



Г. Критериуми по области за заштита на потрошувачите

Област/Критериум	Исполнува ДА/НЕ	Извор на верификација	Коментар
1	2	3	4
1.Заштита на безбедноста и здравјето на потрошувачите			

Насоки:

- Обезбедува производи и услуги кои се безбедни и чија употреба или консумација не носи неприфатлив ризик по потрошувачите, други лица, нивниот имот и животната средина
- Води сметка да има во својот асортиман производи кои се корисни за здравјето на потрошувачите (на пример органски производи) или да има производи кои содржат мало количество шеќер, сол, масти. (1.2), (1.3.)
- Го минимизира ризикот преку безбеден дизајн на производител/услугите и избегнување на употреба на штетни хемикалии
- Познавање на прописите за означување на производител (Закон за заштита на потрошувачите - во поглед на информациите кои им се даваат на потрошувачите и подзаконските акти); Закони и подзаконски акти во доменот на трговската дејност; Други закони и подзаконски акти релевантни за специфична дејност што ја врши претпријатието (храна, козметички производи, туризам, угостителство итн.);
- Остварени обуки за одредени прописи од областа, во последните три години (да наведат број на обуки)
- Пренесува битни информации за безбедноста и влијанието врз здравјето, не само со текст туку и со меѓународно прифатени симболи. Презентира /покажува производи од асортиманот на претпријатието кои содржат ознаки за опасност, односно опасните производи се етикетираат со ознаки за опасност, како на пример производи кои содржат штетни состојки (хемикалии и сл.) и се ставаат на безбедно место во продажниот објект; (1.1)
- Дава јасни инструкции за безбедна употреба на производител/услугите, вклучително и склопување и одржување, како и информации за евентуално препорачани заштитни средства за потрошувачите
- Има механизми/правила/прописи/примери за повлекување од промет и од употреба при утврден неприфатлив ризик од пласираните производи и услуги или сериозен дефект кај производител/услугите. Повлекувањето од употреба треба да опфаќа и информирање на потрошувачите преку медиумите и нивно компензирање
- Има / нема посебно место за одлагање електронски отпад и доколку нема дали им дава совети на потрошувачите за опасности од овој вид отпад; (1.1.)
- Начинот на кој остварува проверка на снабдувачите, нивните процедури и почитување на правата на потрошувачите (документ за политики)/Дали постои посебна процедура за враќање на производи на снабдувачи по реакција на потрошувачите?;
- Друго

Област/Критериум	Исполнува ДА/НЕ	Извор на верификација	Коментар
1	2	3	4
1.1. Сеопфатно, чесно и соодветно етикетање во врска со содржината, здравствените аспекти, безбедната употреба, одржување, складирање и отстранување на производите			
1.2. Обезбедување производи и услуги кои се корисни за здравјето на потрошувачите			
1.3. Ознаки за предупредувања за здравјето			
2. Користење фер пазарни практики при информирање, рекламирање, означување и склучување договори со потрошувачите			

Насоки:

- Дава целосни и точни информации за својствата на производите и услугите на разбирлив начин, кои ќе им овозможат на потрошувачите да донесат информиран избор. Ова вклучува и давање информации за квалитетот, евентуални влијанија врз социјалното опкружување и животната средина, а особено информации за (2.4):
 - а. финалната цена и начинот на кој се објавува цената, како и евентуални трошоци за испорака
 - б. потребата од сервис и резервни делови
 - в. главните карактеристики на производот и услугата (достапноста, корисноста, место и датум на производство, и сл.)
 - г. правата на потрошувачите, вклучувајќи го и начинот на постапување по жалби, правото за замена или враќање на парите, гаранции, награди и сл.
- Применува единствено чесни пазарни практики, односно не ги применува нечесните пазарни практики од т.н. црна листа (членови 31-а, 31-б, 31-в, 31-г, 31-д и 31-ѓ) од Законот за заштита на потрошувачите
- Јасно означува реклами и маркетинг (2.6)
- Внимава огласувањето преку пишани медиуми, ТВ програми, продажба преку интернет, веб портали и други начини на продажба и реклама на производи да не содржи невистинити, заведувачки или двосмислени информации (2.2)
- Почитување на одредбите од Законот за заштита на потрошувачите и Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги кои забрануваат рекламирање и презентирање на производи наменети за децата (2.2) (2.5)
 - Законот за заштита на потрошувачите (ЗЗП) со член 31 го забранува нечесно пазарно однесување. Во таа насока заштитена е посебно ранливата популација, децата, од пазарното однесување за коешто е „веројатно дека значително ќе го наруши економското однесување поради нивната, возраст или лековерност на начин предвидлив од трговецот”.
 - Законот за аудио и аудио визуелни медиуми вклучува аудио визуелна комерцијална комуникација која директно или индиректно промовира производи и услуги (ТВ реклами, спонзорства, телешопинг, или пласман на производи) и со одредени одредби има намера да ја заштити особено ранливата популација – децата.
- Не применува практики на агресивно пазарно однесување (при продажба надвор од деловни простории или на друг начин)



