

ZIP

Магазин за потрошувачи

ЗУП

Заштита на интересите
на потрошувачите

15 март
*Свејски ден
на потрошувачите*



Издава:

Организација на потрошувачите
на Македонија - ОПМ 2020 г.



Овој магазин е поддржан преку 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.

Содржините во магазинот се единствена одговорност на авторот и на Организацијата на потрошувачите на Македонија и во никој случај не може да се смета дека ги одразуваат ставовите на Европската Унија.

Главен и одговорен уредник:
Татјана Тасевска

Извршен уредник:
Марјана Лончар Велкова

Раководител на проектот:
Сања Поповска Василевска

Соработници на одредени теми:
Јадранка Дабовиќ Анастасовска
Лидија Петрушевска Този
Александар Николов
Искра Јаконова Стојановска
Зоран Живиќ
Ката Стојановска

Дизајн:
ГЛОБАЛ Комуникации

Адреса:
Ул. 50 Дивизија 10А Скопје

СОДРЖИНА

Светски ден на потрошувачките права во 2020 – одржлив потрошувач	3
Барањата на потрошувачките организации	6
Бесконтактно плаќање – што треба да знаете?	9
Дознајте кои информации за вас ги имаат давателите на кредити	13
Каква е безбедноста на производите купени онлајн?	15
Од советувашиштето на ОПМ	18
Проблеми со кои се соочуваат потрошувачите	20
Како да им се обезбедат на пациентите вистински информации за да донесат одлуки	24
Супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција (ендокрини нарушувачи)	28
Интервју АХВ	31
Сертификат за фирми „ФЕР СО ПОТРОШУВАЧОТ“	33

ОДРЖЛИВ ПОТРОШУВАЧ

(ОБЈАВА НА СВЕТСКАТА ПОТРОШУВАЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА)

Глобална криза на животната средина

Потребно е итно да се дејствува за да се справиме со глобалните кризи поврзани со климатските промени и загубата на биолошката разновидност. За да го направиме тоа, потребно е да се намалат емисиите на стакленички гасови, отпадот и употребата на ресурси од сите сектори.

Во моментов се потпираме на модел на економски раст што е зависен од фосилните горива и употребата на ресурси, а кој создава високо ниво на отпад. Од витално значење е да го промениме нашиот модел на потрошувачка и тоа да го сториме на начин кој ќе ја поддржува борбата со предизвици како што се сиромаштијата, гладта, нееднаквоста, лошото здравје и несоодветното домување. Овие проблеми им нанесуваат штета на заедниците ширум светот, а најтешко се чувствуваат на глобалниот југ - каде климатските промени имаат најголемо влијание.

- Се прогнозира дека нема да го исполниме Парискиот договор за одржување на



порастот на температурата на ниво од 1,5°C и дека нема да ги оствариме целите за одржлив развој.

- Денот на надминување на ресурсите - денот од годината кога ги исцрпуваме ресурсите кои Земјата ќе ги создаде во таа година - се поместува се порано и порано. Во 2019 г. беше на 29 јули.
- Ако не дејствуваме, над 700 милиони луѓе ќе бидат раселени до 2030 година заради недостиг на вода.
- 30-40% од целата храна произведена ширум светот се губи или се фрла, што непотребно ја оптоварува животната средина.
- Од целокупната пластика произведена досега во светот, рециклирани се само 9%, 79% се во депонии или во животната средина и 12% се согорени, а тоа влијае на загадувањето на морињата и биолошката разновидност.

- Домородните копнени видови опаднале за најмалку 20%. Загрозени се повеќе од 40% од водоземните видови,

скоро 33% од коралите кои формираат гребени и повеќе од третина од морските цицачи.

Ова е глобален предизвик за кој се потребни координирани и глобални решенија. Како глобално движење на потрошувачи, можеме да одиграме важна улога. Поттикнувањето на потрошувачите да трошат одржливо е од витално значење, како и обезбедувањето на вистинска инфраструктура и избор.

Моќта на потрошувачите

Како поединци, или потрошувачи, имаме огромна моќ со изборите кои ги правиме при купувањето, при употребата на производите и нивното одлагање. Исто така, можеме да влијаеме врз целиот систем (од производство, преку пакување па се до одлагање), така што ќе бараме повеќе од постојните синџири на снабдување и ќе апелираме за поодржливи производи и услуги.

Одржлив потрошувач

Светскиот ден на правата на потрошувачите ќе се насочи кон вклучување и овозможување на потрошувачите да прават одржливи избори потребни за исполнување на целите за одржлив развој.

ЦЕЛ НА СВЕТСКИОТ ДЕН НА ПРАВАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

15 март е Светски ден на потрошувачките права, годишен повод за славење, влијаење и гло-

бална солидарност. Секоја година го одбележуваме денот со заедничко здружување за да истакнеме и да ја подигнеме свесноста за проблем кој е важен за потрошувачите ширум светот. Светскиот ден на потрошувачките права е нашата шанса да го оствариме најголемото можно влијание. Работејќи заедно, нашите гласови кои повикуваат на промена се далеку помоќни отколку поединечно.

ТЕМА НА СВЕТСКИОТ ДЕН НА ПОТРОШУВАЧИТЕ 2020

Одржлив потрошувач

Кога секој би живеел според животниот стил на просечна личност од Западна Европа, би ни биле потребни три планети за да нè издржуваат. Во меѓувреме, околу една милијарда луѓе живеат во екстремна сиромаштија, без пристап до потребниот минимум за пристаен квалитет на живот.

За да ја заштитиме планетата и да обезбедиме фер социјални услови за сегашните и идните генерации, треба да размислиме за начинот на кој произведуваме и трошиме производи и услуги. Целта на одржливата потрошувачка е да се зголеми ефикасната употреба на ресурсите и фер трговијата, истовремено помагајќи да се ублажи сиромаштијата и да се овозможи секој да ужива во добар квалитет на живот со пристап до храна, вода, енергија, лекови и други добра.

Одржливата потрошувачка е важен аспект на целите за одржлив развој.



„Бидејќи одржливата потрошувачка и производство има за цел да се прави повеќе и подобро, со помалку, благосостојбата од економските активности и квалитетот на живот може да се зголеми со намалување на употребата на ресурси, деградирањето и загадувањето на животната средина во текот на целиот животен циклус на производите. Исто така, потребно е да се зема предвид функционирањето на синџирот на снабдување, вклучувајќи ги сите - од производителот до крајниот потрошувач. Ова вклучува едукација на потрошувачите за одржлива потрошувачка и начин на живот, обезбедување соодветни информации за нив преку стандарди и етикети и, меѓу другото, практикување одржливи јавни набавки.“

Но, одржливата потрошувачка треба да биде полесната опција, а не да се сведува само на можност потрошувачите да изберат кои производи ќе ги купат. Треба да работиме за да обезбедиме дека производителите, трговците и креаторите на јавните политики прават сè што можат за производите да бидат безбедни, трајни и ефикасни во однос на ресурсите кои ги трошат. Тоа е примарната цел, а дури потоа следи целта на потрошувачите да им се даваат јасни и веродостојни информации кои им би помогале при нивниот избор.



КОИ СМЕ НИЕ?

Ние веруваме во свет во кој секој има пристап до безбедни и одржливи производи и услуги. Обединуваме над 200 организации-членки во повеќе од 100 држави за да ги зајакнеме и застапуваме правата на потрошувачите насекаде. Ние сме нивниот глас во меѓународните

форуми за креирање политики и на глобалниот пазар за да се осигуриме дека се третирани безбедно, фер и чесно.

Ние сме независни од деловните субјекти и од политичките партии. Работиме во партнерство и вршиме влијание со нашиот интегритет, упорност и страст за постигнување опипливи резултати.

Consumers International. Заедно за промена!

<https://www.consumersinternational.org/>

Организација на потрошувачите на Македонија е членка на Светската потрошувачка организација (Consumers' International) и се вклучува во активностите на оваа организација.

БАРАЊАТА НА ПОТРОШУВАЧКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Европската организација на потрошувачите (BEUC) е организација од 45 независни потрошувачки организации од 32 европски земји. ОПМ е членка на оваа организација од 2000 година. Мисијата на BEUC е да ги промовира интересите на потрошувачите пред креаторите на политиките во Европската унија во областите кои ги засегаат стратешките приоритети на членките на BEUC.

Во Меморандумот на BEUC упатен до Претседателството на Советот на министри на ЕУ, кој во наредните шест месеци ќе биде предводен од Хрватска, поместени се стратешките приоритети на членките на BEUC, а тие се од круцијално значење за потрошувачите. Имено, BEUC упати конкретни предлози на кој начин Хрватското претседателство може да работи за подобра политика за заштита на потрошувачите. Потрошувачките организации очекуваат Европската комисија да ги усвои овие препораки и преку својата политика да ги имплементира, а особено оние кои се однесуваат на т.н. Зелен договор на ЕУ (Green Deal).

