



**Организација на потрошувачите на Македонија**  
ул. „50 Дивизија 10 А. П. Фах 150, 1000 Скопје  
тел. (02) 3179 592 | е-пошта: [opm@opm.org.mk](mailto:opm@opm.org.mk)  
веб-сајт: [www.opm.org.mk](http://www.opm.org.mk)

ИЗВЕШТАЈ ЗА СПРОВЕДЕНИ АКТИВНОСТИ ВО 2019 г.

## СОДРЖИНА

<b>СПРОВЕДУВАЊЕ НА ПРОГРАМАТА ЗА ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА ВЛАДАТА НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА</b> .....	2
<b>I. АКТИВНОСТИ КОИ СЕ СПРОВЕДОА ПРЕКУ МИНИСТЕРСТВОТО ЗА ЕКОНОМИЈА</b> .....	2
<b>II. АКТИВНОСТИ КОИ СЕ СПРОВЕДОА ПРЕКУ АГЕНЦИЈА ЗА ХРАНА И ВЕТЕРИНАРСТВО</b> .....	6
<b>ПАРТНЕРСТВО МЕЃУ ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО И ДЕЛОВНИОТ СЕКТОР – РАЗВИВАЊЕ НА ИНОВАТИВЕН МОДЕЛ ЗА МОБИЛИЗАЦИЈА НА ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА – DIM</b> .....	7
<b>ПРОГРАМА ЗА ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА ГРАД СКОПЈЕ</b> .....	9
<b>МЕДИУМИТЕ – ПЛАСИРАЊЕ НА ВАЖНИ СОДРЖИНИ</b> .....	11
<b>ПОТРОШУВАЧКИ МАГАЗИН – АФИРМИРАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧКИ ТЕМИ ВО ЈАВНОСТА И ПРЕД МЕДИУМИТЕ</b> .....	13

# СПРОВЕДУВАЊЕ НА ПРОГРАМАТА ЗА ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА ВЛАДАТА НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

## I. АКТИВНОСТИ КОИ СЕ СПРОВЕДОА ПРЕКУ МИНИСТЕРСТВОТО ЗА ЕКОНОМИЈА

### **1. Презентација на новиот Закон за заштита на потрошувачите со директивите на Европската Унија преку организирање на семинар во Скопје**

Согласно агендата, темата која се обработи на првиот ден (08.10.2019) беше: „Презентација на Предлог Законот за заштита на потрошувачите со директивите на Европската Унија“. На овој настан присуствуваа голем број претставници од засегнатите државни институции, како и експертите кои работат на новиот Закон за заштита на потрошувачите. Учесниците на овој настан дискутираа за забелешките кои се упатени од страна на Секретаријатот за Законодавство со цел да се ревидираат и усогласат одредбите од Предлог законот со дадените забелешки. За време на настанот имаше конструктивна дискусија и дебата помеѓу сите учесници со цел да придонесат за унапредување и појаснување на текстот.



### **2. Презентација на Стратегијата за заштита на потрошувачите за 2019-2023 година преку организирање на семинар во Скопје**

Наредниот ден на 09.10.2019 година, на истото место се состанаа поканетите претставници кои посветија внимание на Предлог Стратегијата за заштита на потрошувачите за 2019-2023 година, со цел ревидирање на истата, согласно забелешките на Секретаријатот за европски прашања. На овој настан, дискусијата се водеше помеѓу Секретаријатот за Европски прашања, Министерството за Економија, Организацијата на потрошувачите на Македонија.

### 3. Подготовка и печатење на летоци и брошура за правата на потрошувачите согласно законската регулатива од областа на заштитата на потрошувачите

Во корелација со Активност бр. 3 од Програмата за заштита на потрошувачите на Министерството за Економија за 2019 година (заведена како „Подготовка и печатење на летоци и брошура за правата на потрошувачите согласно законската регулатива од областа на заштитата на потрошувачите“), се изготвија 3 летоци и една брошура и на следниве теми:

