja interneta, nego što je pomoglo, ispitanici su ostali prilično neutralni. Naime, najviši postotak, njih 35% niti se slaže niti se ne slaže s tom tvrdnjom, dok se 20% uglavnom slaže, 19% u potpunosti slaže, a 17% uglavnom i 10% u potpunosti ne slaže.



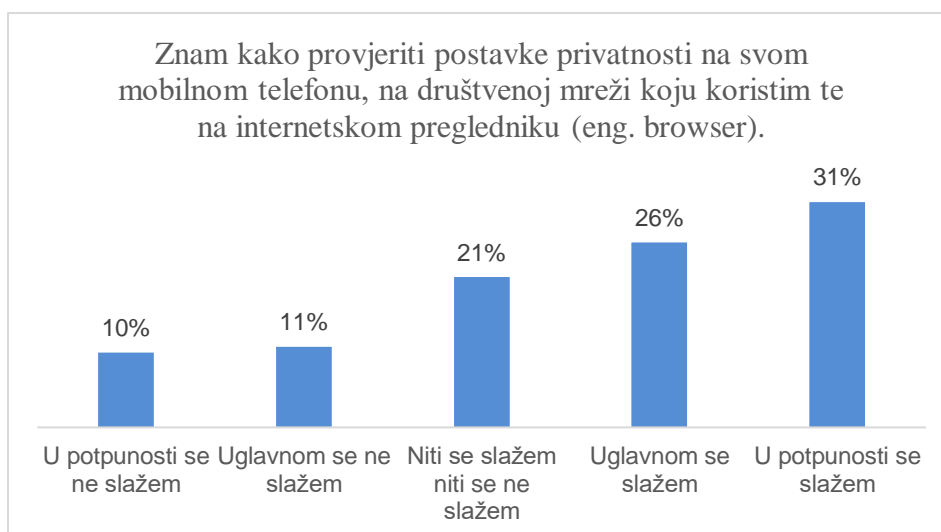
Grafikon 19. Procjena tvrdnje „Ako Web stranica od mene traži prihvaćanje kolačića da bih ju koristio/la, neću koristiti tu stranicu“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Ispitanici su neodlučni i u procjeni tvrdnje o tome da neće koristiti internetsku stranicu koja traži prihvaćanje kolačića. Naime, najviši postotak, njih 29% niti se slaže niti se ne slaže s tom tvrdnjom, dok se 18% uglavnom slaže, 10% u potpunosti slaže, a 23% uglavnom i 21% u potpunosti ne slaže.

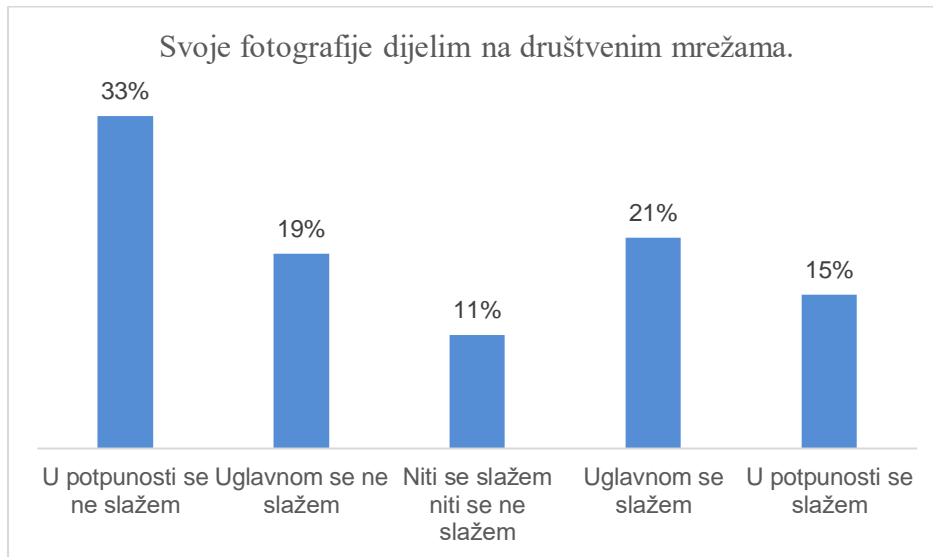
Grafikon 20. Procjena tvrdnje „Znam kako provjeriti postavke privatnosti na svom mobilnom telefonu, na društvenoj mreži koju koristim te na internetskom pregledniku (eng. browser)“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Istraživanjem je utvrđeno da se većina od 57% slaže s tvrdnjom o tome da znaju kako provjeriti postavke privatnosti na svom mobilnom telefonu, na društvenoj mreži koju koriste te na internetskom pregledniku. U potpunosti se slaže 31%, uglavnom se slaže 26%, neodlučno je 21%, dok se 11% ispitanih uglavnom ne slaže, a 10% se ne slaže s tvrdnjom u potpunosti.

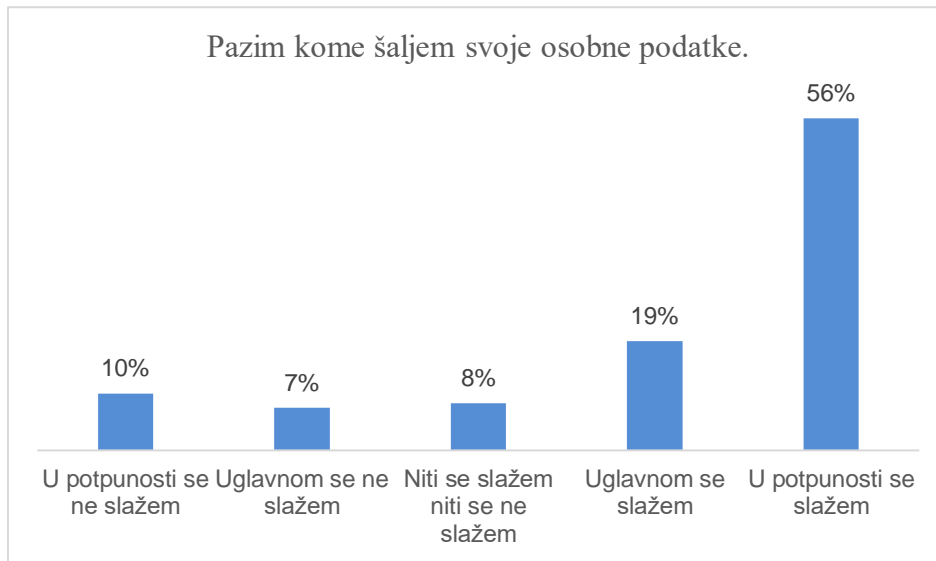
Grafikon 21. Procjena tvrdnje „Svoje fotografije dijelim na društvenim mrežama“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Većina koju čini 52% ispitanih ne slažu se s tvrdnjom da dijele svoje fotografije na društvenim mrežama, pri čemu 33% se u potpunosti ne slaže, 19% se uglavnom ne slaže, 11% niti se slaže niti se ne slaže, dok se 21% uglavnom, a 15% u potpunosti slažu s tvrdnjom o dijeljenju svojih fotografija na društvenim mrežama.