Област/Критериум	Исполнува ДА/НЕ	Извор на верификација	Коментар
1	2	3	4
<ul style="list-style-type: none"> Употребува јасни и разбирливи договори и избегнување нефер услови во договорите (еднострано менување на цени и услови, долги договорни периоди) (2.5) Избегнува стереотипно прикажување во рекламите и маркетиншките комуникации во однос на род, религија, етничка припадност, попреченост или други лични карактеристики на луѓето. (2.5) Друго 			
2.1. Означување (состав, земја на потекло, енергетска ефикасност, рециклирање, ...)			
2.2 Посебно внимание при рекламирање и маркетинг насочени кон децата, постарите лица, хронично болните и оние кои можеби не се во можност сеопфатно да разберат или да бидат информирани за производите или услугите			
2.3 Комуникација со потрошувачите на едноставен и разбирлив начин			
2.4 Зголемување на транспарентноста преку поактивно објавување информации			
2.5 Одговорни, вистинити и фер реклами, информации и договори			
2.6 Јасно и препознатливо рекламирање			
3. Односи со потрошувачите, техничка поддршка, и решавање поплаки и спорови			
<p>Насоки:</p> <ul style="list-style-type: none"> Се грижи за потребите на потрошувачите по продажбата на производите или услугите, и тоа соодветна инсталација, гаранции, техничка поддршка во употребата, како и одредби за враќање, поправка или одржување. (3.1, 3.2, 3.4) Обезбедува поддршка, сервис и резервни делови согласно одредбите од Законот за заштита на потрошувачите (3.1) Нуди гарантни рокови кои се адекватни за очекуваниот век на производот (3.2) Нуди одржување и сервис по разумни цени, на разумни локации (3.1, 3.2) Постојат правила и постапки за поддршка на потрошувачи (3.1) Има служба за поддршка на потрошувачи при решавање спорови или одговорно лице за поддршка при постоење на одредени барања од страна на потрошувачите (3.1) Нема ваква служба нити одговорно лице, но вработените се спремни да помогнат во однос на техничка поддршка и решавање на спорови (3.1) Се почитуваат правата кои произлегуваат од правото на потрошувачите да купат исправен производ (сообразен со техничките барања) и остварат законски права за поправка на производот, замена, или добивање на нов производ, односно враќање на платениот износ. (3.2) 			

Област/Критериум	Исполнува ДА/НЕ	Извор на верификација	Коментар
1	2	3	4
<ul style="list-style-type: none"> Учествува во компаративни тестирања на производи направени од страна на релевантни институции и веродостојно ги прикажува резултатите (3.3) односно евентуално добиените награди Применува алатки за спогодбено решавање на спорови (води посебна евиденција на решени и нерешени спорови по области и вид на производ/услуга) (3.4) Ги информира потрошувачите на јасен, разбирлив и достапен начин за механизмите за разрешување поплаки и спорови, како за обезбедување надомест или други корективни решенија. Води статистика на задоволни потрошувачи (на пр. со истражувања, статистика за поплаки, итн.) со цел подобрување на задоволството на потрошувачите и профитот на претпријатието (3.5) Друго 			
3.1 Поддршка по снабдувањето и служба за помош на потрошувачите			
3.2. Гарантен лист			
3.3 Тестирање на производот Учество во компаративни тестирања на слични производи со цел утврдување на квалитет (од независни институции)			
3.4 Пристап до правда Укажува на начинот за остварување на правата доколку потрошувачите се незадоволни од производите и/или услугите вклучително и алтернативни механизми при спорови			
3.5.Управување и перцепција на барањата на потрошувачите			
4.Заштита на личните податоци на потрошувачите и нивната приватност			
Насоки: <ul style="list-style-type: none"> Ги ограничува видовите информации кои се прибираат од потрошувачите само на оние информации кои се неопходни за давање на услугите и производите, или се доброволно дадени од потрошувачите Ја декларира на потрошувачите намената за која прибира податоците од нив и не ги употребува за други цели, вклучително и за маркетинг Го применува Законот за заштита на личните податоци Има лице кое се грижи за заштита на личните податоци и неговиот идентитет е објавен При склучување на договори со потрошувачите, одредбите кои се однесуваат на заштита на личните податоци се јасно дефинирани Има внатрешни правила/процедури кои претпријатието ги почитува во однос на личните податоци, начинот на прибирање, нивната употреба и обезбедување, право потрошувачите да ги проверат собраните лични податоци за нив, и да побараат нивно бришење или исправка При понуда на картички за попуст, потрошувачите потпишуваат договор со кој се утврдува начин на користење на личните податоци 			