1. **„Што ни носи новиот Закон за услуги“** – летокот опфати неколку прашања: „Што е услуга; Што е давател на услуга; Што е примател на услуга; Кој ја врши функцијата на Единствената точка за контакт; Што им обезбедува Единствената точка за контакт на заинтересираните лица; Какви информации можат да обезбедат барателите на услугите, преку единствената точка за контакт; Кој врши надзор над спроведување на Законот за услуги и Кој врши инспекциски надзор над спроведувањето на Законот за услуги“.  
<https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/zakon-za-uslugi.jpg>
2. **„Што треба да знаете кога купувате производи“** – летокот ги опфати следните прашања: „Дознајте кои се вашите права во случај кога сте купиле неисправен производ; Кои права ги имате кога ќе купите несообразен производ; Сите гаранции подолги од две години за одделни својства или делови на производот се производствени гаранции“.  
<https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/Kupuvane-proizvodi-MK.pdf>
3. **„Правото да го замените купениот производ“** – летокот се однесува на членот 50 од Законот за заштита на потрошувачи, каде е дадено правото за замена на купен производ што не му одговара на потрошувачот.  
[https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/Pravo-za-zamena\\_MK-1-1.pdf](https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/Pravo-za-zamena_MK-1-1.pdf)
4. Брошурата: **„Правата на патниците кај Договорот за патување„** ги опфаќа следните прашања: „Кои се обврските на организаторот на патувањето; Во кои случаи организаторот може да ја зголеми договорената цена; Во кои случаи организаторот може да ја промени програмата за патување; Во кои случаи организаторот има право да го раскине; Правото на патникот на замена со друго лице, Правото на патникот на промена на датумот на поаѓање, Правото на патникот на намалување на цената, Кога патникот може да го раскине договорот без надомест (казнени пенали); Кога патникот треба му надомести дел од средствата на организаторот поради раскинување на договорот; Кои се правата на патникот, доколку организаторот неоправдано го откаже патувањето и каква е процедурата за приговори и жалби во однос на туристичките услуги.  
<https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2020/01/Turistichki-aranzhmani-mk.pdf>

Летоците и брошурата беа презентирани пред претставници на Министерството за економија со цел да се направи прес конференција. Во меѓувреме ОПМ истите ги постави на свој веб портал и пред новинарите со кои средба беше организирана во рамките на Програмата за заштита на потрошувачите од Градот Скопје.

<https://opm.org.mk/>, <https://www.facebook.com/organizacijanapotrosuvacitenamakedonija/>,  
<https://mia.mk/koi-se-vashite-prava-pri-patuvanje-so-avion/>, <https://time.mk/c/5c152dc747/koi-se-vasite-prava-pri-patuvanje-so-avion.html> , <https://grid.mk/c/Symxcm8BmGY-kCSoEScF/2020-01-04/koi-se-vashite-prava-pri-patuvanje-so-avion?>

#### 4. Поддршка на невладините организации за заштита на потрошувачите во советување на потрошувачите и други активности.

Организацијата на потрошувачите на Македонија - Скопје и останатите организации на потрошувачите со седиште во Охрид, Битола, Штип, Тетово и Кочани во текот на 2019 година извршија значаен број советувања, при што може да се заклучи дека бројот на вкупни совети не отстапува многу во споредба со минатата година.

Во периодот од јануари до декември 2019 година, остварени се **2707** советувања од кои 80,9% биле **телефонски**, 13,7% биле **лични советувања**, 3,1% биле преку **електронска пошта** или преку нашиот **фејсбук** профил. Советувањата по пат на регуларна пошта изнесуваат само 2,3% од вкупниот број советувања.



#### Советување по региони

Од вкупниот број советувања, **најголем дел (58 %) се оствариле на територија на Градот Скопје**. Во Советувалиштето на ОПМ во Скопје се евидентираат и поплаките од потрошувачите од други градови во РС Македонија (каде што нема потрошувачки организации), односно 199 потрошувачи од други градови се јавиле во советувалиштето во Скопје, а овие советувања учествуваат со 7% во вкупниот број дадени совети. Од друга страна, процентуално искажано, во вкупниот број совети се евидентира дека со 8% учествува ОП Охрид, со 8% учествува ОП Битола, со 8% учествува ОП Штип, а 11% од вкупниот број советувања се остварени од страна на Организацијата на потрошувачите на Кочани.



### **Анализа по категории**

Најголем број од поплаките се однесуваа на категоријата **производи**, од кои како најзастапени беа техничките производи, белата техника и производите во домот.