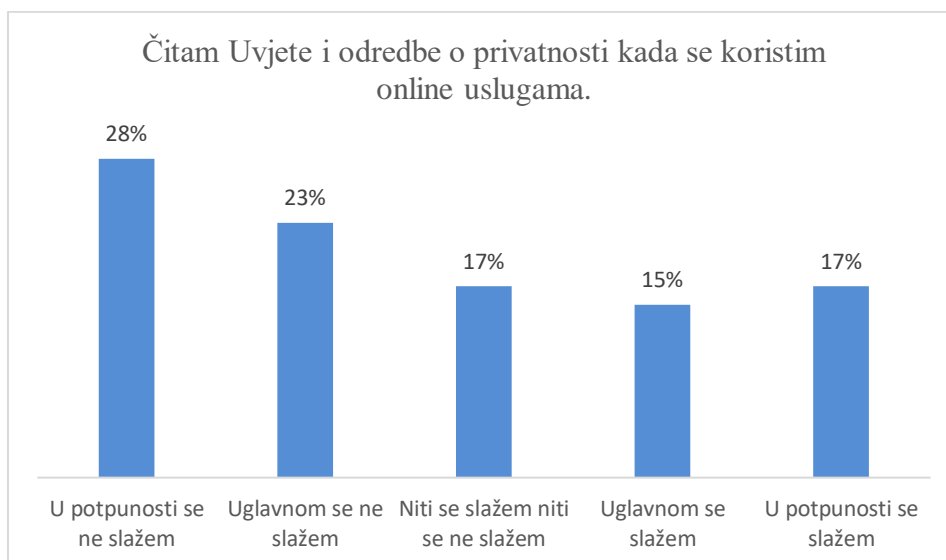
Grafikon 22. Procjena tvrdnje „Pazim kome šaljem svoje osobne podatke“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Velika većina od 75% ispitanih slaže se s tvrdnjom da paze kome šalju svoje osobne podatke. Značajan udio od 56% ispitanih u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom, 19% se uglavnom slaže, 8% je neodređeno, 7% se uglavnom ne slaže, dok se u potpunosti ne slaže 10% ispitanih.

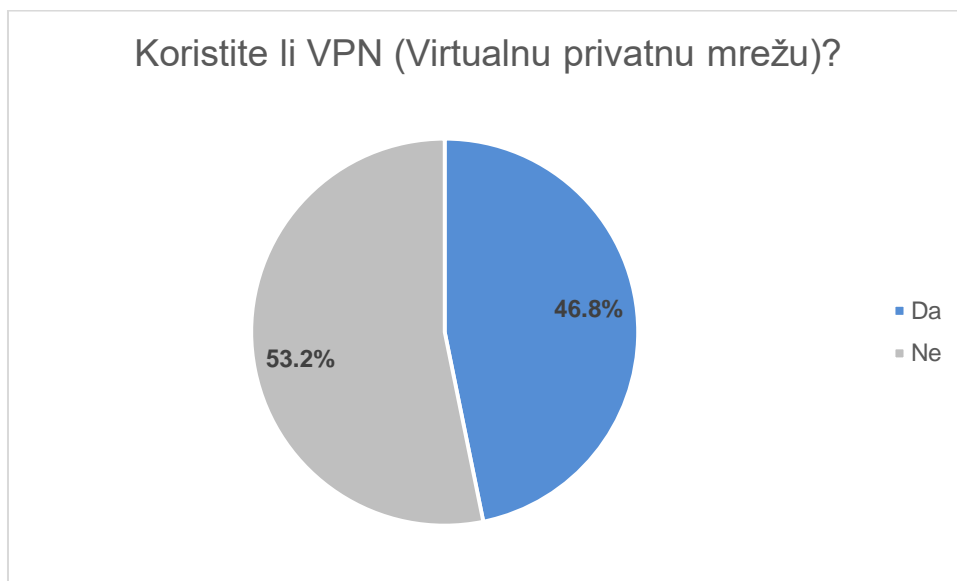
Grafikon 23. Procjena tvrdnje „Čitam uvjete i odredbe o privatnosti kada se koristim online uslugama“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Više od polovice, odnosno 51% ispitanih, pri čemu 28% se u potpunosti ne slaže, a 23% se uglavnom ne slažu s tvrdnjom da čitaju pravila privatnosti i opće uvjete kada se koriste online uslugama. 17% je neodređeno, dok se s tvrdnjom uglavnom slaže 15%, a u potpunosti se slaže 17% ispitanih.

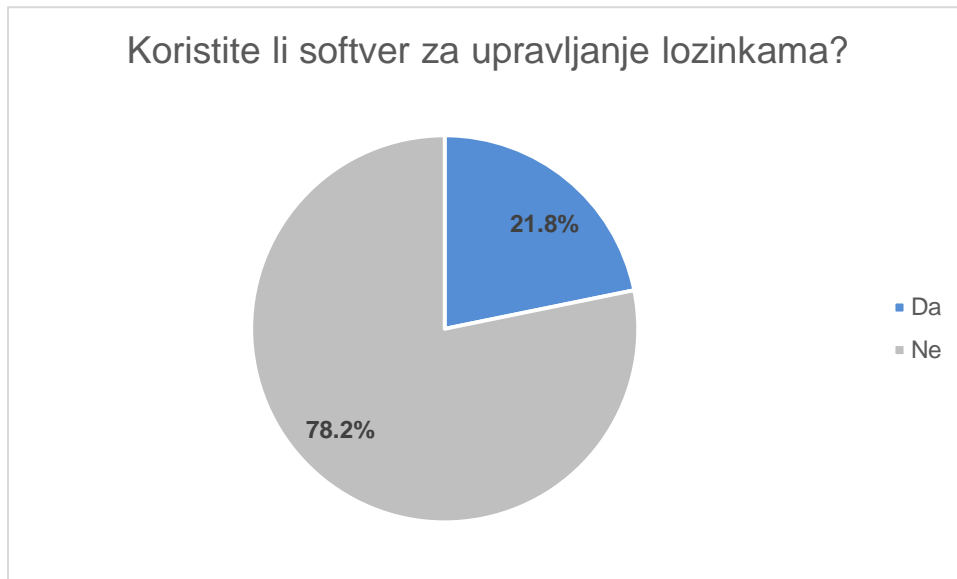
Grafikon 24. Korištenje VPN



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

VPN pruža korisnicima dodatnu razinu sigurnosti i anonimnost na internetu. Na pitanje da li koriste VPN, 46,8% ispitanika je potvrdno odgovorilo, a 53,2% ispitanika ne koristi VPN.

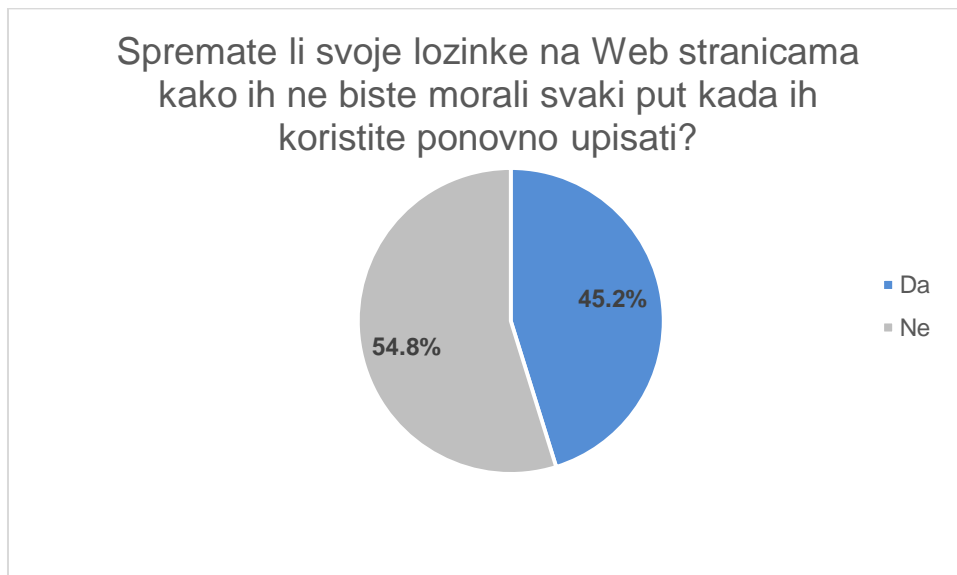
Grafikon 25. Korištenje softvera za upravljanje lozinkama



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Postoje razni softveri za upravljanje lozinkama, čijom upotrebom se povećava zaštita osobnih podataka korisnika. 21,8% ispitanika je odgovorilo da navedeni softver koristi, dok 78,2% ispitanika ne koristi softver za upravljanje lozinkama.

