



---

НАЦРТ - КОДЕКС ЗА ФЕР  
ОДНОС КОН  
ПОТРОШУВАЧИТЕ

---



## Содржина

ВОВЕД.....	2
1. Целта на потпишување на Кодексот и гаранциите за потрошувачите.....	4
2. Принципи на ориентираност кон потрошувачите.....	5
3. Исклучоци и ограничувања на примената на кодексот.....	5
4. Заложби на кодексот .....	5
1. Заштита на безбедноста и здравјето на потрошувачите .....	5
2. Користење на фер пазарни практики при информирање, рекламирање, означување и склучување договори со потрошувачите.....	6
3. Односи со корисниците, техничка поддршка, и решавање поплаки и спорови.....	6
4. Заштита на личните податоци на корисниците и на нивната приватност .....	7
5. Едукација и свесност на потрошувачите .....	7
6. Совесна и одржлива потрошувачка.....	8
5. Примена .....	8
6. Следење и оценување на резултатите од примената .....	9

## ДЕФИНИЦИИ

- **Кодексот на однесување** е договор или збир на прописи кои не се наложени со закон, регулатива или административна одредба, а го дефинираат однесувањето на трговците кои прифаќаат да го почитуваат кодексот во врска со еден или повеќе конкретни пазарни однесувања или деловни сектори
- **Имател на кодексот на однесување** е секој субјект, вклучувајќи трговци или група на трговци, надлежни за формулирање и ревидирање на кодексот на однесување и/или следење на почитувањето на кодексот од страна на оние кои прифатиле да го почитуваат.
- **Потрошувач** се смета секое физичко лице кое купува производи или користи услуги за непосредна сопствена потрошувачка во деловни простории на трговецот, надвор од деловните простории како и со договори на далечина, за цели кои не спаѓаат во рамките на неговата трговска, стопанска, занаетчиска или професионална дејност
- **Трговец** е секое физичко или правно лице кое, независно од тоа дали е во приватна или јавна сопственост, дејствува во рамките на својата трговска, стопанска, занаетчиска или професионална дејност, вклучувајќи и секое друго лице кое дејствува во негово име или за негова сметка.
- **Поплака** е израз на незадоволство на корисникот до трговецот во врска со производот, односот или процесот на постапување по поплаки, каде што имплицитно или експлицитно се очекува одговор или решение. Согласно ISO/TS 10004:2010(E) поплаката на потрошувачот е вообичаен индикатор за ниско задоволство од страна на потрошувачот, но отсутноста на поплака задолжително не укажува на високо задоволство кај потрошувачот.

## ВОВЕД

Кодексот се склучува на доброволна основа од страна на трговците кои имаат за цел да го подобрат однесувањето на пазарот, да ја отстранат нелојалната конкуренција, да ги унапредат правата на потрошувачите и да ја зголемат нивната доверба. Кодексот ги содржи: целта која се сака да се постигне, принципите на ориентираност кон потрошувачите во нивното трговско работење, областа на која се однесува, очекуваните санкции доколку не се почитува, собирањето податоци и мониторинг на ефектите од усвојувањето на кодексот.

Правната основа за донесување на Кодексот претставува Законот за заштита на потрошувачите (ЗЗП), поточно поглавјето за забрана на нечесното пазарно однесување. Заради потребата да се сузбијат нечесните практики кои влијаат врз намалување на правата на потрошувачите и воспоставувањето на фер конкуренција на пазарот, законодавецот им дава големо значење на деловните кодекси. Овие кодекси претставуваат систем на етички или други посебни правила (на пр. технички професионални стандарди) со кои се пропишуваат очекувани постапки или се забрануваат одредени постапки, пропусти, начин на трговско работење, претставување и комуникација која ги опфаќа рекламирањето и маркетинг

постапките на трговците директно поврзани со промоција, продажба или испорака на производот на потрошувачот.

Согласно ЗЗП, **кодексот на однесување** е договор или збир на прописи кои не се наложени со закон, регулатива или административна одредба, а го дефинираат однесувањето на трговците кои прифаќаат да го почитуваат кодексот во врска со еден или повеќе конкретни пазарни однесувања или деловни сектори. **Имател на кодексот на однесување** е секој субјект, вклучувајќи трговци или група на трговци, надлежни за формулирање и ревидирање на кодексот на однесување и/или следење на почитувањето на кодексот од страна на оние кои прифатиле да го почитуваат.