*Кога се во прашање со техничките производи*, најактуелни меѓу оштетените потрошувачи беа тие кои се однесуваа на мобилните телефони и телевизорите. Производи за кои се поднесени најголем број поплаки спаѓаат во категоријата: „бела техника“, и *во најголем дел* се однесуваа на машините за перење, инвертерите и фрижидерите, а како најзастапен *производ во домот* за кој се поднесени најголем број на поплаки е издвоен - мебелот.

Од категоријата **општо** во која потрошувачите ги пријавуваат проблемите со попустите, недоставените производи, барањето на информација и слично, најголем број поплаки се однесуваа на категоријата „*недоставен производ*“, односно се работи за ситуации кога на потрошувачите не им бил доставен нарачан и платен производ на време.

Од **услугите**, како најзастапени се издвојуваат *туристичките услуги* (од кои како највпечатливи беа случаите за изгубени куфери при трансфер со автобус).

Од **јавните услуги**, речиси од сите подкатегории имаше проблеми, од кои најзастапени беа *телекомуникациските услуги* (за сметки), *електрична и топлинска енергија* (за сметки и за застарени сметки).

Од **специјалистичките советувања**, најзастапени се проблемите со *осигурувањето*, додека поплаките за *храна и домување* беа сведени на минимум (имајќи го предвид фактот дека АХВ има бесплатна линија за поплаки и Одделение за заштита на потрошувачи). Иако бројката на поплаки за финансиски советувања беше мала, дел од советите се однесуваа на проблемите *кредитите*, *каматната стапка* и *трошоците за заверување кај нотар кои дополнително се наплатуваат*.

**6. Изработка на ИТ механизам за електронско водење на советувањата и статистичка анализа која ќе се користи во сите потрошувачки организации низ СРМ.**

Зголеменото користење на интернетот како канал за комуникација, создава потреба од развој на прилагодени он-лајн алатки за подобрување на комуникацијата со корисниците на услуги од Организацијата на потрошувачи на Македонија - ОПМ.

Преку новата онлајн алатка, развиена преку соодветен софтвер, ќе може да се воспостави подобар увид во анализата на советувања во секое време, а носителот на овој процес, ОПМ, ќе ги има на увид сите советувања кои се дадени во текот на годината со графички приказ.

Во таа насока, креирана е апликација за електронско поднесување поплаки од потрошувачи која е поставена на веб страната на ОПМ ([www.opm.org.mk](http://www.opm.org.mk)), [https://mantikor.mk/opm\\_temp/index-public.php](https://mantikor.mk/opm_temp/index-public.php)

Внеси поплака

Име Презиме --Пол--

Е-мај адреса Контакт телефон

--Град-- --Вид-- Компанија

Коментар

Прикачи релевантен документ (фискална сметка, фактура, договор или друго) Choose File No file chosen

Внеси поплака

© 2020. Организација на потрошувачи на Македонија

Апликацијата се состои од два дела.

Првиот дел претставува форма за поднесување поплаки која е од јавен карактер и до неа имаат пристап сите посетители на веб страната на ОПМ, преку линк поставен во десната колона.

Потрошувачот кој има потреба да поднесе поплака за одреден продукт или услуга, треба да се идентификува со лични

податоци, треба да го посочи трговецот/компанијата, да го опише видот на поплаката, да го опише текстуално својот проблем и да прикачи копија или фотографија од релевантен документ (фактура, фискална сметка, гаранција, фотографија од продукт и др.).

## II. АКТИВНОСТИ КОИ СЕ СПРОВЕДОА ПРЕКУ АГЕНЦИЈА ЗА ХРАНА И ВЕТЕРИНАРСТВО

Агенцијата за храна и ветеринарство, водејќи се од потребата за едукација на посебните популациони групи, по прашањата врзани за храната и исхраната, во соработка со ОПМ, реализираше проект во рамки на Програмата за заштита на потрошувачи од 2019 година.

Средношколската популација е една од почувствителните популациони групи, кога се работи за храната и исхраната. Избрани се теми кои се сметаат за мошне значајни и кои обработуваат прашања врзани за здравјето на оваа популациона група.

Брошурите се на темите:

1. **Правилна исхрана**, во која се обработени прашањата за тоа што значи правилна исхрана и како поздраво да се храниме, истовремено осврнувајќи се на одредени диети кои се

шират по социјалните мрежи, а средношколците ги користат, и истите може да предизвикаат несакани последици по здравјето на овие деца

<https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/11/Pravilna-Ishrana.pdf>

2. **Труења со храна и како да се постапи**, во која се обработени различните причинители кои преку храната може да предизвикаат труења, симптомите и како треба да се постапи во такви случаи.