Grafikon 26. Spremanje lozinke na web stranicama



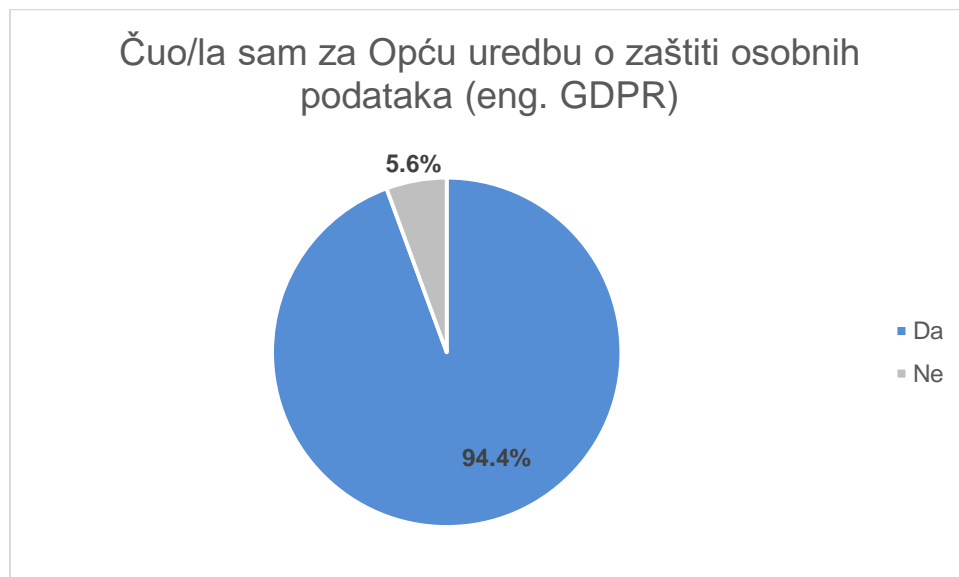
Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na pitanje da li spremaju svoje lozinke na internetskim stranicama kako ih ne bi morali

upisivati pri svakom ponovljenom korištenju te internetske stranice upisivati, 45,2% ispitanika je potvrdilo, a 54,8% ispitanika je odgovorilo negativno.

#### 4.2.3. Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR)

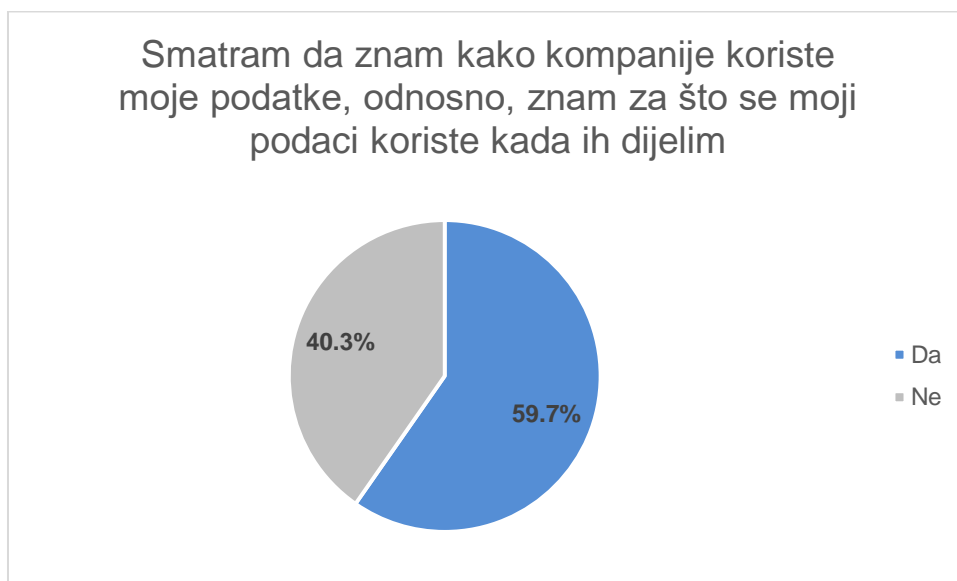
Grafikon 27. Procjena tvrdnje „Čuo/la sam za Opću uredbu o zaštiti podataka (eng. GDPR)“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na pitanje da li su čuli za Opću uredbu o zaštiti osobnih podataka (eng. GDPR) gotovo svi, njih 94,4% odgovara potvrdno, dok za GDPR nije čulo 5,6% ispitanih.

Grafikon 28. Procjena tvrdnje „Smatram da znam kako kompanije koriste moje podatke, odnosno, znam za što se moji podaci koriste kada ih dijelim“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

S tvrdnjom o tome da smatraju da znaju kako kompanije koriste njihove podatke, odnosno, da znaju za što se njihovi podaci koriste kada ih dijele, potvrdno je odgovorilo 59,7% ispitanih, dok 40,3% ne zna za što se njihovi podaci koriste.

Grafikon 29. Procjena tvrdnje „Točno znam tko koristi moje podatke“

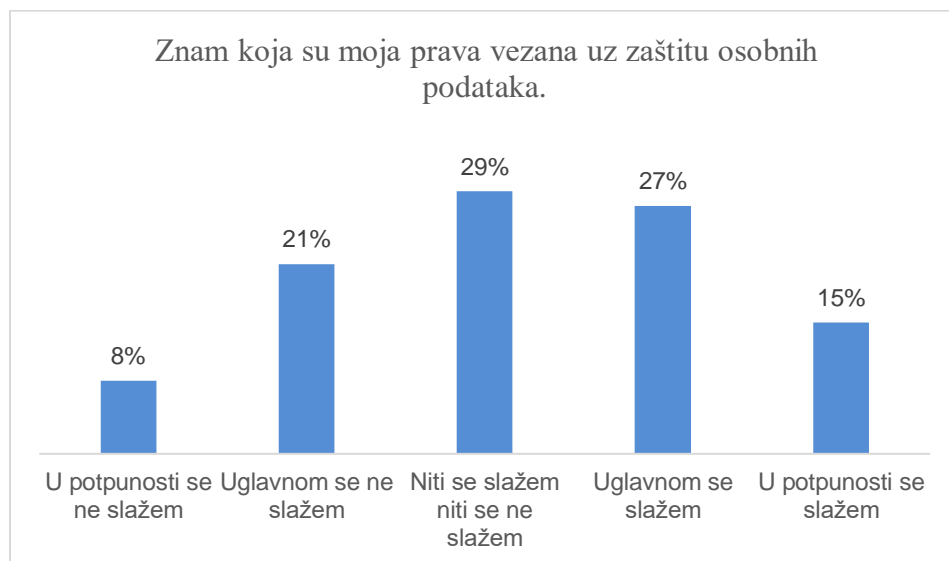


Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Tvrdnju o tome da točno znaju tko koristi njihove podatke, potvrdilo je 16,9%, dok 83,1%

ispitanih ne zna točno tko koristi njihove podatke.