Посакувајќи успешно претседателство на Хрватска, BEUC во Меморандумот ги споменува следниве приоритети:

- Европски Зелен договор. Мерките за борба против климатските промени не можат успешно да се применуваат без учество на европските потрошувачи, а одржливите производи и услуги треба да бидат достапни и прифатливи за потрошувачите.
- Групни спорови за заштита на потрошувачите. Преговорите за унапредување на законската регулатива, вклучително и акциите на колективна заштита на интересите на потрошувачите, треба да бидат што побргу завршени. Резултатот од оваа завршица треба да им овозможи на здруженијата на потрошувачи да ја користат тужбата за колективна компензација низ цела ЕУ, со цел изрекување казни за трговците кои ги измамуваат потрошувачите.
- Европски поглед на вештачката интелигенција. Потрошувачите треба да имаат корист од вештачката интелигенција, а не да бидат изложени на ризици.
- е-приватност. Финализирањето на работата за унапредување на правната рамка за е-приватноста претставува приоритет. Оваа регулатива треба да води кон повисоко ниво на заштита на приватноста на потрошувачите при електронските комуникации и треба да е комплементарна со регулативата на ЕУ за заштита на податоците (General Data Protection Regulation - GDPR).
- Пристап кон иновативни лекови. Предлогот за донесување на правна регулатива за проценка на здравствените технологии (Health Technology Assessment) се стреми да им помогне на владите да ги насочат ограничените буџети за здравствена заштита кон лекови и медицински помагала кои имаат докажана терапевтска вредност.

- Финансиски услуги. Донесувањето на Директивата за ризични, односно нефункционални кредити и ревидирањето на Директивата за осигурување од граѓанско-правна одговорност во поглед на употребата на моторни возила, треба да резултираат со подобри финансиски услуги за потрошувачите.

GREEN DEAL - ШТО ПРЕДВИДУВА ЗЕЛЕНИОТ ДОГОВОР НА ЕУ

Во декември 2019 година Европската комисија го претстави Европскиот зелен договор, кој предлага мерки за справување со климатските промени и воопшто со предизвиците поврзани со животната средина. Мерките се насочени кон снабдување со чиста, достапна и сигурна енергија, изградба на градби кои ќе бидат енергетски поефикасни, креирање систем за производство и снабдување со храна кој ќе биде наклонет кон животната средина. Развиен е и акциски план за циркуларна економија и политика за одржливи хемикалии без штетни влијанија. Зелениот договор поаѓа од фактот дека потрошувачите се погодени и уште повеќе ќе страдаат од влијанието кое климатските промени го имаат врз нивниот секојдневен живот. Меѓу негативните последици се здравствените закани кои се јавуваат како резултат на зголеменото загадување на воздухот, повисоките трошоци на живот поврзани со зголемувањето на цените на храната, енергијата и транспортот и загрозената безбедност на храната. За да се направи пресвртница, потребни се системски промени во начинот на размислување, производство и консумирање. Во моментот, не се поттикнува систематски одржливата потрошувачка. Потрошувачите кои би сакале да живеат со примена на практики на поодржливо консумирање, честопати мора да плаќаат по-

веќе за да го сторат тоа. Распространетоста на погрешни и заведувачки информации за одржливоста на производите доведува до незадоволство и демотивирање за купување на вакви производи.

ШТО Е ПОТРЕБНО ЗА ДА УСПЕЕМЕ?

- Одржливи финансиски услуги: Итно треба да се зголеми транспарентноста и свеста на потрошувачите за климатските влијанија на финансиските производи. Треба да се поттикне поголема и подобра понуда на финансиски производи наменети за инвестиции кои се пријателски кон животната средина, кои мора да им станат достапни на потрошувачите. Исто така, мора да се олесни пристапот до добри и одговорни финансиски решенија за



енергетски ефикасни инвестиции (на пр. за реновирање на куќи или инсталација на топлински пумпи), а воедно треба да се обезбеди потрошувачите да се потпираат на веродостојни финансиски совети што ги земаат предвид и критериумите за влијанијата врз животната средина, социјалното опкружување и доброто управување.

- Одржлива мобилност: Итно треба да биде зајакнат јавниот транспорт, а исто така треба да биде императив и користење на електрични возила. Потребно е да се намали испуштањето на јаглород диоксид во патничкиот

сообраќај, а потрошувачите треба да бидат подобро информирани за влијанието кое врз животната средина го имаат нивните автомобили. Керозинот треба да се оданочува согласно вистинските трошоци, имајќи го предвид влијанието кое авио-превозот го има врз животната средина и климата, а приходите од ваквото оданочување треба да се реинвестираат во железнички и јавен превоз. Унапредувањето на правата на патниците ќе помогне железничкиот превоз, кој има помало негативно влијание врз животната средина, да стане попривлечен за потрошувачите.

- Одржливо домување: Треба да ја подобриме енергетската ефикасност на градбите кои сега учествуваат со најголем удел во потрошувачката на енергија во ЕУ.

Со оглед на тоа што 45% од вкупната потрошувачка на енергија за греење и ладење во ЕУ се користи во домувањето, потребно е помасовно реновирање, премин кон обновливо греење и ладење, и употреба на најефикасни производи и уреди.

- Одржлива храна: ЕУ гледа голем потенцијал во мотивирањето на потрошувачите да се хранат со храна при чие производство се создаваат ниски емисии на стакленички гасови. За да им се овозможи на потрошувачите да купат здрава храна на здрава планета, итно треба да се зголеми транспарентноста на информациите во врска со влијанијата на храната врз климата и одржливоста. Сепак, информирањето е почетен чекор, кој треба да биде придружен и со соодветна ценовна политика за ваквата храна да биде достапна за повеќе потрошувачи.

- Стратегија за одржливост во однос на хемикалиите: Силна политика за одржливост на хемикалиите на ЕУ која вклучува одржлива употреба на ресурсите и заштитата на здравјето на луѓето ќе бидат од суштинско значење за постигнување на целите на Европскиот зелен договор. Итно се потребни нови решенија за тоа како ЕУ може да ја минимизира опасноста од изложеноста на потрошувачите на штетни хемикалии, вклучително и интегрирана политика за хемикалии во производите, подобра заштита на ранливите групи и нивната изложеност на хемикалии.

- Разбирливи информации за потрошувачите за одржливоста на производите и услугите:

Потрошувачите треба да добијат јасни и точни информации што им овозможуваат да направат одржлив избор, на пример информации за животниот век на производот и / или неговото влијание врз животната средина.

- Мерки за борба против производителите кои намерно ги застапуваат производите, како и за остварување на можноста за поправка и ажурирање – особено во врска со електронски производи и производи поврзани на интернет.
- Мерки за борба против нечесните бизнис практики кои ги измамуваат потрошувачите во врска со наводно позитивно влијание на производите и услугите во поглед на животната средина.

Потрошувачките организации реагираа дека остварувањето на Европскиот зелен договор ќе биде инклузивно и фер за сите потрошувачи. Мора да се обезбедиме дека потрошувачите нема да плаќаат еднострано и нема да го носат товарот за прилагодување на нивниот животен стил.



БЕСКОНТАКТНО ПЛАЌАЊЕ ШТО ТРЕБА ДА ЗНАЕТЕ?

Што е бесконтактно плаќање?

Бесконтактната технологија е поинаков начин на кој што вашата картичка или мобилен телефон може да комуницира со продажниот терминал на трговецот. Можноста за бесконтактно плаќање е карактеристика која што е вклучена во сè поголем број на дебитни, кредитни и при-пејд картички.

Дури и некои од мобилните телефони може да се конфигурираат да вршат бесконтактно плаќање. Мобилните може да ги содржат податоците од повеќе бесконтактни картички во виртуелен „паричник“, дозволувајќи да изберете која картичка сакате да ја употребите.

Технологијата која што го овозможува бесконтактно користење на картичките или мобилниот телефон е наречена комуникација на кратка далечина (NFC – near field communication). Кај овој начин на трансакција, картичката или мобилниот телефон комуницира со платежниот терминал со помош на радио сигнал.

Со бесконтактните картички и мобилните телефони платежната трансакција се врши со ед-



ноставно држење на картичката или мобилниот телефон блиску до означеното место за исплата на трговскиот терминал. Терминалот ќе светне, или, пак, ќе даде звучен сигнал за да му даде до знаење на потрошувачот дека трансакцијата е завршена.

Кои се предностите на бесконтактно плаќање?

Со бесконтактно плаќање може да се забрза плаќањето, намалувајќи го чекањето во редици. Истовремено, бесконтактните плаќања ги имаат истите функционалности како стандардните плаќања со картички што имаат чип и ПИН.

Електронско плаќање е уште полесно благодарение на бесконтактно плаќање. Во случај на



Каде можам да ја користам оваа функционалност?

Технологијата за бесконтактно плаќање е воведена во повеќе земји, каде што е достапна во различни малопродажни објекти, продажни автомати, паркиралишта, во возила и објекти на јавниот превоз, итн. Само побарајте ја ознаката за бесконтактно плаќање за да

трансакции со ниска вредност, бесконтактно плаќање може да го направи носењето на ситни пари работа од минатото.

Како да знам дали имам бесконтактно плаќање на мојата картичка или мобилен телефон?

Картичката со оваа функционалност изгледа исто како стандардната картичка што има чип и ПИН, но нејзиниот дизајн содржи едно или повеќе бесконтактни логоа. Бесконтактните картички обично ја содржат следнава ознака.

Можноста за бесконтактно плаќање може да биде интегрална карактеристика на платежната картичка или мобилен телефон, или да биде дополнително додадена функција на одделна картичка или мобилен телефон. Бесконтактно плаќање е секогаш врзано со трансакциска сметка (на пр. со сметка на кредитна или дебитна картичка). Ако сакате да ја користите функционалноста на бесконтактно плаќање, за деталите како да го направите тоа можете да се обратите до вашата банка или издавач на платежна картичка.



знаете дека оваа функционалност е овозможена.

Симболот за бесконтактни плаќања го означува местото на платежниот терминал во чијашто близина треба да ја држите вашата картичка или мобилен телефон.

Колку е безбедна оваа технологија?

Бесконтактните платежни картички ги имаат истите предности на стандардните платежни картички со чип и ПИН и трансакциите се обврстуваат преку истите безбедни мрежи.