Во рамки на ЗЗП се дефинира што се подразбира под потрошувач и трговец, па така според овој закон за **потрошувач** се смета секое физичко лице кое купува производи или користи услуги за непосредна сопствена потрошувачка во деловни простории на трговецот, надвор од деловните простории како и со договори на далечина, за цели кои не спаѓаат во рамките на неговата трговска, стопанска, занаетчиска или професионална дејност.

**Трговец** е секое физичко или правно лице кое, независно од тоа дали е во приватна или јавна сопственост, дејствува во рамките на својата трговска, стопанска, занаетчиска или професионална дејност, вклучувајќи и секое друго лице кое дејствува во негово име или за негова сметка.

За трговците посебно е важно задоволството на корисниците, што всушност ја претставува перцепцијата на корисниците за степенот до кој се исполнети нивните потреби, односно барања. Таквите потреби може да бидат експлицитни и имплицитни, и не мора да се целосно артикулирани од страна на потрошувачите. Ова подразбира дека давателите мора да имаат дефинирано постапки и начини како да ги осознаат потребите и очекувањата на потрошувачите дури и кога истите не се јасно изразени. Согласно ISO/TS 10004:2010(E), под задоволство на потрошувачите се подразбира нивната перцепција за степенот до кој се исполнети нивните потреби. Доколку потрошувачите се незадоволни од производот (што согласно ЗЗП ја опфаќа и услугата) тие имаат право да поднесат **поплака** до трговецот од кој е купен производот. Поплака е израз на незадоволство на корисникот до трговецот во врска со производот, односот или процесот на постапување по поплаки, каде што имплицитно или експлицитно се очекува одговор или решение. Согласно ISO/TS 10004:2010(E) поплаката на потрошувачот е вообичаен индикатор за ниско задоволство од страна на потрошувачот, но отсуството на поплака задолжително не укажува на високо задоволство кај потрошувачот.

Со кодексот се поттикнуваат трговците да го усогласат своето однесување на пазарот со правната регулатива и да пружат уште поголема заштита и почитување на правата на потрошувачите. Кодексите кои ефективно се применуваат потенцијално овозможуваат и поголема заштита на потрошувачите, а следствено на тоа ги намалуваат интервенциите од страна на органите за надзор над пазарот. Со цел ова да го постигнат, кодексите треба да се добро структурирани, ефикасно да се спроведуваат и да се препознатливи од страна на јавноста и потрошувачите.

Истражувањата во многу земји укажуваат на поефективна примена на ваквите кодекси доколку се широко прифатени од страна на бизнис секторот, изработени се со поддршка на заинтересираните страни: потрошувачките организации, владата или други групи во заедницата и содржат применлив систем за решавање на поплаки и жалби.

Потписниците на овој Кодекс се согласни да поминат низ сертификациска процедура која ќе обезбеди добивање статус на носители на сертификат за фер однос кон потрошувачите. Сертификациската процедура ќе ги зајакне нивните знаења за правата на потрошувачите, ќе ги обучи за спогодбено решавање на спорите со потрошувачите преку примена на посебна алатка и ќе ја унапреди нивната позиција и препознатливост на пазарот.

## 1. Целта на потпишување на Кодексот и гаранциите за потрошувачите

Трговците го потпишуваат овој кодекс поради нивните очекувања за:

- Зголемена доверба и задоволство од страна на потрошувачите;
- Поголема препознатливост во јавноста поради примена на процедури кои обезбедуваат сертификат за фер однос кон потрошувачите;
- Подобра позиционираност на пазарот;
- Поголема препознатливост на индустријата / трговската гранка во која е кодексот потпишан и каде припаѓаат потписниците;
- Подобра доверба од страна на инвеститорите и заинтересираните страни;
- Примена на законот за заштита на потрошувачите во делот на сузбивање на нечесни пазарни практики во корелација со другите закони во РМ и добрата деловна практика;
- Почитување на начелото на честност согласно Законот за облигационите односи;
- Контрола на квалитет во рамките на индустријата/трговската гранка;
- Воспоставување процедури за ракување со поплаки кои се исплатливи, економични и временски ефикасни.