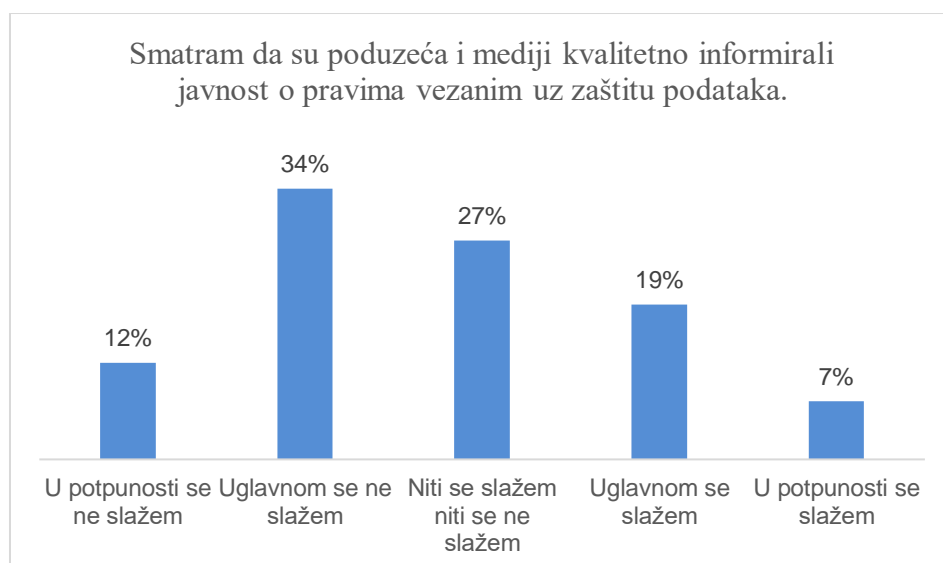
Grafikon 30. Procjena tvrdnje „Znam koja su moja prava vezana uz zaštitu osobnih podataka“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na tvrdnju o tome da su upoznati sa svojim pravima vezanim uz zaštitu osobnih podataka najviše ispitanika se nije odredilo, njih 29%, dok se 27% uglavnom slaže, 15% se slaže u potpunosti, a 21% se uglavnom ne slaže i 8% se u potpunosti ne slaže.

Grafikon 31. Procjena tvrdnje „Smatram da su poduzeća i mediji kvalitetno informirali javnost o pravima vezanim uz zaštitu podataka“

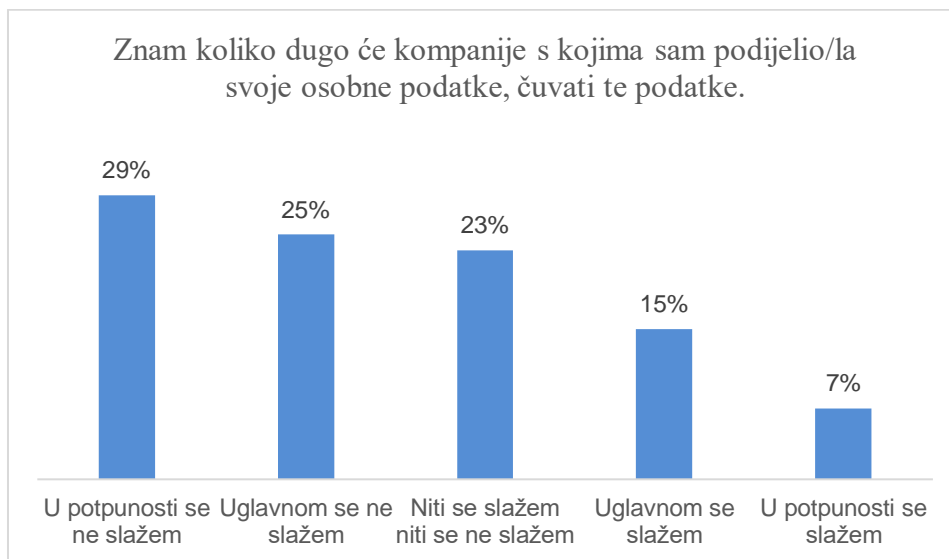




Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na tvrdnju kako smatraju da su poduzeća i mediji kvalitetno informirali javnost o pravima vezanim za zaštitu podataka najveći udio ispitanika, njih 46% se ne slaže s tvrdnjom, pri čemu se 12% u potpunosti ne slaže, 34% se uglavnom ne slaže, 27% se nije odredilo, njih 19% se uglavnom slaže s tvrdnjom, dok se 7% slaže u potpunosti.

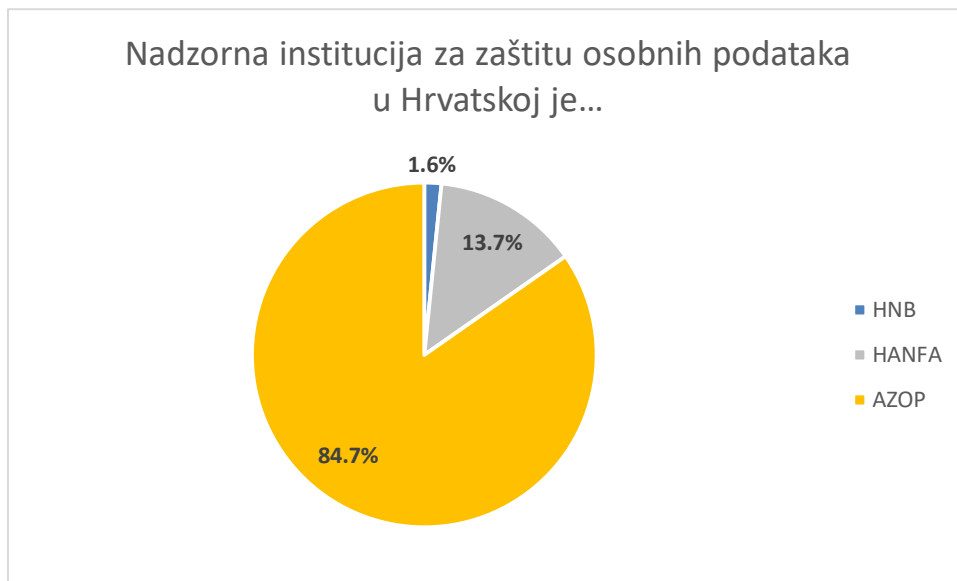
Grafikon 32. Procjena tvrdnje „Znam koliko dugo će kompanije s kojima sam podijelio/la svoje osobne podatke, čuvati te podatke“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Više od polovice, odnosno 54% ispitanih, pri čemu 29% se u potpunosti ne slaže, a 25% se uglavnom ne slažu s tvrdnjom da znaju koliko dugo će kompanije s kojima su podijelili svoje osobne podatke, čuvati te podatke. 23% je neodređeno, dok se s tvrdnjom uglavnom slaže 15%, a u potpunosti se slaže 7% ispitanih.