<https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/11/Truenje-so-Hrana.pdf>

3. **Како треба да ја читаме нутритивните информации** (табели) од означувањето на прехранбените производи. Во оваа брошура се обработуваат практични примери како да се прочитаат овие информации, кои даваат податоци за хранливата вредност на прехранбените производи, и ќе им даде знаења на децата какви производи да изберат, а кави да одбегнуваат, бидејќи на оваа возраст тие стануваат активни потрошувачи.

[https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/11/Nutri\\_Citanje\\_MK.pdf](https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/11/Nutri_Citanje_MK.pdf)

Брошурите се поставени на веб страниците на АХВ и ОПМ, а ќе бидат поставени и на веб страницата на Бирото за развој на образованието.

Идејата е средните училишта да ги користат во предметната настава или проекти, со што средношколците ќе ги збогатат своите знаења и вештини на живеење во овие многу значајни области.

Презентацијата на овие едукативни содржини беше направена во просториите на АХВ пред претставници на средните училишта (наставници и ученици) кои беа активно вклучени во презентацијата и дискутираа на темите кои им беа претставени. Оваа активност треба да биде почеток на посериозна соработка со Бирото за развој на образованието и воопшто образовниот систем. Затоа од страна на ОПМ, како носител на овој проект, се повикани претставници и од Бирото за развој на образованието, Министерството за образование, претставници од град Скопје и од средни училишта во градот Скопје.

## ПАРТНЕРСТВО МЕЃУ ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО И ДЕЛОВНИОТ СЕКТОР – РАЗВИВАЊЕ НА ИНОВАТИВЕН МОДЕЛ ЗА МОБИЛИЗАЦИЈА НА ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА – DIM

ОПМ во текот на 2018 година продолжи со реализација на активностите во рамки на проектот „ПАРТНЕРСТВО МЕЃУ ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО И ДЕЛОВНИОТ СЕКТОР – РАЗВИВАЊЕ НА ИНОВАТИВЕН МОДЕЛ ЗА МОБИЛИЗАЦИЈА НА ФИНАНСИСКИ СРЕДСТВА“, спороведуван од страна на носителот на проектот Здружението за бизнис и консултантанти - Креација и Асоцијацијата за развојни иницијативи – Зенит.

Главна цел на овој проект е развивање иновативен модел за соработка на граѓанските организации со деловниот сектор. Поконкретно, да се изградат капацитети кај граѓанските организации кои ќе даваат услуги за сертифицирање на претпријатија за фер практики кон потрошувачите. При сертифицирањето ќе се зема предвид и влијанието на производите на претпријатијата врз животната средина.

Во рамките на овој проект беа изработени брошура за информирање на потрошувачите за ЕУ практики за заштита на правата на потрошувачите. Понатаму беше изработен документ за политики



каде беше анализирана правната рамка за можностите за колективна заштита на потрошувачите во РМ. Исто така беше изработена студија за колективна заштита како и прирачник за алтернативно решавање на спорови помеѓу трговците и потрошувачите. Беа организирани семинари и работилници за јакнење на соработката помеѓу сите заинтересирани страни.

*Проектот „Партнерство меѓу граѓанското општество и деловниот сектор – развивање иновативен модел за мобилизација на финансиски средства“. разви и промовира иновативен модел за соработка меѓу граѓанскиот и бизнис секторот преку **воведување сертификат за фер однос кон потрошувачите**, што го доделуваат граѓански организации како услуга насочена кон бизнис заедницата.*

*Воведувањето на моделот за соработка меѓу граѓанскиот и бизнис секторот се заснова на потребата за поттикнување и поддршка на бизнисите за подобрување на односот кон потрошувачите и доброволна примена на стандарди и норми за фер однос кон потрошувачите на видлив и препознатлив начин.*



На 31 Јули 2019 година, во Хотелот Александар Палас беше одржан настан за свечено доделување на сертификатот „Фер со потрошувачот,“. Овој сертификат се доделува на компании кои имаат јасно дефинирани правила за заштита на безбедноста и здравјето на потрошувачите, користат фер пазарни практики, применуваат спогодбено решавање поплаки и спорови, ја штитат приватноста на потрошувачите и се грижат за влијанието на производите врз животната средина. Со сертификацијата помагаме да се поттикне фер деловната пракса и да се воведат корпоративни кодекси за однос кон потрошувачите.