Слични безбедносни мерки се употребуваат и кај бесконтактните плаќања преку мобилни телефони.

За дополнителна безбедност, вашата банка или издавач на платежна картичка го ограничува износот што можете да го потрошите со бесконтактно плаќање, а без притоа да ви биде побарано внесување на ПИН, шифра за мобилен телефон или отпечаток од прст. За трансакции над овој износ, ќе биде побарано од вас да внесете ПИН или шифра за мобилен телефон, или да го употребите читачот на отпечатоци од прсти на мобилниот телефон. Иако плаќањата со ниска вредност со бесконтактните картички обично не бараат внесување на ПИН, после одреден број на трансакции системот може да побара да го внесете вашиот ПИН во продажниот терминал, за да се изврши проверка на идентитетот, односно да се осигура дека овластениот корисник е тој што ја прави исплатата со бесконтактната картичка или мобилен телефон, и да се спречи измама.

И покрај овие безбедносни мерки што се применуваат кај бесконтактните плаќања, секогаш е потребно да ги заштитите вашиот ПИН, шифра за мобилен телефон и други безбедносни инфор-

мации. Ако ја изгубите или ви биде украдена вашата картичка или мобилен телефон, препорачливо е тоа веднаш да го пријавите кај вашата банка или издавачот на вашата картичка.

При измами или несакани трансакции правото на Европската унија го ограничува износот што може да биде наплатен од потрошувачот на 50 евра. Предложениот нов македонски закон за платен промет ќе овозможи уште подобра

заштита за потрошувачот. Доколку предлог законот биде донесен, максималниот износ што при вакви трансакции ќе може да биде наплатен од потрошувачот ќе биде 1.200 денари. Банките и издавачите на платежни картички може да им понудат на нивните корисници уште подобра или целосна заштита за одговорноста при измами.

Веројатноста со бесконтактна картичка да се направи двоструко плаќање на платежните терминали во малопродажбата е мала, бидејќи терминалот мора да биде претходно подготвен за секоја трансакција – било од страна на касиерот или од ваша страна доколку се работи за терминал со самопослужување. Исто така, ризикот за да иницирате несакана бесконтактна трансакција е минимален, бидејќи картичката или мобилниот телефон мора да бидат само неколку центиметри оддалечени од платежниот терминал.

Сепак, според одредени истражувања постојат начини со кои може да се надмине ограничувањето на износот до кој може да се направи бесконтактно плаќање без внесување на ПИН, или неовластено да се прочитаат повеќе лични податоци од бесконтактната картичка, вклучи-



телно и бројот и видот на картичката, името на сопственикот на картичката, банката што ја издала, датумот до кој картичката е валидна, и во некои случаи и податоци за состојбата на сметката. Со овие податоци можно е да се креира копија на вашата картичка која, во теорија, ќе може да се искористи за злоупотреба на вашите средства на постари банкомати, платежни терминали или сајтови со недоволни безбедносни проверки.

Како да се заштитите од измама со бесконтактни плаќања

- Користете паричници што блокираат радио сигнали што ги емитуваат бесконтактните картички (RFID сигнали), вакви држачи за картички или чувајте ги вашите бесконтактни картички во неколку листа подебела алуминиумска фолија со цел да спречите нивно користење без ваше знаење.
- Внимавајте да не ги носите со себе вашиот ПИН, шифра за мобилен телефон и други безбедносни информации. Доколку ваквите безбедносни информации ги чувате, на пример, во вашиот паричник или чанта заедно со картичките или мобилниот телефон, го зголемувате ризикот да бидат направени неовластени плаќања доколку

го изгубите паричникот или чантата, или, пак доколку ви бидат украдени.

- Ако се сомневате во измама или забележите некакви неправилности или проблеми, веднаш контактирајте ја вашата банка или издавачот на платежната картичка. Тие ќе ви ги дадат потребните информации, вклучувајќи го максималниот износ на средства за кои ќе бидете одговорни при измама или несакани трансакции, а може да ве информираат и како да побарате надомест во таков случај. Можете да го прашате издавачот на вашата картичка и за максималниот износ што можете да го платите бесконтактно.
- Доколку не сакате да го користите овој начин на плаќање, од издавачот на



вашата картичка можете да побарате да ви даде платежна картичка без бесконтактна функционалност. Исто така, ја имате опцијата да ја активирате и деактивирате опцијата за бесконтактно плаќање на вашиот мобилен телефон. Што и да се одлучите, користењето на бесконтактниот метод на плаќање е ваш избор.

ДОЗНАЈТЕ КОИ ИНФОРМАЦИИ ЗА ВАС ГИ ИМААТ ДАВАТЕЛИТЕ НА КРЕДИТИ

Дали ви се случило да побарате кредит или кредитна картичка во некоја од нашите банки, или да сакате да купите телевизор со картичка за попусти на одреден трговец, и да бидете одбиени поради кредитна презадолженост, иако вие не сте сигурни на што точно тоа се однесува? Реагирајте и велите дека немате друг кредит, но службеникот крева раменици и ве известува дека на информацијата преземена од Македонското кредитно биро стои дека имате некаков долг кој подолго време не е подмирен. Кредитот ви е неопходен и размислувате што понатаму, односно како дојдете до информација на што конкретно се однесува вашата презадолженост. Секако, не ни помислувате дека во кредитното биро постојат податоци и за неплатени сметки за телефон или струја, дека можеби не сте платиле данок или сте биле некому жирант.

Доколку сакате да проверите кои информации за вашата лична кредитна историја ги имаат давателите на кредити, можете да побарате сопствен извештај од Македонското кредитно биро. Извештајот овозможува да се провери дали и каде едно физичко лице има обврски по основ на кредити, жирантства, дозволено пречекување на трансакциски сметки, платежни картички, даноци, телекомуникациски

услуги, услуги од областа на енергетиката, комунални давачки, обврски по основ на користење на други услуги, како и да се провери историјата на доцнења на секоја обврска поединечно во период од последните 24 месеци. Податоците за изработка на извештајот Македонското кредитно биро ги собира од банки, осигурителни друштва, друштва за финансиски лизинг, штедилници, други даватели на кредити, финансиски друштва, телекомуникациски оператори, снабдувачи со електрична енергија, комунални претпријатија, локални самоуправи, нотари и извршители.

Сопствениот извештај се бара онлајн на сајтот mkb.mk со отворање личен кориснички профил или во просториите на Македонското кредитно биро во Скопје со лична карта на лицето кое го бара извештајот или со полномошно заверено на нотар.

Извештајот чини 350 денари, а се издава во хартиен или електронски облик.

Во продолжение е даден пример на сопствен извештај.

Освен сопствен извештај, Македонското кредитно биро ви нуди и услуга АСИС (Алармен систем за известување на субјекти), со која по електронска пошта ве информира при промени во вашето лично



ЛИЧНИ ПОДАТОЦИ

Име и презиме:

Адреса:

ЕМБГ:

БЛОКАДА НА ТРАНСАКЦИСКА СМЕТКА

Евидентирана блокада на трансакциска сметка: **ДА**

Континуирани денови на блокада на трансакциска сметка: **3062** од датум: **27.04.2010** година

Информации за активна блокада на трансакциска сметка:

Предмет	Банка	Број на сметка	Износ	Основ	Датум
18892	Охридска банка А.Д. Охрид	5305000108...	32860.00	Налог за извршување од Извршител	27.04.2010
18987	Охридска банка А.Д. Охрид	5305000108...	18440.00	Налог за извршување од Извршител	10.05.2010
23285	Охридска банка А.Д. Охрид	5305000108...	15520.00	Налог за извршување од Извршител	17.12.2010

КРАТОК ПРЕГЛЕД НА ОБВРСКИ

Активни кредити: 1	Кредити во доцнење: 1	Износ на долг: 9000.00
Активни трансакциски сметки: 1	Трансакциски сметки во доцнење: 1	Износ на долг: 20446.00
Активни кредитни картички: 0	Кредитни картички во доцнење: 0	Износ на долг: 0.00
	Останати обврски: 0	Износ на долг: 0.00
		Вкупен износ на долг: 29446.00

Преглед на обврски во доцнење:

Вид на обврска	Обврска во	Идентификатор	Износ на долг	Статус	Дат. на промена
Кредит	Штедилница Мојности Доо	0461003...	9000.00	Доцни	31.07.2018
Денарска трансакциска сметка	Стопанска банка АД Скопје	003058...	20446.00	Доцни	31.08.2018

Месечна изложеност: 8985.00

Потенцијална месечна изложеност како жирант / кокредитобарател: 0.00

кредитно досие. Со претплата од 3, 6 или 12 месеци, која чини 300, 450 или 600 денари, Македонското кредитно биро ќе ви испраќа пораки за:

- создавање или затворање на ваша финансиска обврска (кредит, кредитни картички, дозволено пречекорување на трансакциска сметка и сл.)
- ваше пријавување или одјавување како жирант или кокредитобарател,
- активирање на вашата улога на жирант или кокредитобарател
- блокирање или деблокирање на ваши сметки или картички
- ваши неплатени обврски со доцнење од 30-60 денови, 60-90 денови, и над 90 денови.

Доколку во сопствениот извештај или во извештај од Македонското кредитно биро што ви го дала банката забележите неточни, застарени или непотполни податоци, можете да побарате нивна корекција со поднесување Барање за исправка – дополнување на податоци. Ваквото барање Македонското кредитно биро ќе го проследи до Давателот на податоци од кого потекнува спорниот податок. Во периодот од приемот на ваквата рекламација во Македонското кредитно биро па до нејзиното разрешување сите извештаи кои ќе ги добиваат за вас вашите потенцијалите кредитори ќе содржат информација дека обврската за која е поднесена рекламацијата е оспорена.