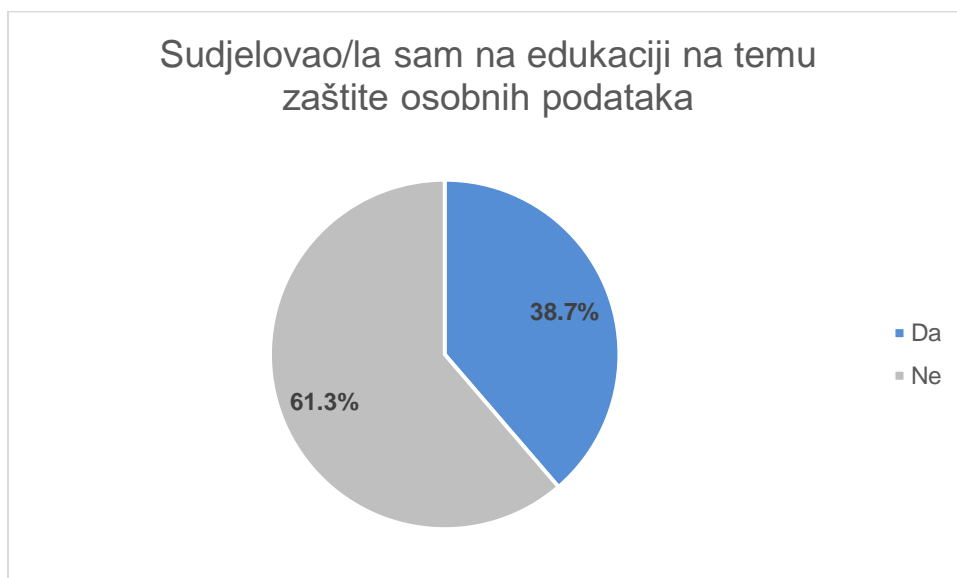
Grafikon 33. Nadzorna institucija za zaštitu osobnih podataka



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Velika većina ispitanih, odnosno 84,7% zna da je u Hrvatskoj AZOP nadzorna institucija za zaštitu osobnih podataka. 13,7% smatra da je to HANFA, a 1,6% smatra da je to HNB.

Grafikon 34. Procjena tvrdnje „Sudjelovao/la sam na edukaciji na temu zaštite osobnih podataka“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Na edukaciji na temu zaštite podataka nije sudjelovalo 61,3% ispitanih, dok su 38,7% ispitanih bili na takvoj edukaciji.

Grafikon 35. Procjena tvrdnje „Smatram da me Opća uredba o zaštiti osobnih podataka (GDPR) štiti“



Izvor: Autor temeljem provedenog istraživanja

Većina od 66,1% smatra da ih Opća uredba štiti, dok 33,9% to ne smatra.

### 4.3. Analiza rezultata istraživanja i rasprava

Anketom o sigurnosti i privatnosti korisnika interneta željelo se utvrditi koliko su fizičke osobe u Republici Hrvatskoj upoznate s Općom uredbom i kako postupaju sa svojim osobnim podacima prilikom pristupa internetu, odnosno, istraživala se njihova razina osviještenosti o njihovim pravima zaštite osobnih podataka na internetu te o njihovim dosadašnjim iskustvima u davanju i zaštiti osobnih podataka.

Rezultati istraživanja pokazuju da je velika većina građana, njih 94,4% čula za Opću uredbu (Grafikon 27.), a 84,7% građana zna koja institucija je nadzorna institucija za zaštitu osobnih podataka (Grafikon 33.). Da ovaj zakon pomaže u zaštiti osobnih podataka potvrdilo je 66,1% građana izjavivši da vjeruju da ih ovaj zakon štiti (Grafikon 35.).

Anketa je pokazala da je velika većina građana, njih 79%, svjesno važnosti zaštite osobnih podataka (Grafikon 10.), pri čemu 61% izražava zabrinutost za zaštitu svojih osobnih podataka (Grafikon 7.), a 68% ih je zbog rastuće digitalizacije više zabrinuto danas nego što su to bili prije nekoliko godina (Grafikon 8.).

Anketom se, između ostalog, željelo utvrditi koliko su ispitanici oprezni prilikom raspolaganja osobnim podacima u online okruženju. Visokih 70% ispitanika se izjasnilo kako smatraju da oprezno raspolažu svojim osobnim podacima (Grafikon 9.), a 75% ih to dodatno potvrđuje izjavom da paze kome šalju svoje osobne podatke (Grafikon 22.). Značajno manji postotak, ali još uvijek većina, njih 59,7%, kada dijele svoje osobne podatke, znaju za koju svrhu se koriste njihovi osobni podaci (Grafikon 28.). Međutim, samo 16,9% građana zna točno tko koristi njihove podatke (Grafikon 29.), a samo 22% građana se izjasnilo da znaju koliko dugo će kompanije s kojima su podijelili svoje osobne podatke, čuvati te podatke (Grafikon 32.). Treba napomenuti da građani prilikom dijeljenja vlastitih osobnih podataka imaju pravo znati i trebaju biti informirani zašto i u koju svrhu se njihovi podaci koriste, koliko dugo će biti čuvani te s kime će se podaci dijeliti. Izuzetno je važno da građani znaju kome i zašto daju svoje podatke, jer se na taj način smanjuje vjerojatnost zloupotrebe njihovih osobnih podataka.

Većina korisnika interneta, njih 51%, ne čita uvjete i odredbe o privatnosti kada se koriste

online uslugama (Grafikon 23.), dok je s druge strane pozitivno da 57,7% korisnika interneta zna kako provjeriti postavke privatnosti na svom mobilnom telefonu, na društvenoj mreži koju koriste te na internetskom pregledniku (Grafikon 20.). Važno je pripaziti na postavke privatnosti, kako vlastiti osobni podaci ne bi bili vidljivi širem krugu ljudi. Anketa je pokazala da 53,2% korisnika interneta ne koriste VPN (Grafikon 24.), koja bi im pružila dodatnu razinu sigurnosti i anonimnosti na internetu.

Što se tiče lozinki, 55% koristi različite lozinke za svoje *online* račune (Grafikon 11.), a polovina ispitanih koristi dvofaktorsku autentifikaciju gdje je to moguće (Grafikon 12.).

S druge strane, 54,8% korisnika interneta, sprema svoje lozinke na internetskim stranicama kako ih ne bi morali upisivati pri svakom ponovljenom korištenju (Grafikon 26.), dok velika većina, njih 78,2% ne koristi softver za upravljanje lozinkama (Grafikon 25.). Zabrinjavajuće je da gotovo polovica korisnika interneta, njih 48%, ne samo što ne mijenjaju svoje lozinke redovito, već ih ne mijenja niti svakih nekoliko godina (Grafikon 13.).

Istraživanjem je utvrđeno da 69% korisnika interneta zna što su na internetu „kolačići“ (Grafikon 14.) te 62% ispitanika potvrđuje upotrebu samo osnovnih kolačića, a nikada marketinških i drugih kolačića (Grafikon 15.). Međutim, čak 42% građana uvijek potvrđuje sve kolačiće na svakoj internetskoj stranici samo da bi brže koristili stranicu (Grafikon 16.), a 44% koristi internetsku stranicu iako se od njih traži prihvaćanje kolačića da bi ju koristili. Najveća pojedinačna grupa od 29% ispitanika, ostala je neodlučna, što bi značilo da ponekad koriste određenu internetsku stranicu iako se od njih traži prihvaćanje kolačića da bi ju koristili (Grafikon 19.). Važno je napomenuti da bi prilikom posjeta raznim internetskim stranicama, a prije prihvaćanja kolačića, trebalo pročitati obavijest o tome kojim se kolačićima stranice koriste i s kojom svrhom.

Istraživanje je pokazalo da korisnici interneta ne znaju dovoljno o svojim pravima vezanim uz zaštitu osobnih podataka. Najveća pojedinačna grupa, njih 29%, nije se odredila, što bi značilo da znaju nešto, ali nisu dovoljno upoznati, dok su 42% ispitanika uglavnom ili u potpunosti upoznati sa svojim pravima vezanim uz zaštitu osobnih podataka (Grafikon 30.).