Со потпишување на Кодексот трговецот/ потписник гарантира дека:

- **Ќе се грижи за здравјето на потрошувачите, односно нивната безбедност** (безбедноста за потрошувачите да биде гарантирана со производи кои имаат безбедносни карактеристики и нема да им наштетат на здравјето);
- **Ќе ги информира за изборот на производи и услуги со цел да донесат правилна и за нив поволна одлука** (пристап на потрошувачите кон соодветни веродостојни и навремени информации кои ќе им овозможат да направат информиран избор согласно индивидуалните желби и потреби);
- **Нема да ги изложува потрошувачите на нечесна или измамна реклама за производите и нивните ознаки** (ќе ги заштитува од нечесни и заведувачки реклами и ознаки);
- **Ќе се грижи за заштита на економските интереси на потрошувачите вклучително и можноста да направат избор помеѓу различни производи и услуги по конкурентни цени со задоволителен квалитет** (поттикнување на фер конкуренција на пазарот со цел заштита на економските интереси на потрошувачите, конкурентски цени со задоволителен квалитет);
- **Ќе им овозможи да биде слушнато нивното мислење за производите преку редовно истражување и комуникација со потрошувачите и организациите на потрошувачи** (овозможување на организациите или групи потрошувачи да ги презентираат нивните погледи за производите кои трговецот ги нуди на пазарот);
- **Ќе им овозможи на потрошувачите да поднесуваат поплаки и жалби за производите и ќе обезбеди соодветен систем за раководење со истите преку**

**спогодбено решавање на спорите.** (Пристап кон ефективен систем на спогодбено решавање на спорите, вклучително и обештетување на потрошувачите).

### Принципи на ориентираност кон потрошувачите

Трговецот потписник на овој кодекс ќе се стреми да ги задоволи потребите и очекувањата во врска со производот или услугата кои ги продава, при што ќе се придржува до следните принципите на ориентираност кон потрошувачите, поврзани со воспоставување и мониторирање на стандардите за задоволство на потрошувачите:

- **Посветеност** – ќе бидат посветени на усвојување, вклопување во менаџмент системите, примена и споделување на кодексот, како и исполнување на ветувањата содржани во него;
- **Капацитети** – ќе обезбедат доволно ресурси за развој, примена и унапредување на кодексот и за ефективно и ефикасно управување со сите процеси во неговата примена;
- **Видливост** – добро ќе го афирмираат кодексот пред корисниците, персоналот и други засегнати страни;
- **Пристапност** – кодексот и придружните информации лесно ќе се наоѓаат и лесно ќе се пристапува до нивната содржина;
- **Респонзивност** – преку кодексот и неговата примена ќе одговорот на потребите на потрошувачите и на очекувањата на засегнатите страни;
- **Точност** – ќе обезбедат информации за кодексот кои се вистинити, прецизни, кои можат да се потврдат и не се заведувачки.
- **Постојано подобрување** – ќе се стремат кон зголемена ефективност и ефикасност на кодексот и на неговата примена.

## 2. Исклучоци и ограничувања на примената на кодексот

Одредбите на овој кодекс ќе се применуваат за сите производи (вклучително и услуги согласно ЗЗП) освен во случаи на виша сила, нивна неусогласеност со локалните, националните и меѓународните правни акти, или случаи кога надлежните органи налагаат поинаку.

## 3. Заложби на кодексот

### 1. Заштита на безбедноста и здравјето на потрошувачите

Производите кои ги нудат трговците, потписници на кодексот, ќе бидат безбедни и без ризик по здравјето на потрошувачите, нивниот имот и животната средина. Тоа ќе се прави на следниов начин:

- Ќе се минимизира ризикот за производот преку давање битни информации за безбедноста на производот, преку означувањето на самиот производ како и со одредени лифлети за состојките, начинот на употреба, влијание врз животната средина и одлагање на производот после неговата употреба.
- Доколку се утврди потреба за повлекување на небезбедни производи од пазарот, веднаш да ги известат надлежните органи и потрошувачите за начинот на повлекување и евентуалното обештетување.