КАКВА Е БЕЗБЕДНОСТА НА ПРОИЗВОДИТЕ КУПЕНИ ОНЛАЈН?

Две третини од 250 производи купени онлајн, паднаа на тестовите за безбедност на потрошувачките организации. Имено, шест потрошувачки организации од мрежата на Европската организација на потрошувачите (BEUC) тестираа 250 електрични уреди, играчки, козметика и други продукти купени од онлајн продавници, како што се Amazon, AliExpress, eBay и Wish. Тие ги проценија ризиците од производите и открија дека 66% од нив ги прекршуваат правилата за безбедност на ЕУ со можни последици како што се електричен удар, пожар или задушување.

Безбедносните тестови открија нефункционални вградливи аларми за чад и јаглерод моноксид, играчки што содржат хемикалии 200 пати над дозволените граници, или батерии за телефони и таблети кои се топат за време на

употребата. Во некои случаи, употребата на вакви производи може и да го загрози животот на потрошувачите.

Иако интернет продавниците честопати ги привлекуваат производите кога ќе бидат информирани за недостатоците, тие повторно се појавуваат. Еден од најголемите проблеми е што сајтовите за продажба не сметаат дека се одговорни за безбедноста на производите што се продаваат на нивните платформи и затоа се чини дека однапред не ја контролираат доволно кредибилноста на продавачите.

Моник Гојенс, генерален директор на Европската организација на потрошувачите (BEUC), вели:

„Тестовите на потрошувачките организации покажуваат дека купувањето на интернет не е



толку безбедно како во конвенционалната трговија. Продажните сајтови не успеваат да ги спречат опасните производи да се појават на нивните страници. На пример, ако купите детектори за чад што не можат да го детектираат чадот тоа може да резултира со трагични последици.“

„Потрошувачките организации во повеќе наврати имаат реагирано до интернет продавниците за небезбедните производи, по што продажните места ги отстрануваат огласите за овие производи. Но, ова не може да стане начин на работење што ќе ја зачува безбедноста на потрошувачите, бидејќи повторно се појавуваат слични или нови опасни производи“.

„Време е ЕУ да бара одговорност од интернет продавниците за опасни производи што се продаваат на нивните страници, а властите да ги стават под поголема контрола. Во иднина, ова треба да ги направи сајтовите претпазливи и да ги спречи потрошувачите да бидат изложени на небезбедни производи, што би бил најефикасен начин за нивна заштита“.

При тестирањето, производите прво биле визуелно прегледани. Во некои случаи, ова било доволно да бидат прогласени за небезбедни. На пример, играчки со лабави компоненти или дуксери за деца со врвки кои се премногу долги. Повеќето производи, како што е пластична кукла со остар мирис, барале подетални испитувања. Поради тоа, разновидни производи како накит, аларми за чад и светилки за новогодишни елки биле тестирани во лабораторија. Еве некои од наодите:

- Одредени УСБ полначи, патнички адаптери и батериски уреди за полнење други батерии покажувале ризик од прегревање или електричен удар. Биле тестирани по 12 производи во секоја од овие три категории (вкупно 36). Три четвртини од производите не ги поминале тестовите за електрична безбедност. Тестираните производи честопати биле евтини, од непознати брендови или небрендирани.

- Некои пластични играчки за бебиња и деца не ги исполнувале законските ограни-



чувања на хемискиот состав. 29 играчки биле тестирани за фталати – хемикалии кои се користат за да се направат играчките меки и еластични. Бидејќи за некои фталати постои сомневање дека ги нарушуваат хормоните, не е дозволено да бидат содржани во играчки за деца под 3 години, а само до одредена граница за повозрасни деца. 9 од играчките сепак ги надминале максимално дозволените количини, некои дури и до 200 пати.

- Била пронајдена детска облека со долги врвки. 14 од 16 парчиња облека – како што се дуксови – не ги поминале тестовите за

безбедност на ЕУ затоа што нивните врвки биле премногу долги или биле присутни на места каде што не смеат да бидат. Ова го зголемува ризикот од несреќи, вклучително и од задушвање.

- Алармите за чад и јаглерод монооксид не функционираше. Сите 7 тестираните аларми на јаглерод монооксид не детектирале смртоносни количини на гас. Исто така, четири од апаратите биле премногу тивки. Сите 4 тестираните аларми за чад не откриле чад од горење дрво, памук или пластика.
- Производи за избелување на заби кои можат да бидат штетни: 7 од 10 производи содржеле премногу високи нивоа на хидроген за домашна употреба (> 0,1%). Овие производи имале присуство од 14 до 70 пати повисоко ниво на водород пероксид над законскиот лимит, што значи дека два вида од продуктите е незаконски да се продаваат на стоматолозите (ограничување: 6%). Премногу високи концентрации на хидроген може да предизвикаат иритација на непцата или хиперсензитивност на забите.
- Организацијата на потрошувачи во Велика Британија Which? пронашле небезбедни автомобилски седишта за деца кои постојано одново се појавуваат. Which? ги објави седиштата во 2014, 2017 и 2019 година, но и во 2020 година при истрага на BBC било откриено дека слични седишта за автомобили повторно се продаваат на интернет. Which? исто така дополнително истражи најразлични

производи – вклучително и лигавите играчки и автомобили со далечински управувач – кои имаат значителни сличности со производите регистрирани како опасни од системот за предупредување за безбедност Safety Gate при ЕУ.

Тестовите беа спроведени преку Меѓународната мрежа за истражување и тестирање на потрошувачите (ICRT), во име на конзорциумот предводен од Test Achats/Test Aankoop од Белгија и во која се вклучени Altroconsumo од Италија, Consumentenbond од Холандија, Forbrugerrådet Tænk од Данска, Stiftung Warentest од Германија и Which? од Обединетото Кралство. DECO од Португалија и OCU од Шпанија ги објавија резултатите и во своите земји.



ОД СОВЕТУВАЛИШТЕТО НА ОПМ

Визијата на Организацијата на потрошувачите на Македонија – ОПМ е општество во кое граѓаните целосно ги остваруваат своите потрошувачки права и практикуваат одговорна потрошувачка. Посветени сме на идејата дека сите ние како потрошувачи имаме право на подобар квалитет на живот, но и одговорност да не го загорзиме тоа право на идните генерации преку нашиот избор и користење на производи и услуги.

Целта на ОПМ е да допре до суштината на проблемот со кој се соочува населението односно потрошувачите при набавка или користење на производи и услуги.

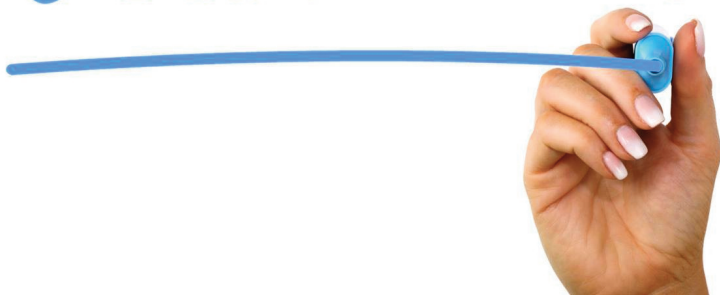
Својата заложба да биде поблиску до потрошувачите ОПМ ја остварува преку советување на потрошувачите во рамки на советувалиците во Скопје и во соработка со советувалиците во другите градови каде има потрошувачки организации со цел преку експертска поддршка да помогне во решавање на проблемите со кои се соочуваат потрошувачите на територијата на целата држава. На овој начин се трудиме да им помогнеме на потрошувачите со давање на совети од областа на нивните права согласно Законот за заштита на потрошувачите и дру-

гите закони кои ги уредуваат областите како што се: храна и исхрана, финансиски услуги, права на пациенти, јавните услуги на национално и на ниво на локалната самоуправа и сл. ОПМ ги сублимира сите поплаки на потрошувачите, ги анализира и истите ги доставува до Министерството за економија, Советот за заштита на потрошувачите на Град Скопје, но исто така и јавно ги објавува на својата веб страна или ги доставува до средствата за јавно информирање.

Како најчесто поставувани прашања од почеток на 2020 година се прашањата во врска со откажување, односно одложување на туристичките патувања поврзани со актуелната состојба со корона вирусот на дестинациите на кои потрошувачите ги уплатиле своите аранжмани.

ОПМ веднаш организираше состанок со надлежните во Државниот пазарен инспекторат (ДПИ) на кој бевме информирани дека ја сле-

COUNSELING



дат состојбата и дека се спремни да постапат согласно упатството на Министерството за здравство на Република Северна Македонија, односно да интервенираат кај туристичките агенции кои не сакаат да ги раскинат, одложат или пренасочат патувањата со граѓаните и кои не сакаат да патуваат во земјите односно градовите кои се прогласени за ризични подрачја (Северна Италија, Кина).

Како честа поплака од страна на потрошувачите до советувањето на ОПМ во изминатиот период од годинава беше и таа од областа на продажба на мебел по порачка. Повеќето од компаниите кои се бават со производство и продажба на мебел не го почитуваат Законот за заштита на потрошувачите, односно не склучуваат договори со потрошувачите во кои јасно ќе ги утврдат правата и обврските кои тие како трговци ги имаат и правата и обврските на купувачот од другата страна. Имено, на купувачот му се зема капар, и усно му се кажува рок за испорака кој во 90% од случаите не се почитува, а трговецот веројатно смета дека со тоа не сноси никаква одговорност, додека на потрошувачот тоа му го ускратува правото да покрене постапка пред надлежен инспекциски орган за непочитување на рок за испорака. Во вакви случаи трговецот своето однесување несоодветно го оправдува и честопати за своето доцнење вината ја префрла на увозникот или добавувачот. Во вакви случаи потрошувачот има право да поведе постапка пред надлежен суд за остварување на своите права.