Samo 26% građana smatra da su poduzeća i mediji kvalitetno informirali javnost o pravima

vezanim za zaštitu podataka (Grafikon 31.), a gotovo dvije trećine građana, odnosno 61,3%, nije sudjelovalo na edukaciji na temu zaštite osobnih podataka (Grafikon 34.).

Smatram da je provedeno istraživanje pokazalo da je 5 godina nakon pune primjene Opće uredbe o zaštiti podataka povećana razina svijesti kod korisnika interneta o potrebi zaštite osobnih podataka, ali da ima i dosta prostora za poboljšanje. Naime, građani bi trebali voditi računa o svojim osobnim podacima i njima raspolagati savjesno i oprezno, kako ne bi došlo do zloupotrebe osobnih podataka i trebali bi biti svjesni potencijalnih opasnosti prilikom upotrebe vlastitih osobnih podataka u online okruženju. Ovim istraživanjem je pokazano da su građani, s jedne strane svjesni potrebe zaštite vlastitih osobnih podataka, ali da, s druge strane, još uvijek nedovoljno oprezno raspolazu sa svojim osobnim podacima. Iako Opća uredba donosi bolju zaštitu građanima, smatram da je samozaštita osobnih podataka izuzetno važna, da građani moraju biti vrlo oprezni prilikom dijeljenja osobnih podataka, a ako neće dovoljno dobro štititi svoje osobne podatke, njihovi podaci mogu biti zloupotrijebljeni.

Opća uredba daje građanima puno prava vezanih uz rukovanje njihovim osobnim podacima, ali je istraživanjem utvrđeno da građani nisu u dovoljnoj mjeri upoznati s njima. Građani trebaju biti upućeni u svoja prava vezana za zaštitu osobnih podataka. Smatram da je zato nužno poduzimati daljnje aktivnosti u smjeru povećanja razine svijesti o potrebi zaštite osobnih podataka te omogućiti što više, po mogućnosti, besplatnih edukacija, radionica, webinar, tečajeva, pa i provoditi kampanje u cilju podizanja razine svijesti građana o potrebi zaštite osobnih podataka i o načinima kako ih zaštititi.

Prilikom izrade ovog rada primijetio sam da nedostaje istraživanja na temu zaštite podataka, a osobito je uočljiv nedostatak istraživanja vezanih uz ponašanje građana prilikom rukovanja vlastitim osobnim podacima. Po mom mišljenju, trebalo bi uspostaviti redovitu provedbu istraživanja kako bi se pratili trendovi vezani uz porast razine svijesti i o ponašanju građana prilikom rukovanja vlastitim osobnim podacima te na osnovu utvrđenih trendova inicirati daljnje aktivnosti i edukacije.

## 5. ZAKLJUČAK

U današnje doba osobni podaci su vrijedni, traženi i nikad dostupniji. Oni stvaraju profit.

Uvođenjem Opće uredbe o zaštiti podataka, fizičke osobe unutar Europske unije dobile su više prava koju im omogućuju veću kontrolu nad svojim osobnim podacima.

Neusklađenost s Općom uredbom dovodi do kazni za poduzeća i organizacije koji se nisu uskladili, ali što je još značajnije, zloupotreba osobnih podataka dovodi do narušenog povjerenja njihovih korisnika i do reputacijskog rizika neusklađenih poduzeća, što može dovesti do velike štete.

Prilikom dijeljenja osobnih podataka na internetu, najvažnije je povjerenje u kompanije kojima se dozvoljava pristup tim podacima, koje ih prikupljaju i obrađuju.

S jedne strane, poduzeća i organizacije moraju na zakonit način postupati s osobnim podacima pojedinaca, dok s druge strane, pojedinci moraju pažljivo postupati s vlastitim podacima i moraju znati zaštititi svoje osobne podatke.

Istraživanje koje je provedeno, pokazalo je da u današnjem digitalnom svijetu, građani Hrvatske provode puno vremena na internetu, da su korisnici više aplikacija i članovi su više različitih društvenih mreža. Provedena anketa je pokazala da je 5 godina nakon pune primjene Opće uredbe povećana razina svijesti kod korisnika interneta o potrebi zaštite osobnih podataka, ali da ima i dosta prostora za poboljšanje.

Ako pojedinci neće dovoljno dobro znati štiti svoje osobne podatke, njihovi podaci mogu biti zloupotrijebljeni. Građani trebaju biti upućeni u svoja prava vezana za zaštitu osobnih podataka. Zato je potrebno poduzimati daljnje aktivnosti u smjeru povećanja razine svijesti o potrebi zaštite osobnih podataka te omogućiti što više, po mogućnosti, besplatnih edukacija, radionica, webinarima, tečajeva, pa i provoditi kampanje u cilju podizanja razine svijesti građana o potrebi zaštite osobnih podataka i o načinima kako ih zaštititi.

## Popis literature

- 1) Antitrust: Commission takes further steps in investigations alleging Google's comparison shopping and advertising-related practices breach EU rules, preuzeto 04. lipnja 2023. s [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_16\\_2532](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_16_2532)
- 2) AZOP – prava ispitanika, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://azop.hr/prava-ispitanika/>
- 3) AZOP – Vodić- prava ispitanika, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://azop.hr/wp-content/uploads/2021/02/Vodic-prava-ispitanika.pdf>
- 4) Bluestone, D. (2021, 22. veljače) State Of GDPR In 2021: Key Updates And What They Mean, *Smashing Magazine*, preuzeto s <https://www.smashingmagazine.com/2021/02/state-gdpr-2021-key-updates/#1-how-the-eu-is-implementing-gdpr/>
- 5) Claburn, T. (2022, 9. svibanj) Europe's GDPR coincides with dramatic drop in Android apps, *The Register*, preuzeto s [https://www.theregister.com/2022/05/09/gdpr\\_europe\\_apps/](https://www.theregister.com/2022/05/09/gdpr_europe_apps/)
- 6) Coi, G., Goujard, C. i Cerulus, L. (2023, 25 svibnja) Europe's privacy regime: 5 years in 5 charts, *Politico*, preuzeto s <https://www.politico.eu/article/meta-online-safety-europe-privacy-gdpr-big-tech-regime-5-years-in-5-charts/>
- 7) Cooper, D. i Shepherd, N. (2019), European Commission Issues Report on the Implementation of the GDPR, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://www.insideprivacy.com/eu-data-protection/european-commissions-issues-report-on-the-implementation-of-the-gdpr/>
- 8) Data vs. Information, preuzeto 04. lipnja 2023. s [https://www.diffen.com/difference/Data\\_vs\\_Information](https://www.diffen.com/difference/Data_vs_Information)
- 9) DPC fines META €390 million for violation of the GDPR, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://dataprivacymanager.net/dpc-fines-meta-e390-million-for-violation-of-the-gdpr/>
- 10) EDPB & EDPS, preuzeto 04. lipnja s [https://edps.europa.eu/press-publications/press-news/press-releases/2022/edpb-edps-lack-resources-puts-enforcement-individuals-data-protection-rights-risk\\_en](https://edps.europa.eu/press-publications/press-news/press-releases/2022/edpb-edps-lack-resources-puts-enforcement-individuals-data-protection-rights-risk_en)
- 11) Golden Data Law (2019, 19. svibanj), Case study: Google's €50 million GDPR fine, *Medium*, preuzeto s <https://medium.com/golden-data/case-study-googles-50-million-gdpr-fine-5e43946793c2>