Настанот беше посетен од 46 сертифицирани компании кои успешно го поминаа процесот на сертифицирање, по инкорпорирање на препораките добиени од сертификацискиот одбор кој преку планови за подобрување предложи како компанијата да продолжи да ги унапредува своите фер практики кон потрошувачите. Покрај овие компании, на настанот присуствуваа и голем дел на

несертифицирани компании кои покажаа голем интерес за добивање на првиот тип на вакво признание на територија на Република Северна Македонија.

<https://es-es.facebook.com/FerSoPotrosuvacot/videos/572513026617890/>

<https://es-es.facebook.com/FerSoPotrosuvacot/videos/572513026617890/>

Повеќе информации за моделот на: [www.consumerfriendly.mk](http://www.consumerfriendly.mk), <http://fersopotrosuvacot.mk/>

## ПРОГРАМА ЗА ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА ГРАД СКОПЈЕ

ОПМ ја спроведуваше Програмата за заштита на потрошувачите на Град Скопје за 2019 – та година. Во продолжение наведени се дел од активностите на оваа Програма.

Анализа на проблемите на граѓаните беа согледани низ спроведените советувања и давање предлози до Советот за заштита на потрошувачи на Град Скопје за утврдување приоритети на делување

Во текот на месец ноември беше започнат процесот на составување на анкетниот прашалник согласно програмата одобрена од Советот за заштита на потрошувачите при Град Скопје. Како платформа за спроведувања на анкетата ја одбравме социјалната мрежа Фејсбук, од причина што најголемиот број потрошувачи се присутни и активни на оваа најголема светска мрежа, со преку 1 милион корисници кои за место на живеење ја имаат наведено нашата Република. Преку оваа дигитална алатка, Организацијата на потрошувачи се обиде да допре до што е можно поголем број испитаници со цел да се добијат значајни податоци за потрошувачките проблеми.

Анкетниот прашалник се состои од 20 прашања од кои првите 5 се значајни за добивање на информации од демографски карактер и статистички карактеристики на испитаниците. Во втората група прашања, испитаникот има повеќекратен избор како би се добила генерална слика за неговите потрошувачки потреби и преференции. Во следната група прашања, посебен акцент се става на искуството кое потрошувачите го имале со државните органи. Испитаниците, имаат можност да го искажат својот став за законските прописи и работата на државните институции одговорни за заштита на правата на потрошувачите. Во последниот дел од анкетниот прашалник, целта беше да се приберат што е можно повеќе податоци и евентуално примери на нефер практики со кои се соочиле потрошувачите при набавка на одреден производ или услуга.

Спроведената анкета преку претходно изработен прашалник ни овозможи да добиеме информации од јавноста, со цел да ги осознаеме размислувањата на потрошувачите. Истовремено одредени одговори ќе ни претставуваат патоказ за наредната година при одбирање теми за едукација и информирање на јавноста.

На прашалникот одговорија 367 лица, што претставува статистички примерок од кој можевме да добиеме значајни информации. Најголемиот дел од испитаниците припаѓаат на женскиот пол, а

најфреквентната возрасна група во прашалникот е со возраст од 18-25 години. Дури 55 % од вкупниот број на анкетирани се жители на скопскиот регион, додека најмал број на одговори се добиени од жители од полошкиот регион. Приходи од 12.000-20.000 денари месечно имаат дури 64 % од вкупниот број испитаници, а најмал е бројот на испитаници се со над 65.000 денари месечни приходи или 3.1 %.

Од прашалникот покрај другите се добија и следните позначајни информации:

1. Како клучен фактор при набавка на производ или услуга, потрошувачите го посочиле квалитетот со 51,5 %, додека на второ место е цената со 35,2 % и на трето место е брендот со даден приоритет при избор од 6,1 % испитаници.
2. Во доменот на услугите, кога се во прашање услугите за лични потреби се трошат најмалку парични средства и тоа 13,2 %, додека потрошувачката за јавните услуги (како на пример. телекомуникациите, електричната енергија, водостопанството) се на второ место. 80 % од испитаниците наведоа дека трошат до 10 % од својот буџет за онлајн набавки, а само 2 % од испитаниците трошат над 50 % од својот буџет преку купување на интернет.
3. Испитаниците наведоа дека во голема мера им веруваат на државните органи и имаат лесен пристап до законските прописи а како најчести негативни искуства со кои се сретнале при контакт со државни органи ги наведуваа: дискриминацијата, недостатокот на приемен број и печат, нељубезноста како и немање доволни информации каде да се обратат односно кој е надлежен државен орган за решавање на настанатиот проблем.
4. Најголем дел од испитаниците не го читаат целосно договорот пред да го потпишат (49 %) и не инсистираат да добијат фискална сметка (42,3 %). Овој податок е индикатор дека треба посебно внимание да се посвети на значењето на фискалната сметка и темелното читање на договорот кои во праксата на ОПМ се јавуваат како главен предизвикувач на потрошувачки проблеми.
5. Интересен е податокот од одговорите на прашањето „Дали знаете дека имате право да го вратите производот во рок од 15 дена со приложување на фискална сметка,“? Најголем број на потрошувачи (48 %) не го знаат ова потрошувачко право, додека 22,1 % испитаници се изјасниле дека го примениле ова право. Другиот дел испитаници имаат слушнато но не се сигурни во неговата примена.

Една од примарните мисии на нашата организација е едукација и инклузија на потрошувачите. Организацијата на потрошувачи во текот на целата година работи на креирање и издавање различни брошури и лифлети на актуелни теми преку кои се обидуваме да воспоставиме близок контакт со сите потрошувачи и да ги информираме околу нивните права.

За оваа година како едни од најпопуларните теми помеѓу граѓаните ги одбравме:

- **Фотоволтаичните системи** - <http://opm.org.mk/broshura-potroshuvachi-da-proizveduvame-i-troshime-zelena-elektrichna-energija/>

- **Енергетскиот сертификат за згради** - <http://opm.org.mk/broshura-shto-ni-kazhuva-sertifikatot-za-energetski-karakteristiki-na-zgradi/>

- Данокот на промет на имот - <http://opm.org.mk/3844-2/>

- Дигиталниот пазар. - <http://opm.org.mk/broshura-digitalen-pazar-internet-of-things/>



Соработниците на ОПМ се јавуваат како автори на овие кратки информативни брошури преку кои сакаме на потрошувачите да им ги доближиме новите трендови од доменот на јавната политика и приватниот сектор. Преку различни совети за тоа како најдобро да ги користат производите, услугите и сите останати аспекти од потрошувачка права, ги советуваме потрошувачите кој чекор да го преземат во ситуација кога нивните потрошувачки права можат да бидат нарушени.

Со цел да бидеме поблиску до потрошувачите, во месец Ноември се одржа промотивен настан во Скопскиот City Mall во склоп на програмата за заштита на правата на потрошувачи иницирана од Советот на потрошувачи на Град Скопје. Преку интерактивен квиз и директна комуникација со потрошувачите, беа промовирани 4 брошури кои можете да ги најдете на нашиот веб сајт <http://opm.org.mk/>.

На сите кои одговорија на прашањата на квизот им беа доделени маички со логото на Град Скопје кои беа направени за оваа намена.



## МЕДИУМИТЕ – ПЛАСИРАЊЕ НА ВАЖНИ СОДРЖИНИ

- За време на туристичките патувања за летото 2019 година добивме повик од „Слободен Печат“ за тековните настани поврзани со неповолните временски услови на Халкидики и ја

објавија следната статија: „ГРАЃАНИТЕ СЕ ЖАЛАТ: Туристичките агенции не го признаваат невремето во Грција