На средбата во ДПИ беше разговарано и за компаниите кои склучуваат договори со потрошувачи надвор од деловни простории. Имено им беше предочено дека договорите кои ги склучуваат не се во согласност со Законот за заштита на потрошувачите, односно компаниите секоја по своја волја го утврдува рокот за раскинување на договор од страна на потрошувачот (најчесто рокот е 3 дена), иако согласно Законот за заштита на потрошувачите по член 89 потрошувачот располага со период од 14 дена за повлекување од договорот склучен надвор од деловните простории без да даде каква било причина и без да сноси трошоци различни од оние предвидени во законот,

кои не треба противправно да му се наметнуваат.

Државниот пазарен инспекторат би требало согласно своите надлежности да ги провери договорите и да им наложи на овие трговци истите да ги усогласат со Законот за заштита на потрошувачите, а во спротивно да им изрече соодветна санкција.

ПРОБЛЕМИ СО КОИ СЕ СООЧУВААТ ПОТРОШУВАЧИТЕ

ОПМ спроведе анкета на граѓаните со цел да се добијат информации за проблемите на кои наидуваат при купување производи и услуги. На прашалникот одговорија 367 испитаници, во најголем дел женски, а во однос на возраста најбројни одговори дале лица од 18 до 25 години. Најголемиот број испитаници (55%) се жители на Скопскиот регион. Во продолжение се претставени дел од прашањата и одговорите на испитаниците.

Како клучен фактор при набавка на производ или услуга, потрошувачите го посочиле квалитетот со 51%, додека на второ место е цената со 35% и на трето место е брендот со даден приоритет при избор од 6% испитаници.

Во доменот на услугите, кога се во прашање услугите за лични потреби се трошат најмалку

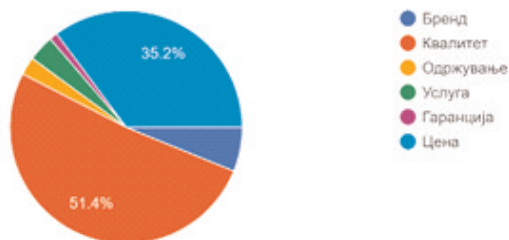
парични средства (13% од испитаниците), додека потрошувачката за јавните услуги (како на пример, телекомуникациите, електричната енергија, водостопанството) е на второ место.

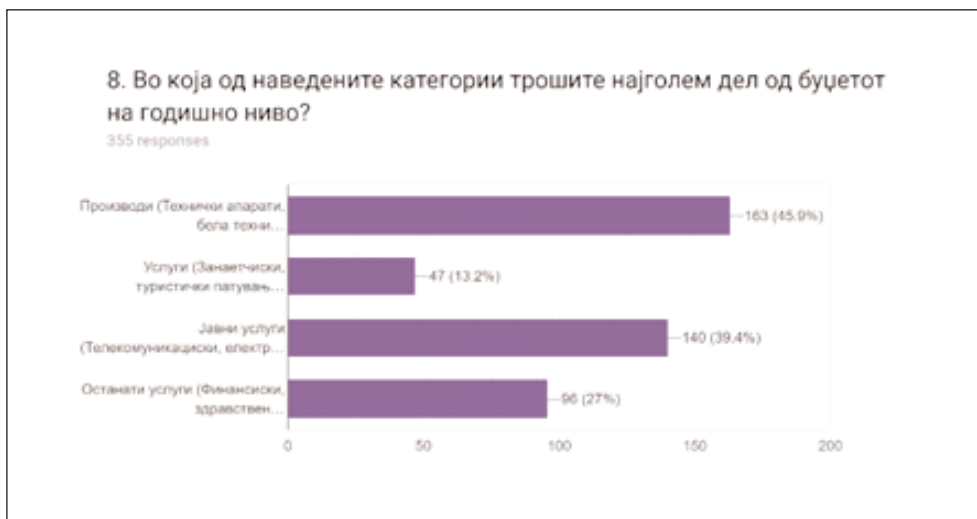
80% од испитаниците наведоа дека трошат до 10% од својот буџет за онлајн набавки, а само 2% од испитаниците трошат над 50% од својот буџет преку купување на интернет.

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 обрзат, односно кој е надлежен државен орган за решавање на настанатиот проблем.

7. Кој е клучниот фактор при набавка на производ или услуга?

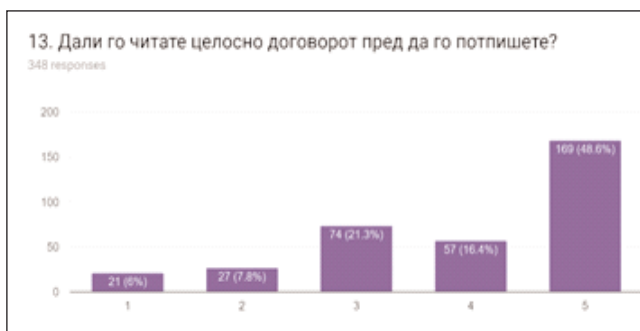
358 responses





Најголем дел од испитаниците не го читаат целосно договорот пред да го потпишат (49%) и не инсистираат да добијат фискална сметка (42%).

Интересен е податокот дека најголем број на потрошувачи (48%) не се информирани за правото го вратат производот во рок од 15 денови со приложување на фискална сметка. Само 22% испитаници се изјасниле дека го примениле ова право. Останатите испитаници имаат слушнато за ова право, но не се сигурни во неговата примена.



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.

Во категоријата производи најголем број проблеми се јавуваат кај:

1. Производите за лична употреба,
2. Техничките апарати или белата техника,
3. Производите во домот.



Покрај техничките апарати и белата техника, со кои се поврзани најчестите проблеми пријавени во Организацијата на потрошувачите, голем дел од населението наидува на проблем при набавка на производи за лична употреба.

17. Во која подкатегија од категоријата производи сте се соочиле со проблем?

338 responses



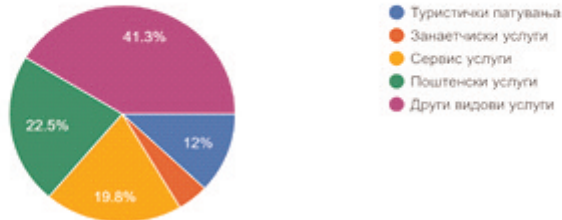
Кај категоријата услуги, најголем број на проблеми се јавуваат кај:

1. Поштенските услуги,
2. Сервис услугите,
3. Туристичките патувања.

1. Телекомуникациските услуги,
2. Јавен превоз,
3. Останати комунални услуги.

18. Во која подкатегија од категоријата услуги сте се соочиле со проблем?

334 responses



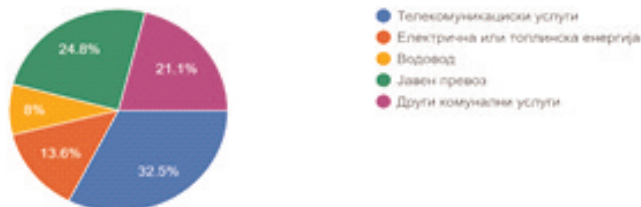
Оваа анализа е во корелација со статистичките показатели кај советодавното биро во Скопје каде висок процент од предметите спаѓаат во домен на сервисирањето на домашните апарати и техничките производи.

Кај категоријата јавни услуги, најголем број на проблеми се јавуваат кај:

Испитаниците ги наведеле телекомуникациските услуги како област каде имаат најмногу проблеми. Јавниот превоз, електричната и топлинската енергија и водоводот следат по телекомуникациските услуги. Кај специјалистичките категории во кои спаѓаат оние специфични видови на совети кои не се опфатени ниту во производите, услугите или јавните услуги и се однесуваат на финансис-

19. Во која подкатегија од категоријата јавни услуги сте се соочиле со проблем?

323 responses

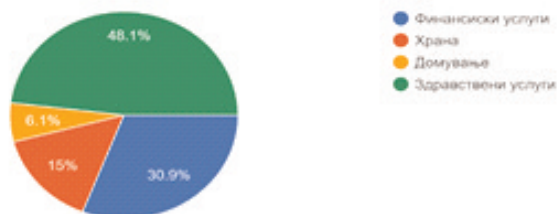


ките производи, здравствените услуги и производи, домувањето и храната, најголем број на проблеми се јавуваат кај:

1. Здравствени услуги,
2. Финансиски услуги,
3. Храна.

20. Во која подкатегија од категоријата специјалистички советувања сте се соочиле со проблем?

314 responses



КАКО ДА ИМ СЕ ОБЕЗБЕДАТ НА ПАЦИЕНТИТЕ ВИСТИНСКИ ИНФОРМАЦИИ ЗА ДА ДОНЕСАТ ОДЛУКИ

Во медицината се поретки ситуациите каде има само еден недвосмислено точен одговор. Во повеќето случаи, постојат неколку можности кои би можеле да бидат земени предвид за да му се олесни на пациентот или да се намали неговата загриженост, или пак за да се започне лекување. На пр. може да се земат предвид различни лекови, можности за поддршка, превентивни стратегии или промени во животниот стил.