- 12) Hina/HRT/B.B.B. (2023, 5. svibnja), AZOP izrekao 32 kazne zbog kršenja Opće uredbe o zaštiti osobnih podataka, *HRT Vijesti*, preuzeto s <https://vijesti.hrt.hr/hrvatska/azop-dosad-izrekao-32-kazne-zbog-kršenja-Opće-uredbe-o-zastiti-osobnih-podataka-10757391>
- 13) H&M fined €35,3 Million for violation of the GDPR, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://dataprivacymanager.net/german-dpa-issued-e353-million-gdpr-fine-to-hm-for-violation-of-the-general-data-protection-regulation/>
- 14) Kashyap, K. (2022), Meta Fined €405 Million for Mishandling Teenagers' Data on Instagram, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://www.spiceworks.com/marketing/customer-data/news/meta-fined-405-million-for-mishandling-teenagers-data-on-instagram/>
- 15) Luxembourg DPA issues €746 Million GDPR Fine to Amazon, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://dataprivacymanager.net/luxembourg-dpa-issues-e746-million-gdpr-fine-to-amazon/>
- 16) Marriott security data breach- what really happened?, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://dataprivacymanager.net/new-marriott-breach-2020-what-is-going-on/>
- 17) McAfee - Zlonamjerni virusi, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://www.mcafee.com/hr/hr/antivirus/malware.html>
- 18) Microsoft – definicija sigurnosti podataka, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://www.microsoft.com/hr-hr/security/business/security-101/what-is-data-security>
- 19) Microsoft – Zahtjevi ispitanika, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://www.microsoft.com/hr-hr/trust-center/privacy/gdpr-dsr>
- 20) Mueller, B. (2022) Two Recent Cases Show How The GDPR Is Failing European Businesses, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://datainnovation.org/2022/02/two-recent-cases-show-how-the-gdpr-is-failing-european-businesses/>
- 21) Opća uredba o zaštiti podataka, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://gdprinfo.eu/hr/hr-article-99>
- 22) Opća uredba o zaštiti podataka, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://gdprinfo.eu/hr/hr-article-4>
- 23) O'Donnovan, B. (2022, 24. lipanj) EU Commission rejects criticism of GDPR monitoring in Ireland, *RTE*, preuzeto s <https://www.rte.ie/news/2022/0624/1306641-gdpr-monitoring-ireland/>

- 24) Petrova, A. (2019), The impact of the GDPR outside the EU, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=872b3db5-45d3-4ba3-bda4-3166a075d02f>
- 25) Povelja Europske unije o temeljnim pravima, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT/>
- 26) Reuters, (2022, 17 rujna) Google loses appeal against record \$4 billion EU fine, *CNN Business*, preuzeto s <https://edition.cnn.com/2022/09/14/tech/google-loses-eu-fine-appeal/index.html>
- 27) Što je privatnost? – IAPP (b.d.) preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://iapp.org/about/what-is-privacy/>
- 28) Ustav Republike Hrvatske Narodne novine, br. 85/2010 (2010)
- 29) Vijeće Europe – privatnost osobnih podataka: <https://coe.int/en/web/portal/personal-data-protection-and-privacy>
- 30) Wilhelm, E. O. (2016), A brief history of the General Data Protection Regulation (1981-2016), preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://iapp.org/resources/article/a-brief-history-of-the-general-data-protection-regulation/>
- 31) William, S. (2021), Kazne za kršenje GDPR-a, preuzeto 04. lipnja 2023. s <https://atlasvpn.com/blog/gdpr-fines-nearly-hit-300-million-euros-in-three-years> [04. lipnja 2023]
- 32) Woolaston Webber, L. (2017, 27. lipnja) Google fined record-breaking €2.42 billion by the EU in antitrust case, *Wired*, preuzeto s <https://www.wired.co.uk/article/google-eu-fine-antitrust-investigation>

## Popis grafikona

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	25
Grafikon 2. Dob ispitanika.....	25
Grafikon 3. Ostvareni stupanj obrazovanja.....	26
Grafikon 4. Radno-pravni status.....	27
Grafikon 5. Korištenje aplikacija.....	27
Grafikon 6. Vrijeme provedeno na internetu.....	28
Grafikon 7. Procjena tvrdnje „Zabrinut/a sam za zaštitu svojih osobnih podataka“.....	29
Grafikon 8. Procjena tvrdnje „Zbog rastuće digitalizacije danas sam više zabrinut/a za svoje osobne podatke nego što sam to bio/la prije nekoliko godina“.....	29
Grafikon 9. Procjena tvrdnje „Smatram da oprezno raspoložem svojim osobnim podacima“.....	30
Grafikon 10. Procjena tvrdnje „Svjestan/na sam važnosti zaštite osobnih podataka“.....	31
Grafikon 11. Procjena tvrdnje „Koristim različite lozinke za svoje online račune“.....	31
Grafikon 12. Procjena tvrdnje „Koristim dvofaktorsku autentifikaciju gdje je to moguće“.....	32
Grafikon 13. Procjena tvrdnje „Svaki nekoliko godina mijenjam svoje lozinke iz sigurnosnih razloga“.....	33
Grafikon 14. Procjena tvrdnje „Znam što su na internetu „kolačići“ (eng. Cookies)“.....	33
Grafikon 15. Procjena tvrdnje „Uvijek potvrđujem upotrebu samo osnovnih kolačića, a nikada marketinških i drugih kolačića“.....	34
Grafikon 16. Procjena tvrdnje „Uvijek potvrđujem sve kolačiće na svakoj WEB stranici samo kako bih brže koristi/la stranicu“.....	35
Grafikon 17. Procjena tvrdnje „Potvrđujem upotrebu svih kolačića bez obzira na Web stranicu“.....	35
Grafikon 18. Procjena tvrdnje „Smatram da je prihvaćanje kolačića pri posjeti različitim Web stranicama više naštetilo iskustvu korištenja Weba, nego što je pomoglo“.....	36
Grafikon 19. Procjena tvrdnje „Ako Web stranica od mene traži prihvaćanje kolačića da bih ju koristio/la, neću koristiti tu stranicu“.....	37
Grafikon 20. Procjena tvrdnje „Znam kako provjeriti postavke privatnosti na svom mobilnom telefonu, na društvenoj mreži koju koristim te na internetskom pregledniku (eng. browser)“.....	37
Grafikon 21. Procjena tvrdnje „Svoje fotografije dijelim na društvenim mrežama“.....	38
Grafikon 22. Procjena tvrdnje „Pazim kome šaljem svoje osobne podatke“.....	39
Grafikon 23. Procjena tvrdnje „Čitam uvjete i odredbe o privatnosti kada se koristim online	

uslugama“.....	39
Grafikon 24. Korištenje VPN.....	40
Grafikon 25. Korištenje softvera za upravljanje lozinkama.....	41
Grafikon 26. Spremanje lozinki na web stranicama.....	41
Grafikon 27. Procjena tvrdnje „Čuo/la sam za Opću uredbu o zaštiti podataka (eng. GDPR)“.....	42
Grafikon 28. Procjena tvrdnje „Smatram da znam kako kompanije koriste moje podatke, odnosno, znam za što se moji podaci koriste kada ih dijelim“.....	43
Grafikon 29. Procjena tvrdnje „Točno znam tko koristi moje podatke“.....	43
Grafikon 30. Procjena tvrdnje „Znam koja su moja prava vezana uz zaštitu osobnih podataka“.....	44
Grafikon 31. Procjena tvrdnje „Smatram da su poduzeća i mediji kvalitetno informirali javnost o pravima vezanim uz zaštitu podataka“.....	44
Grafikon 32. Procjena tvrdnje „Znam koliko dugo će kompanije s kojima sam podijelio/la svoje osobne podatke, čuvati te podatke“.....	45
Grafikon 33. Nadzorna institucija za zaštitu osobnih podataka.....	46
Grafikon 34. Procjena tvrdnje „Sudjelovao/la sam na edukaciji na temu zaštite osobnih podataka“.....	46
Grafikon 35. Procjena tvrdnje „Smatram da me Opća uredba o zaštiti osobnih podataka (GDPR) štiti.....	47

## **Popis slika**

Slika 1. Kumulativne kazne za kršenje Opće uredbe o zaštiti podataka.....	14
Slika 2. Tok promjene broja izdanih kazni.....	14

## **Prilog: Anketni upitnik**

Poštovani/a,

Pozivamo Vas na sudjelovanje u istraživanju o sigurnosti i privatnosti osobnih podataka korisnika Weba, koji se provodi u svrhu izrade diplomskog rada Filipa Krbavca pod mentorstvom Izv. prof.dr.sc. Nikole Vlahovića na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

U istraživanju mogu sudjelovati sve punoljetne osobe.