- ([https://www.slobodenpecat.mk/graganite-se-zhalat-turistichkite-agenczii-ne-go-priznavaat-nevremeto-vo-grcija/?fbclid=IwAR16Fbwqag\\_aoZl4K5mNRWpcO\\_cRKQqGmW-GwJ00Bu6god29EJXyqogS7\\_8](https://www.slobodenpecat.mk/graganite-se-zhalat-turistichkite-agenczii-ne-go-priznavaat-nevremeto-vo-grcija/?fbclid=IwAR16Fbwqag_aoZl4K5mNRWpcO_cRKQqGmW-GwJ00Bu6god29EJXyqogS7_8)“);
- Порталот мета.мк доби информации од нас за: „проблеми во меѓуградскиот автобуски превоз ги пласираше на својата веб страна(<https://meta.mk/problemi-so-me-ugradskite-avtobusi-da-se-pri-avuvaat-vo-organizaczi-ata-na-potroshuvachite/>)“. Истата статија беше објавена и на албанската веб страна Порталб.мк(<https://portalb.mk/611686-te-gijthe-qe-kane-problem-me-autobuse-te-transportit-nderurban-ta-paraqesin-rastin-interviste/>);
- Во однос на проблемите од финансиската област, конкретно за проблеми со финансиски друштва кои даваат брзи кредити, не контактираа новинарите од телевизијата Телма и спроведоа интервју на следната тема: „Финансиските друштво кои даваат брзи кредити вработуваат наплатувачи на долгови – дали овој начин на наплата е легален?(<https://telma.com.mk/finansiskite-drushtva-koi-davaat-brzi-krediti-vrabotuvaat-naplaturachi-na-dolgovi-dali-ovoj-nachin-na-naplata-e-legalen/> и [https://www.youtube.com/watch?v=wQBCcGqOEus&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=wQBCcGqOEus&feature=emb_title))“);
- „Зголемен број лажни наградни игри, да се внимава со личните податоци“ ([https://www.24.mk/details/zgolemen-broj-lazhni-nagradni-igri-da-se-vnimava-so-lichnite-podatoci?fbclid=IwAR1-sXg3OaouDNfc47a63OOYo\\_u6WHUWlpg4EQZ05NF7e7PeSbeh\\_uH81LE](https://www.24.mk/details/zgolemen-broj-lazhni-nagradni-igri-da-se-vnimava-so-lichnite-podatoci?fbclid=IwAR1-sXg3OaouDNfc47a63OOYo_u6WHUWlpg4EQZ05NF7e7PeSbeh_uH81LE));
- „Известување за потрошувачите, во кој случај туристичката агенција не е должна да им ги врати парите“;
- „Ранитал таблети и ранитидин шумливи таблети чиј производител е Лек Скопје и Хемофарм се повлекуваат од промет“ (<https://telma.com.mk/ranital-tableti-i-ranitidin-shumlivi-tableti-se-povlekuvaat-od-promet/?fbclid=IwAR0KWBTIK26alzDaafkS7R36k9MBoC6CiYzlfPUGAb73ucjo8DxQZeEobJU>);
- „Известување на Стопанска Банка АД Скопје за измама и лажно претставување“ (<https://www.stb.com.mk/novosti/vnimanie-se-isprakjaat-lazni-e-mail-poraki-vo-ime-na-stopanska-banka/>);
- „Известување и поучување во однос на правото на награда при купен производ“.
- „Објава на Министерството за Економија проследена на нашиот Инстаграм профил“;
- „Известување за потрошувачите за Субвенциите на Министерството за Економија“;
- „Важно известување за потрошувачите, за нивните права и тековните настани, како и на што да внимаваат превентивно“.
- Емисија Аграр емитувана на МТВ 1:
  - „Правилна исхрана,, емитувана на 29.12.2019 година
  - „Нутри Читање,, емитувана на 12.01.2019 година
  - „Заштита на интересите на потрошувачите,, емитувана на 19.01.2019 година
- „Кои се вашите права при патување со авион?,, – новинарски текст базиран на брошура од ОПМ
  - <https://mia.mk/koi-se-vashite-prava-pri-patuvanje-so-avion/>
  - <https://sitel.com.mk/koi-se-vashite-prava-pri-patuvanje-so-avion>
  - <https://opserver.mk/biznis/koi-se-vashite-prava-pri-patuvanje-so-avion/>