## Нацрт-кодекс за фер однос кон потрошувачите

- За посебни целни групи, како што се децата и старите лица, ќе пружаат дополнителни информации кои можат да ги намалат очекуваните и неочекуваните ризици од употреба на производот.

### 2. Користење на фер пазарни практики при информирање, рекламирање, означување и склучување договори со потрошувачите

Потписниците на кодексот ќе внимаваат на своето пазарното однесување, особено на информациите кои им ги даваат на потрошувачите, кои треба да бидат битни и недвосмислени, разбирливи и навремени со што ќе им овозможат да бидат точно информирани и да донесат правилна одлука за избор.

Тоа ќе се прави на следниот начин:

- Ќе се пружаат битни, целосни и разбирливи информации на местата на продажба за квалитетот, безбедносните и здравствените аспекти, како и информации за контакт и начинот на рекламација и решавање на приговорите;
- Договорите за производите кои ги продаваат вон деловните простории и при он - лајн продажба да имаат јасни одредби, да бидат читливи и разбирливи без примена на нефер договорни одредби, со понуда на образец преку кој потрошувачите можат да се откажат од договорот;
- Нема да се впуштаат во измамнички, заведувачки, нефер, нејасни или двосмислени практики, вклучително и ненаведување на битни информации;
- Ќе ја сузбиваат нечесната трговска пракса на пазарот од страна на други трговци со навремено реагирање до здруженијата на бизнис секторот, потрошувачките организации и надлежните органи;
- Ќе пружаат јасни и разбирливи реклами и маркетинг пораки;
- Ќе пружаат пред продажни и пост продажни информации за производот и начинот на негово одржување, сервисирање и сл.;
- Ознаките на нивните производи ќе бидат јасни, читливи и со битни информации за составот;
- Ќе избегнуваат стереотипно прикажување во маркетиншката комуникации на род, раса, националност, религија, сексуална определба, етничка припадност, попреченост или други лични карактеристики на луѓето;
- Во рекламите и маркетиншката комуникации ќе се обрнува внимание на интересите на ранливите групи, вклучително и децата, при што нема да се впуштаат во активности кои се штетни за нив, рекламни пораки и сл.

### 3. Односи со корисниците, техничка поддршка, и решавање поплаки и спорови

Потписниците на кодексот ќе водат грижа за потрошувачите, нивните потреби, сугестии како и преку воведување на систем за спогодбено решавање на поплаки доставени од страна на

потрошувачите. За таа цел тие ќе обезбедат примена на соодветен софтвер како би имале точен увид на поплаките и статистика на решени спорови. За таа цел потписниците на кодексот ќе постапуваат соодветно на усвоените правила:

- На едноставен и разбирлив начин потрошувачите да бидат информирани за можноста спогодбено да се решат евентуалните спорови со трговецот потписник на кодексот, како и за можноста на надомест, или друг вид компензација;
- На потрошувачите ќе им биде претставена постапката за разгледување на поплаките, каналите за прием, роковите за одговор, известувањето за исходот од постапувањето по поплаката, како и правна поука за натамошни постапки што може да ги преземат доколку не се задоволни од одговорот;
- 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;
- Истакнување на контакт телефон, е-пошта или друг начин на комуникација кој ќе биде јасно наведен од страна на трговецот;
- Водење детална статистика што ќе послужи како основа за идентификување и надминување на главните проблеми во давањето на услугата.

Доколку утврди отстапување од заложибите наведени во овој кодекс, трговецот ќе го испита постепено на одговорност кај персоналот или проблемите поврзани со внатрешните правила и процедури и ќе преземе соодветни мерки за спречување на повторувањето на такви случаи. За оштетените корисници, во зависност од карактерот на случајот, трговецот ќе понуди извинување, надомест на штета и/или друг облик на взаемно прифатливо корективно решение.