Ispunjavanje upitnika traje oko 5 do 10 minuta.

Sudjelovanje u istraživanju u potpunosti je anonimno i Vaše odgovore neće biti moguće povezati s Vama. Rezultati će biti korišteni isključivo u istraživačke svrhe i analizirat će se isključivo na grupnoj razini te Vas molimo da odgovarate što iskrenije.

Sudjelovanje u istraživanju je u potpunosti dobrovoljno i u svakom trenutku možete odustati bez posljedica. Ukoliko imate pitanja ili nejasnoća, slobodno nam se obratite na e-mail [fkrbavac@net.efzg.hr](mailto:fkrbavac@net.efzg.hr)

Prelaskom na sljedeću stranicu potvrđujete da ste pročitali upute i da dajete svoju suglasnost za sudjelovanje u istraživanju.

Unaprijed Vam zahvaljujemo na sudjelovanju!

### **Podaci o Vama**

1. Spol

a) Muško

b) Žensko

2. Dob

- a) 18-25
- b) 26-35
- c) 36-45
- d) 46-55
- e) 56-65
- f) 66+

3. Koji je najviši stupanj obrazovanja koji ste ostvarili?

- a) Osnovna škola
- b) Srednja škola (strukovna/gimnazija)
- c) Fakultet (preddiplomski studij/diplomski/doktorski)
- d) ostalo

4. Trenutno ste

- a) Učenik/ica
- b) Student/ica
- c) Zaposlen/a
- d) Samozaposlen/a
- e) Umirovljenik/ica
- d) Nezaposlen/a

5. Koristite li neke od sljedećih aplikacija?

- a) Youtube
- b) Instagram
- c) TikTok
- d) Snapchat
- e) Twitter
- f) Facebook
- g) LinkedIn

- h) WhatsApp
- i) Viber
- j) ostalo

6. Koliko vremena provodite na internetu?

- a) manje od 1 sata dnevno
- b) 1 sat dnevno
- c) 2-3 sata dnevno
- d) 4-5 sata dnevno
- e) više od 5 sati dnevno

### **Zaštita osobnih podataka**

Označite svoj stupanj slaganja s tvrdnjama u nastavku:

- 1 - U potpunosti se ne slažem
- 2 - Uglavnom se ne slažem
- 3 - Niti se slažem niti se ne slažem
- 4 - Uglavnom se slažem
- 5 - U potpunosti se slažem

7) Zabrinut/a sam za zaštitu svojih osobnih podataka.

1 2 3 4 5

8) Zbog rastuće digitalizacije danas sam više zabrinut/a za svoje osobne podatke nego što sam to bio/la prije nekoliko godina.

1 2 3 4 5

9) Smatram da oprezno raspolazem svojim osobnim podacima.

1 2 3 4 5

10) Svjestan/na sam važnosti zaštite osobnih podataka.

1 2 3 4 5



11) Koristim različite lozinke za sve svoje online račune.

1 2 3 4 5

12) Koristim dvofaktorsku autentifikaciju gdje je to moguće.

1 2 3 4 5

13) Svakih nekoliko godina mijenjam svoje lozinke iz sigurnosnih razloga.

1 2 3 4 5

14) Znam što su na internetu "kolačići" (eng. Cookies).

1 2 3 4 5

15) Uvijek potvrđujem upotrebu samo osnovnih kolačića, a nikada marketinških i drugih kolačića.

1 2 3 4 5

16) Uvijek potvrđujem sve kolačiće na svakoj Web stranici samo kako bih brže koristio/la stranicu.

1 2 3 4 5

17) Potvrđujem upotrebu svih kolačića bez obzira na Web stranicu.

1 2 3 4 5

18) Smatram da je prihvaćanje kolačića pri posjeti različitim Web stranicama više naštetilo iskustvu korištenja Weba, nego što je pomoglo.

1 2 3 4 5

19) Ako Web stranica od mene traži prihvaćanje kolačića da bih ju koristio/la, neću koristiti tu stranicu.

1 2 3 4 5

20) Znam kako provjeriti postavke privatnosti na svom mobilnom telefonu, na društvenoj mreži koju koristim te na internetskom pregledniku (eng. browser).

1 2 3 4 5

21) Svoje fotografije dijelim na društvenim mrežama.

1 2 3 4 5

22) Pazim kome šaljem svoje osobne podatke.

1 2 3 4 5

23) Čitam Uvjete i odredbe o privatnosti kada se koristim online uslugama.

1 2 3 4 5

24) Koristite li VPN (Virtualnu privatnu mrežu)?

a) Da

b) Ne

25) Koristite li softver za upravljanje lozinkama?

a) Da

b) Ne

26) Spremate li svoje lozinke na Web stranicama kako ih ne biste morali svaki put kada ih koristite ponovno upisati?

a) Da

b) Ne

## Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR)

27) Čuo/la sam za Opću uredbu o zaštiti podataka (eng. GDPR).

- a) Da
- b) Ne

28) Smatram da znam kako kompanije koriste moje podatke, odnosno, znam za što se moji podaci koriste kada ih dijelim.

- a) Da
- b) Ne

29) Točno znam tko koristi moje podatke.

- a) Da
- b) Ne

Označite svoj stupanj slaganja s tvrdnjama u nastavku:

- 1 - U potpunosti se ne slažem
- 2 - Uglavnom se ne slažem
- 3 - Niti se slažem niti se ne slažem
- 4 - Uglavnom se slažem
- 5 - U potpunosti se slažem

30) Znam koja su moja prava vezana uz zaštitu osobnih podataka.

1 2 3 4 5

31) Smatram da su poduzeća i mediji kvalitetno informirali javnost o pravima vezanim uz zaštitu podataka.

1 2 3 4 5

32) Znam koliko dugo će kompanije s kojima sam podijelio/la svoje osobne podatke, čuvati te podatke.

1 2 3 4 5

33) Nadzorna institucija za zaštitu osobnih podataka u Hrvatskoj je...

a) HNB

b) HANFA

c) AZOP

34) Sudjelovao/la sam na edukaciji na temu zaštite osobnih podataka.

a) Da

b) Ne

35) Smatram da me Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR) štiti.

a) Da

b) Ne

## **Životopis**

Filip Krbavac rođen je 29.02.1996. Završio je osnovnu školu Prečko u Zagrebu te je upisao 1. gimnaziju u Zagrebu. Nakon gimnazije upisuje preddiplomski i diplomski studij Poslovne ekonomije na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Sudjelovao je u Google Online Marketing Challenge u 2017. gdje je njegov tim bio u najboljih 5% na svijetu. Na četvrtoj godini odabire smjer Menadžerska informatika. Aktivno se koristi engleskim i njemačkim jezikom.