<https://tv21.tv/mk/koi-se-vashite-prava-pri-patuvane-so-avion/>

- “Јадете редовно, без брзање и во пријатна атмосфера,, – новинарски текст базиран на брошура од ОПМ  
<https://mia.mk/adete-redovno-bez-brza-e-i-vo-pri-atna-atmosfera/>  
<https://time.mk/r/c/22cb833629/>  
<https://www.alsat-m.tv/mk/%d1%98%d0%b0%d0%b4%d0%b5%d1%82%d0%b5-%d1%80%d0%b5%d0%b4%d0%be%d0%b2%d0%bd%d0%be-%d0%b1%d0%b5%d0%b7-%d0%b1%d1%80%d0%b7%d0%b0%d1%9a%d0%b5-%d0%b8-%d0%b2%d0%be-%d0%bf%d1%80%d0%b8%d1%98%d0%b0%d1%82%d0%bd/>
- „Внимавajte при купувањето на презентации во хотели и ресторани,, – новинарски текст базиран на брошура од ОПМ  
<https://mia.mk/vnimava-te-pri-kupuva-eto-na-prezentacii-vo-hoteli-i-restorani-mozhete-da-govratite-proizvodot-za-14-dena/>  
<https://time.mk/c/3a14605839/vnimavajte-pri-kupuvanjeto-na-prezentacii-vo-hoteli-i-restorani-mozete-da-go-vratite-proizvodot-za-14-dena.html>
- Излагање на Македонското Радио на 04.01.2020 година на тема „Застарување на долговите на јавните услуги,,
- Излагање на Македонското Радио на 06.01.2020 година на тема „Квалитетна и здравствено безбедна храна,,

Тимот на „Само прашај“ во неколку наврати покажа интерес и не побара да оствари контакт со цел да добие корисни информации од нашето советодавно биро и да ги пласира на својот портал, на фејсбук и на инстаграм. Како соработка со претходно наведените ги издвојуваме следните:

➤ Каде може да се пријави лице кое на црно врши трговска дејност?([http://samoprasaj.mk/1prasaj/1353-2019-04-25-13-56-35?fbclid=IwAR3iaT6qA1hxCLJGXSzW\\_4SKallQAwNb0SnBswpp4nyzoGao9tidmhzDHgs](http://samoprasaj.mk/1prasaj/1353-2019-04-25-13-56-35?fbclid=IwAR3iaT6qA1hxCLJGXSzW_4SKallQAwNb0SnBswpp4nyzoGao9tidmhzDHgs)); ➤ Каде можам да пријавам купен расипан апарат кој од салонот одбиваат да го сервисираат или заменат?(<https://www.youtube.com/watch?v=TqxYP020yQk>); ➤ Кои се моите права доколку кај купениот производ се појави недостаток?( <https://www.youtube.com/watch?v=k6bqEiUw6mY>)“.

За време на распродажбата и попустите за Црниот петок(Black Friday), не контактираа новинарите од 24 Вести и пристапија во нашата канцеларија каде направија интервју со правниот советник на темата: „Црн петок, лажни или реални попусти?(<https://24.mk/details/crnpetok-lazhni-ili-realni-popusti>) и [https://www.youtube.com/watch?v=Gy2n4KwIwew&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=Gy2n4KwIwew&feature=emb_logo))

## ПОТРОШУВАЧКИ МАГАЗИН – АФИРМИРАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧКИ ТЕМИ ВО ЈАВНОСТА И ПРЕД МЕДИУМИТЕ

Во рамки на Проектот „Писменост за вести и дигитална писменост - Справување со лажните вести“, што го спроведуваат Македонскиот институт за медиуми, Институтот за комуникациски студии и Институтот за медиуми и различности од Лондон, со финансиска поддршка од Европската Унија, финансиски средства доби и Организација на потрошувачите на Македонија. Во најголем дел проектот е наменет за издавање на е-магазин со цел да се поддржат потрошувачите во во

донесување информирани потрошувачки одлуки и во практикување на нивните потрошувачки права.

Од почетокот на проектот до сега, нашата организација има издадено 3 броеви на е-магазин (ЗИП), кој може да се најде на веб-страницата [www.opm.org.mk](http://www.opm.org.mk).

1 број – [https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/03/e-zip-opm\\_n01.pdf](https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/03/e-zip-opm_n01.pdf)

2 број – [https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/07/E-Bilten\\_OPM\\_No-2-4.pdf](https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/07/E-Bilten_OPM_No-2-4.pdf)

3 број – [https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/11/ZIP\\_No-3-FINALEN.pdf](https://opm.org.mk/wp-content/uploads/2019/11/ZIP_No-3-FINALEN.pdf)

Веб-страницата има зголемена посетеност во однос на минатата година а коментарите кои ги добивме од потрошувачите кои го прочитале магазинот се одлични и темите ги оценуваат како мошне корисни. По издавање на секој број, нашата организација спроведува и фејсбук кампања во која преку кратка анкета се дознаваат искуствата на потрошувачите на одредена тема. ОПМ креира листа на прашања кои соодветствуваат на 2 теми од еден број на магазинот и резултатите ги споделува во наредниот број на ЗИП преку графички прикази и наративни објаснувања.