Неколку фактори мора да се земат предвид за да се утврди најсоодветен третман за пациентот, кои вклучуваат:

- општа здравствена состојба на пациентот;
- дијагноза, прогноза и паралелно постоење на други медицински состојби кај пациентот;
- веројатната ефикасност на соодветните, алтернативни опции за третман, нивните ризици и несаканите ефекти;
- здравствени убедувања, цели и приоритети на пациентот;
- капацитет на пациентот да управува со третманот и да ги сноси последиците од истиот.



При заедничкото донесување одлуки здравствените работници и пациентите заедно избираат тестови, третмани, или можности за поддршка, при што сите одлуки се засноваат на клинички докази кои ги предочува здравствениот работник, од една страна и информираност на пациентот од друга страна. Особено е важно да се поттикне учеството на пациентот во однос на неговата одлука за избор на третман, што се потпира на информираност на пациентот за да го разбере, прифати и спроведе третманот.

Обезбедување на потребните информации на пациентите

Давањето јасни информации засновани врз докази за сите можности и веројатните исходи е суштинска основа за заедничко одлучување.

Што треба да знаат пациентите?

Кои се придобивките?

Кои се ризиците?

Кои се алтернативите?

Што ќе се случи ако не највравам ништо?

Еден начин да се одговори на овие прашања е да се користат помагала за одлуки кои се дизајнирани да ги подготват пациентите за учество во донесување на заедничка одлука со здравствените работници и да се обезбедат доволно информации за одбирање на опциите за третман или управување со третманот и честопати вклучуваат алатки кои им помогнат на пациентите да ги разјаснат нивните опции. За разлика од клиничките упатства, кои често се добиени од истата база на докази, алатките кои им помагаат за одлучување на пациентите не им даваат препораки. Тие се алатки за подготовка или помагала за разговор дизајнирани да го поддржат колаборативното донесување одлуки. Алатките за одлучување на пациентите доаѓаат во најразлични формати, од едноставни брошури /упатства, со една страница, дизајнирани да ја поттикнат дискусијата во рамките на консултациите, до подеталните информации преку интерактивните веб-страници за прегледување во домашни услови пред да донесат одлука.

Ефикасноста е опширно систематски истражена, со што може да се заклучи дека употре-

бата на алатки за помош за донесување на одлуки кај пациентите доведува до подобрување на нивното знаење и што е од суштинско значење помага за подобро разбирање на ризиците и да разберат што им е најважно за нив, што во крајна линија резултира со посодветен третман.

Истражувањата откриваат дека:

- брошура/упатство со графички илустрации ќе бидат подобро разбрани одошто оние кои содржат само зборови;
- прикажување на реалната зачестеност на појава на ризици се претпочитаат во однос на приказите за релативните ризици (теоретски);
- пристрасноста може да се избегне со приказ на позитивни и негативни искуства;
- табели со резимеа со специфични временски рамки и правилни именувања помагаат за подобра разбирливост.

Од клучно значење е на пациентите да им се даде добро дизајнирана, сигурна, урамнотечена и ажурирана информација, за да им се помогне да ја донесат својата одлука. Врз база на утврдени стандарди се развиваат насоки за јасна комуникација, со која пациентите може да ги согледаат јасно ризиците и веројатноста за нивна појава.

Некои помошни решенија го покриваат целиот спектар на можности за управување со болеста. На пример, луѓето со остеоартритис на коленото може да изберат помеѓу промени во животниот стил (губење на тежината и / или повеќе вежбање); физичко управување (физиотерапија и / или помагала за одење); олеснување на болката (таблети или инјекции); комплементарни



терапии (транскутано електрично стимулирање на нерв, акупунктура или додатоци во исхраната); или операција (целосна или делумна замена на коленото или остеотомија). Овие алатки сумираат докази за придобивките, штетите и неизвесностите на секоја од опциите, вклучително и упатства за тоа како да ги мерат овие вредности кои имаат за цел да се утврди најсоодветен и прифатлив третман.



ствените работници треба да му објаснат на пациентот дека нивните цели и приоритети се важни за донесување правилна одлука и да ги охрабрат да разговараат за нивните идеи и грижи. Тука се работи за неподготвеноста на пациентот, што може да произлезе од ниска доверба, повеќе заради долгогодишно искуство на патерналистичко одлучување во кое не се очекувало тие да играат улога, отколку недостаток на интерес или неподготвеност да се вклучат. Искушението за здравствените работници со кои се соочуваат е да разберат дека овие пациенти имаат мали познавања од здравствената област и не се уверени во тоа да ги предочат своите ставови и да донесат одлука, со што ја засилуваат нивната пасивна улога. Ова е грешка затоа што луѓето кои се поактивно вклучени во нив-

Пациенти со ниска доверба

Некои пациенти не се воодушевуваат кога ќе бидат прашани за нивните приоритети при одлучување за начинот на лекување. Тие одат на консултација претпоставувајќи дека е работа на здравствениот работник да одлучи што да прави. Не е невообичаено пациентот да го праша здравствениот работник што би сториле во слични околности. Наместо да се повлечат од совети, фармацевтите и здрав-

ното здравје имаат тенденција да имаат подобри здравствени исходи, така што целта е да им се помогне на овие лица кои се помалку вклучени да ја разберат својата важна улога во заштитата и подобрување на своето здравје. Добрата вест е дека овие луѓе можат да се вклучат, со давање на вистинска поддршка и да добијат можност за заеднички пристап од оние со повисоки нивоа на здравствена писменост.

Пациенти кои немаат капацитет

Ако на пациентот му недостасува ментален капацитет самостојно да донесува одлуки, треба да се вклучат други лица што ги познаваат доволно добро (најчесто роднини или старатели) да помогнат во донесувањето одлуки. Инструментот за поддршка кај овие пациенти препорачува да се започне од претпоставката дека пациентот има капацитет точно да ги искаже своите ставови и да стори сè што е можно за да го зголеми својот капацитет за учество во одлуките, наместо веднаш здравствениот работник да прави претпоставки засновани само на набљудување.

Пациенти со комплексни потреби за неа

Информирањето и вклучувањето на пациенти е уште потешко кога имаат повеќекратни долгорочни состојби за кои земаат неколку различни лекови. Фармацевтите и здравствените работници кои вршат преглед на оптимизација на лекови, се очекува да ги применат принципите на заедничко одлучување, да разговараат за најдобрите достапни докази и да ги земат предвид индивидуалните потреби и предности на пациентот.

Можеби не е можно да се утврдат алатки на одлучување за секоја состојба или третман, или да се очекува дека пациентот ќе апсорбира повеќе факти и комплексни размени за односот корист/ризик. Во оваа ситуација, важно е да се идентификува за што најмногу се грижи пациентот и што е најважно за него и да се фокусира на своите приоритети користејќи едноставни алатки за

да им помогне да одлучат како да го рационализираат користењето на лековите или третманите. Најчесто е потребен персонализиран пристап, насочен кон максимизирање на благосостојбата и минимизирање на оптоварување со третманот.

Одлуки со кои не се согласувате

Заедничкото донесување одлуки не значи едноставно обезбедување информации и очекување пациентите сами да донесуваат одлуки, ниту пак ги ослободуваат здравствените работници од нивната одговорност за да обезбедат најдобра можна грижа. Тоа треба да се сфати како процес на соработка - разговор или серија разговори насочени кон постигнување договор за најдобар курс на дејствување на поединецот.

За жал, не е секогаш можно да се постигне таков договор. Пациентите не секогаш ги следат медицински совети, на пример, со тоа што не ги земаат своите лекови според упатството или не успеваат да направат препорачани промени во животниот стил. Здравствените работници ја задржуваат својата должност да предупредуваат за ризично однесување или штетни третмани и не постои обврска за нив да обезбедат несигурни или штетни третмани како одговор на неразумните барања на пациентите. Сепак, заедничкото донесување одлуки бара здравствените работници да направат разумни обиди да го разберат гледиштето на пациентот и да се спротивстават на искушението на пациентот да наметнат свои погледи, освен ако немаат добра основа да се плашат за безбедноста на пациентот.



СУПСТАНЦИИ КОИ ЈА НАРУШУВААТ ЕНДОКРИНАТА ФУНКЦИЈА

Што претставуваат хемиските супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција?

Хормоните, како што се естрогенот или тестостеронот вршат регулација на низа на физиолошки процеси во организмот, како што се развојот на бебето во утробата на мајката, регулација на апетитот и плодноста.

Хемиски супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција имаат способност да интерферираат во хормоналниот систем. Тие имаат способност да вршат мимикрија и да ја нарушат или блокираат нормалната функција на природните хормони. Изложеноста на човекот дури и на мали количества од овие супстанции може да резултира со сериозни и иреверзибилни нарушувања на здравјето, како на пример појава на рак, малформации на гениталиите, неплодност, ментална попреченост и здебеленост.

На ниво на Европската Унија, трошоците од изложеноста на лицата на ендокрините нарушувачи се проценува на астрономски 163 милијарди евра годишно. Во рамка

Како сме изложени на супстанциите кои ја нарушуваат ендокрината функција?

Човекот може да биде изложен на хемиските супстанции кои ја нарушуваат ендокрината

функција преку воздухот што го дишеме, храната која ја конзумираме или пак преку водата за пиење. Покрај тоа, потрошувачите може да бидат изложени на овие супстанции преку употребата на секојдневни производи. Подолу се презентирани примери од испитувањата извршени од организациите на потрошувачите, спроведени во периодот меѓу 2013 и 2018 година.