#### 4. Заштита на личните податоци на корисниците и на нивната приватност

Трговците потписници на кодексот ќе ги ограничат видовите информации кои се собираат, начинот на собирање, употреба и обезбедување на следниот начин:

- Ќе ги ограничат собирањето лични податоци само на оние податоци кои се неопходни за продажба на производите и давање на услугите, или доброволно дадени од потрошувачите;
- 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);
- Ќе им овозможат на потрошувачите да проверат кои лични податоци ги имаат за нив и дали се точни, и ќе им овозможат да побараат нивно бришење, исправка или дополнување;
- Ќе ги обезбедат личните податоци на корисниците со адекватни мерки и ќе именуваат лице одговорно за заштита на личните податоци.

#### 5. Едукација и свесност на потрошувачите

Трговците потписници на кодексот при склучување договор со потрошувачите надвор од деловните простории, преку средствата за далечински комуникации или во продажниот простор на трговецот, ќе проверуваат дали потрошувачите се информирани за своите права и обврски. Едукацијата овозможува потрошувачите да се информирани и свесни за своите



права и обврски, и врз основа на тоа да направат информиран избор. Трговците тоа ќе го прават така што ќе:

- Пружаат 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, каталозите за продажба или лифлети за нивна промоција;
- Употребуваат современи облици на комуникација со потрошувачите при продажбата, насочувајќи ги на правилен избор на производи преку спроведување одредени тестирања направени од страна на акредитирани лаборатории или тест магацини на организациите на потрошувачи во земјата и странство;
- Даваат информации за регулативата, потрошувачките права и за можностите за барање совет или поддршка преку здруженијата за заштита на потрошувачите на својата веб страна или на заедничка платформа на нивните здруженија.

### 6. Совесна и одржлива потрошувачка

Потписните на кодексот ќе се залагаат за елиминирање на неодржливите модели на производство и потрошувачка за да се обезбеди одржлив развој и повисок животен стандард за сите, намалување на штетните хемикалии во производството и кај финалните производи, со правилни ознаки на состојките на производот а по потреба и лице кое на продажното место ќе дава одговор на прашањата поврзани со штетните аспекти, или на друг начин на комуникација со потрошувачите, оставајќи им простор да се јават на телефон, емајл и сл. Тоа ќе го прават на следниов начин:

- Преку 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).
- Производите кои ги продаваат ќе немаат или ќе имаат намалени негативни влијанија врз животната средина, а доколку имаат упатство за примена заради можни штетни последици, тоа упатство ќе биде ставено на местото на продажба на производот или означено со ознаките за опасност, согласно позитивните законски прописи.
- Информациите за влијанието на производите врз здравјето, енергетската ефикасност, заштитата на живиот свет и нивната безбедна употреба ќе бидат навремено дадени на потрошувачите (пред купување на производот).

## 4. Примена

Трговците потписници на кодексот ќе ги ревидираат внатрешните процедури, постапки и правила за обезбедување нивна усогласеност со овој кодекс и ќе го обучат својот персонал за примена на кодексот. Тие ќе ги информираат своите корисници за кодексот и неговата содржина на јасен, разбирлив и пристапен начин, и ќе им обезбедат контакт лице за прашања, коментари или поплаки во врска со кодексот. Исто така ќе се справат со случаите кога кодексот не е испочитуван, на пр. преку давање на надомест на корисниците или други корективни решенија и ќе ги евидентираат прашањата и поплаките во врска со кодексот.

Трговците потписници на кодексот ќе водат евиденција за: употребените ресурси во спроведување на кодексот, видот на обука и инструкции за персоналот во врска со кодексот, исполнувањето на комуникацискиот план во врска со кодексот, поплаките во врска со кодексот и одговорот на нив.

## 5. Следење и оценување на резултатите од примената

Трговците потписници на кодексот ќе ја следат редовно примената на кодексот преку интерната евиденција поврзана со кодексот, периодични испитувања на задоволството на корисниците од услугите и примената на кодексот, и подготовка на статистички извештаи во врска со поплаки од корисниците и нивното решавање.

Собраните податоци ќе ги споделуваат со здруженијата на потрошувачите и заеднички ќе оценуваат дали заложбите и целите на кодексот се остваруваат, и дали е потребна измена на кодексот или начинот на неговата примена. Периодично ќе објавуваат информации за резултатите од примена на кодексот.