Козметика: Во Белгија, 7 од 16 тестирани креми за нега на кожа содржат потенцијални супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција, како што е пропилпарабен. Слични компоненти се идентификувани и кај 1/5 од испитуваните креми против стареење во Франција. Карактеристично е тоа што и во двете испитувања, хемиските супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција се потврдени кај креми кои имаат висока цена и се произведени од страна на познати произведувачи. За разлика од нив ваквите супстанции не се потврдени кај кремите со пониска цена.

Играчки: Во Данска, 9 од 29 играчки кои се нарачани преку on-line платформи, содржат хемиски супстанции од групата на фталати. Фталатите се нелегални и истите е докажано дека имаат својство да ја нарушат функцијата на ендокриниот систем. Во некои случаи за-

конскиот лимит за присуство на фталати беше надминат повеќе од 200 пати.

Амбалажа за пакување на храна: Во Норвешка, испитувањата на шишињата за вода за пиење кои се користат неколку пати, покажаа присуство на фталати, бисфенол А, олово и други супстанции кои имаат својство да интерферираат со ендокриниот систем. Вознемирувачки факт претставува тоа што шишињата кои се наменети за продажба на деца имаа највисока содржина на овие супстанции.

Сепак, овие тестови покажуваат дека користењето побезбедни алтернативи е можно и



достапно. Дополнително, може да се донесе заклучок дека ниту цената ниту брендот не е пресуден фактор.

Што превзема (нейревзема) Европската Унија за да ги заштити потрошувачите од хемиски супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција?

Европската Унија е посветена да ги заштити потрошувачите и околината од супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција. Сепак, темпото на делување во оваа област е релативно споро, во прв ред поради моќното лобирање од страна на индустријата и недостатокот на политичка желба за регулирање на овие штетни хемикалии (како што е прикажано во стратегијата на Комисијата на ЕУ за 2018 година, која не содржи ниту политички мерки, ниту пак временска рамка).

Законите на ЕУ за хемикалии ги регулираат хемиските супстанции кои ја нарушуваат функцијата на ендокринот систем во теорија, но тие не успеваат да ги заштитат потрошувачите во пракса.

Ова делумно се должи на фактот дека тековните рутински методи за проценка на ризикот во голема мерка ги занемаруваат можните својства на ендокрино нарушување на хемикалиите.

Дополнително, тековните регулативи за хемикалии во определен степен ги потценуваат здравствените ризици поврзани со потрошувачите кои се изложени на овие хемиски агенси од повеќе извори (познат како ефект на „хемиски коктел“).

Покрај тоа, законите на ЕУ имаат тенденција да ги занемарат ефектите на „ниска доза“ каде дури и една молекула може да ги зголеми здравствените ризици. Оттука, произлегува фактот дека не може да се дефинира

безбедно ниво на изложеност на хемиските супстанции кои на нарушуваат ендокрината функција. Сепак, праговите на токсичен ефект се основата за регулирање на хемикалиите во Европската Унија.

Дополнителен проблем е што законите на ЕУ не се целосно во согласност со законските рамка која ги штити правата на потрошувачите. На пример, од една страна, хемиските супстанции кои се пестициди и имаат својство да ја нарушуваат ендокрината функција се забранети за употреба. Спротивно, хемиските супстанции кои имаат токсични својства, а се наоѓаат во козметиката не се законски регулирани.

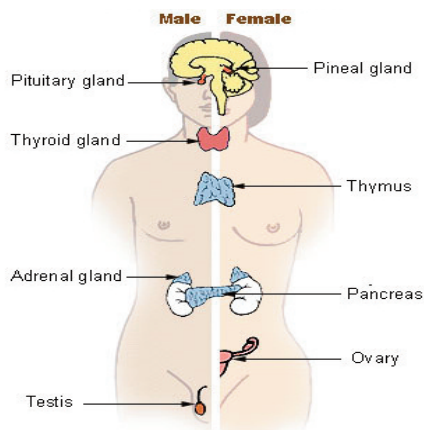
Што треба Европската Унија да преземе во рамка

Претседателката на Европската Комисија Урсула Вон Дер Лејен, искажа јасна посветеност да го заштити здравјето на потрошувачите од ендокрините нарушувачи. За да се постигне ова, ВЕУС препорачува:

- **ДА СЕ ОПФАТАТ И ПОЗНАТИТЕ И СОМНИТЕЛНИТЕ ЕНДОКРИНИ НАРУШУВАЧИ.** Принцип на претпазливост со цел отстранување на ризикот по здравјето на потрошувачите и појава на штетни ефекти во животната средина.
- **СООДВЕТНО ЗАКОНСКО РЕГУЛИРАЊЕ НА ЕНДОКРИНИТЕ НАРУШУВАЧИ ВО СИТЕ СФЕРИ.** Ако една хемикалија е забранета кај играчки, истата треба да биде забранета и кај производите за нега на кожа. Имплементација на нови заштитни мерки кои ќе ги покријат сите потрошувачи на различни водови на добра.
- **ПОДОБРИ ЗАШТИТНИ МЕХАНИЗМИ ЗА ЧУВСТВИТЕЛНИТЕ ГРУПИ НА ПОТРОШУВАЧИ КАКО ШТО СЕ ДЕЦАТА И БРЕМЕННИТЕ ЖЕНИ.** Европската Унија мора да ги подобри постојните законски прописи (пр.

закони кои ги регулираат производството и пакувањето на храна или играчки) и да состави нови законски решенија од сферата на производство на храна, текстил и производи наменети за хигиена и нега на деца.

- **ОДГОВОРНОСТ ЗА “ХЕМИСКИОТ КОКТЕЛ” И ЕФЕКТОТ НА НИСКИТЕ ДОЗИ.** Европската Унија треба да ги заштити потрошувачите од истовремена изложеност кон повеќе хемиски супстанции дури и во мали дози.



- **ИНФОРМИРАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ.** Информационоста за ефектите на познатите и потенцијалните хемиски супстанции кои вршат нарушување на ендокрината функција ќе обезбеди можност на потрошувачот да направи безбеден и соодветен избор при купување на дефинираниот производ.
- **СИГУРНОСТ ДЕКА ЕНДОКРИНИТЕ НАРУШУВАЧИ ОСТАНУВААТ НАДВОР ОД ЦИРКУЛАРНАТА ЕКОНОМИЈА.** Европската унија треба да обезбеди стриктна контрола на материјалите кои се користат во процесите на рециклирање, со цел да се спречи контаминација на храната со супстанции кои ја нарушуваат ендокрината функција, а потекнуваат од амбалажата.

Организацијата на пошрошувачите на Македонија најрави интервју со д-р Каџа Сиџановска, раководител на Одделението за заштитата на пошрошувачите во Агенцијата за храна и ветеринарство (АХВ), со цел да ги информираме пошрошувачите и пошироката јавност за пријавите до оваа институција од страна на пошрошувачите и пошироко за работењето на АХВ.

Дали и какви неправилности пријавуваат граѓаните до Агенцијата за храна и ветеринарство?

Во АХВ граѓаните пријавуваат неправилности од областа на храната и од областа на ветеринарството.

Во Одделението за заштита на потрошувачи, во Агенцијата за храна и ветеринарство, воспоставена е база на податоци, која се однесува на постапувањата по претставките и предлозите поднесени од граѓаните. Овие податоци се анализираат повеќе пати во текот на годината за потребите на Агенцијата, но и заради информирање на јавноста, а во согласност со законските прописи најмалку еднаш годишно се евалуираат и разгледуваат прашањата и проблемите што се покренуваат со претставките односно предлозите и причините за нивното поднесување. Сето тоа е со цел да се идентификуваат проблемите на граѓаните и да се насочат активностите на институцијата кон решавање на тие прашања. Токму затоа евалуацијата претставува значајна алатка која Агенцијата ја користи во таа насока.

Колкав е бројот на пријави од граѓаните во 2019 година и колку од нив се основани?

Во 2019 година, во базата на податоци кои се однесуваат на претставките и предлозите поднесени од граѓаните, како физички и правни лица, вкупно се евидентирани 424 претставка.

Бројот на претставки и предлози по кои е постапувано од страна на Агенцијата, изнесува 330 претставки. Од нив 189 односно 57% се сметаат за основани, а 141, односно 43% се сметаат за неосновани.

Најголем број од претставките по кои е постапувано, 160, односно 48% се однесуваат на храна од неживотинско потекло. Сличен е бројот на претставките од областа на ветеринарството, здравствената заштита и благосостојба на животните, 132, односно 40%. Најмал е бројот на претставки кои се однесуваат на храна од животинско потекло 38, односно 12%, од претставките по кои е постапувано.

Како претставки по кои не е постапувано се сметаат и претставките кои се во надлежност и се препратени до други институции, претставките кои се отфрлени за постапување и слично. Вкупниот број на вакви претставки е 94.

Како ги поднесуваат граѓаните пријавите?

Пријавите може да се поднесат усно, писмено, електронски и на бесплатната телефонска линија. Бесплатната телефонска линија функционира 24 часа, при што пријавувањата се снимаат, а записите се преслушуваат два пати во текот на секој работен ден. Граѓанинот може да остане анонимен, но доколку остави податоци добива писмено известување од Агенцијата за преземените мерки.

Што најмногу пријавувале жрѓанише во 2019 година?

Еден голем процент од претставките се однесуваат на прашањата од областа на ветеринарството. За разлика од претходната 2018 година кога процентот на овие претставки изнесуваше 27%, од вкупната бројка, во 2019 година процентот е зголемен на 40% од вкупно поднесените претставки. Посебно актуелни во оваа област и понатаму остануваат претставките кои се однесуваат на напад и каснување од кучиња.

Најмногу пак од претставките што ги поднеле граѓаните во периодот од 01.01. 2019 до 31.12.2019 година, од областа на храната се однесуваат на:

- Производи со изменети органолептички својства (изглед, мирис, вкус, боја)
- Загадувачи /контаминенти и резидуи/
- Неодржување на контролни системи од страна на производителите кои се однесуваат на ДХП /добрите хигиенски практики, / ДПП /добрите производни практики/ HACCP систем
- Производи на кои им поминал рокот на употреба
- Сомнежи за труење со храна
- Квалитет и измами со храна

Помал е бројот на оние претставки кои се однесуваат на означувањето, одобрување и регистрација на објекти.

Какви мерки се преземени во врска со констатираните неправилности?

Во врска констатираните неправилности во тек на контролите иницирани со претставки од граѓани донесени се 85 решенија, спроведени се 27 едукации, поднесени се 2 прекршочни пријави, и уништени се 535 килограми храна.

Зошто Агенцијата апелираше до жрѓанише да внимаваат при on line продажба на прехранбени производи, како и на производите од жрујата додатоци во исхраната, храна за деца, чаеви и слични производи наменети за специфични категорији потрошувачи, како што се малише деца и спортисти?

Агенцијата го упати овој апел до граѓаните бидејќи се повеќе прехранбени производи се продаваат on line, а при ваков вид на продажба е многу поголема можноста за измамнички дејствија кон потрошувачите, дури и такви со кои може да биде загрозувано здравјето на потрошувачите. Ова е значајно бидејќи пак посебните видови на храна кои ги споменавте се наменети за посебни ранливи групи.

На интернет страната на Агенцијата за храна и ветеринарство www.fva.gov.mk, во Регистарот на производи кои ги исполнуваат посебните барања за безбедност како додатоци на исхрана

<https://drive.google.com/file/d/1GtHx2EtVRdf6aFLfLlki84jRvMV53TPu/view> и Регистар на производи кои ги исполнуваат посебните барања за безбедност како храна за посебна нутритивна употреба

https://drive.google.com/file/d/1sNwPwsTpyyEXrsla-CZrtpyku3DWjZ_/view, потрошувачите може да проверат дали одреден производ од оваа категорија кој планираат електронски да го набават, е одобрен од АХВ, а со тоа и дали е безбеден за употреба.

Сите неусогласености и неправилности може да се пријават на

**Бесплатната телефонска линија
0800 3 22 22, или
електронски на info@fva.gov.mk.**

Избери јаменито - ирејознај знак за доверба

СЕРТИФИКАТ ЗА ФИРМИ „ФЕР СО ПОТРОШУВАЧОТ“

Како да изберете од која фирма на пазарот ќе купите одреден производ или услуга? Анализирате на интернет или по продавници кои се цените и карактеристиките на производите, но тие се честопати слични или исти. Се распрашувате кај познаници како искуство имаат со одредена компанија, но слушате и спротивставени мислења - некои имаат добро, а други лошо мислење за една иста компанија. Вашиот избор би бил многу поедноставен доколку би постоела ознака со која би ги препознале оние компании кои се фер, кои сакаат да бидете задоволни со нивните производи и услуги и сакаат да ја стекнат и задржат вашата доверба.

Од 2019 г. на македонскиот пазар се вовеле ваква ознака. Со финансиска поддршка од Европската унија, Организацијата на потрошувачите создаде сертификат за фирми „Фер со потрошувачот“. Сертификатот означува дека фирмата која го стекнала, применува правила и добри практики за почитување и унапредување на правата на потрошувачите. Современите потрошувачи сакаат да живеат и во здрава животна средина, па, сертификатот, исто така, сигнализира дека компанијата која го поседува обрнува внимание и на



влијанието што нејзините производи и услуги го имаат врз животната средина.

Овој знак за доверба, се издава од независно тело кое е креирано од три непрофитни организации со повеќегодишно искуство во заштита на потрошувачите и подобрување на конкурентноста на македонската економија:

- Организацијата на потрошувачите на Македонија (ОПМ), која е членка на светската организација на потрошувачи Consumers International, Европската организација на потрошувачи (BEUC) и на Европскиот глас на потрошувачите во стандардизацијата (ANEC);
- Асоцијацијата за развојни иницијативи – Зенит, која, меѓу другото, работи на унапредување на општествената одговорност на македонските претпријатија;
- Здружението на бизниси и консултанти „Креација“, кое, меѓу другото, има богато искуство во сертификација на претпријатијата.

Сертификатот го добиваат фирмите кои ќе исполнат мнозинство од критериумите за стекнување на сертификатот, и ќе се обврзат во иднина да применат и други доброволни

практики со кои уште подобро ќе ги заштитат интересите на своите потрошувачи. Сертификатот е потврда дека фирмата:

- внимава производите кои ги продава да не ја нарушат безбедноста на потрошувачите;
- се грижи рекламите да содржат точни и јасни информации за потрошувачите да направат правилен избор;
- ќе направи се за да реши евентуален проблем што може да ви се јави при користењето на производот;
- ја заштитува приватноста на потрошувачите;
- се грижи за влијанието на производите кои ги продава врз животната средина.

Во моментот има 45 сертифицирани компании во земјава. Интерес за сертификација има и од други компании, па оваа бројка ќе расте во иднина. Сертифицираните компании можете да ги видите на сајтот www.fersopotrosuvacot.mk, а можете да го препознаете по логото „Фер со потрошувачот“ кое може да го имаат истакнато во нивните простории и продажни места, на производите, во нивните рекламни-промотивните содржини, веб-страници и профили на социјалните медиуми.

Долната табела дава преглед зошто вашите потрошувачки права се позаштитени кај фирмите со ознаката „Фер со потрошувачот“.

Области на сертификација	Како вашите права се позаштитени кај сертифицираните фирми?
Заштита на безбедноста и здравјето на потрошувачите	<ul style="list-style-type: none"> • Безбедноста на потрошувачите е гарантирана со производи кои имаат безбедни карактеристики • Доколку се утврди потреба за повлекување на небезбедни производи од пазарот, сертифицираните фирми веднаш ќе ги известат надлежните органи и потрошувачите за начинот на повлекување и евентуалното обесштетување • За посебни ранливи групи, како што се децата и старите лица, од сертифицираните фирми се очекува да даваат дополнителни информации кои можат да ги намалат очекуваните и неочекуваните ризици од употреба на производот
Информирање, рекламирање, означување и склучување договори со потрошувачите	<ul style="list-style-type: none"> • Потрошувачите се заштитени од нечесни и заведувачки реклами и ознаки • Сертифицираните фирми даваат информации за контакт и начинот на рекламација и решавање на приговорите • Оznakите на нивните производи треба да се јасни, читливи и со битни информации за составот
Односи со потрошувачите, техничка поддршка, и решавање поплаки и спорови	<ul style="list-style-type: none"> • Потрошувачите можат да пријават проблем со производ или услуга на сертифицирана фирма на www.fersopotrosuvacot.mk; • Секој приговор од потрошувачите доставен до трговецот ќе биде примен, евидентиран и разгледан од страна на определено лице/а во фирмата преку внатрешна процедура и развиен софтверски систем за прием и процесирање на поплаките од потрошувачите • Фирмата е должна да одговори на ваквата поплака веднаш, а најдоцна во рок од 15, односно 30 денови за сложени случаи • Сертифицираните фирми водат детална статистика за примените потрошувачки поплаки што ќе послужи како основа за идентификување и надминување на главните проблеми со потрошувачите
Заштита на личните податоци и приватноста на потрошувачите	<ul style="list-style-type: none"> • Сертифицираните фирми ќе ги собираат само оние лични податоци на потрошувачите кои се неопходни за продажба на производите и давање на услугите, или доброволно дадени од потрошувачите



Области на сертификација	Како вашите права се позаштитени кај сертифицираните фирми?
	<ul style="list-style-type: none"> • Ќе ја декларираат намената за која се собрани податоците, и нема да ги употребуваат за други цели, вклучително и за маркетинг (освен доколку потрошувачот изрично не се согласил на тоа)
Едукација и свесност на потрошувачите	<ul style="list-style-type: none"> • Сертифицираните фирми ќе се грижат потрошувачите да се информирани и свесни за своите права и обврски, и врз основа на тоа да направат информиран избор • Сертифицираните фирми ќе даваат информации за производите на местото каде се продаваат, вклучувајќи ги аспектите на здравјето, безбедност, цените, квалитетот и други битни информации преку ознаки на самите производи, каталози за продажба или промотивни содржини • Сертифицираните фирми ќе ги насочуваат потрошувачите на правилен избор на производи преку спроведување одредени тестирања направени од страна на акредитирани лаборатории или тест магацини на организациските на потрошувачи • Сертифицираните фирми ќе даваат информации на потрошувачите за нивните потрошувачките права и за можностите за барање совет или поддршка преку здруженијата за заштита на потрошувачите
Совесна и одржлива потрошувачка	<ul style="list-style-type: none"> • Сертифицираните фирми ќе работат производите кои ги продаваат ќе немаат или ќе имаат намалени негативни влијанија врз животната средина • Информациите за влијанието на производите врз здравјето, енергетската ефикасност, заштитата на животот свет и нивната безбедна употреба ќе бидат навремено дадени на потрошувачите (пред купување на производот), а сертифицираните фирми ќе даваат практични совети за потрошувачите како да направат правилен избор (совети за енергетска налепница на пример при купување на производи кои имаат помалку негативно влијание врз животната средина, имаат подобра енергетска ефикасност)