Област/Критериум	Исполнува ДА/НЕ	Извор на верификација	Коментар
1	2	3	4
<ul style="list-style-type: none"> • При продажба преку интернет или вон деловни простории ги применува правилата кои се однесуваат за заштита на личните податоци при продажба на далечина или вон деловни простории, согласно Законот за заштита на потрошувачите • Ги информира потрошувачите за грижата за нивните лични податоци по нивно барање и / или самоиницијативно. • Друго 			
4.1 Заштита на личните податоци и приватноста на потрошувачите			
4.2 Воспоставен систем за управување со личните податоци на потрошувачите			
5. Едукација и свесност на потрошувачите			
<p>Насоки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ги информира потрошувачите за нивните права согласно законската рамка и правилата на компанијата, како и организациите/институциите за нивна заштита или давање совети (пр. пазарен инспекторат, организации на потрошувачи); ваквото информирање се врши и пред склучување на договор со потрошувачот • Развива вештини кај потрошувачите за да можат да ги оценат и споредат производите/услугите • Има сопствени или користи други иновации кои се корисни за животната средина и природата, во поглед на штетните последици од производите и создавање на отпад од истите; • Ги едуцира своите вработени за пристапот кон потрошувачите и давање соодветни веродостојни информации за квалитетот и безбедноста на производите и начинот на нивната употреба и одлагање со цел заштита на животната средина; • Одржува редовни состаноци со снабдувачите во интерес да пласираат безбедни производи и производи чие пакување не ја загадува средината (биоразградлив) • Друго 			
5.1 Општествено одговорни иновации			
5.2 Едукација за безбедна и правилна употреба на производите која нема да и наштети на животната средина			
5.3 За едукација на потрошувачите се достапни точни и објективни информации			
5.4 Подигање на свеста за активности за намалување на штетните последици од употребата на производите			
6. Свесна и одржлива потрошувачка			

Област/Критериум	Исполнува ДА/НЕ	Извор на верификација	Коментар
1	2	3	4
<p>Насоки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Нуди услуги кои се општествено и еколошки корисни и кои ги намалуваат негативните влијанија врз општеството и животната средина • Врши едукација на потрошувачите за да го разберат влијанието на нивните потрошувачки одлуки врз нивната добросостојба и врз животната средина, и дава практични совети за тоа како да ги променат своите потрошувачки навики • Употребува летоци/брошури со кои ги информира потрошувачите за користење на енергетско – ефикасни производи (6.1) • Има посебен оддел или лице кое се грижи за одржлива потрошувачка (ООП) и зачувување на природните ресурси и врши промоција на своите практики во оваа насока • Пакувањата на производите се прават во соодветна амбалажа која е биоразградлива и одговара на величината на производот (не се ставаат непотребно повеќе слоеви хартија на пример, или пакувањето на малите производи не се прави во големи пакувања) • Поставува соодветни натписи за намалување на отпадот, или врши едукација преку ознаките на производите, на местото на продажбата и сл. • Користи природни средства за пакување, избегнува пластика (на пример, повеќе користи хартиена амбалажа); Употребува материјали (пластични кеси или други производи кои доаѓаат во контакт со производот) кои се биоразградливи, компостабилни и не влијаат на деградација на природата. (6.4, 6.5) • Го информира потрошувачот за условите на одлагање на производот по завршување на неговиот т.н. „животен циклус“ • Друго 			
6.1 Услуги и производи, кои се енергетско ефикасни, поефективни и еколошки			
6.2 Промоција на одржлива потрошувачка			
6.3 Животен циклус на производите			
6.4 Иницијативи за промоција на поголема одговорност за животната средина			
6.5 Промовирање развој на технологии кои се пријателски или помалку штетни кон животната средина (вклучително и оптимизирање на користењето на енергијата во зградите)			

Колона 1: Вкупно 25 критериуми за сите 6 области

За сертификација потребно е да бидат исполнети најмалку 50% од критериумите за секоја област, односно:

1. Заштита на безбедноста и здравјето на потрошувачите, 2 од вкупно 3 критериуми
2. Користење на фер пазарни практики при информирање, рекламирање, означување и склучување договори со потрошувачите, 3 од вкупно 6 критериуми
3. Односи со потрошувачите, техничка поддршка, и решавање поплаки и спорови, 3 од вкупно 5 критериуми
4. Заштита на личните податоци на потрошувачите и на нивната приватност, 1 од вкупно 2 критериуми
5. Едукација и свесност на потрошувачите, 2 од вкупно 4 критериуми
6. Совесна и одржлива потрошувачка, 3 од вкупно 5 критериуми

Колона 2: Исполнување на критериумите

Со одговор ДА или НЕ

Колона 3: Извор на верификација

Се впишува еден или повеќе од наведените извори на верификација

- Увид на верификаторот за време на посетата
- Документ или акт на претпријатието за конкретниот критериум
- Јавна информација на веб сајт или социјален медиум
- Посебно назначено одговорно лице за критериумот, со кој верификаторот разговарал
- Анкетирање на минимум 3 потрошувачи
- Друго, објаснете кој е другиот извор (пр. сертификат за одредена област од критериумите)

Колона 4: Коментар

Во оваа колона се впишува

- Кратко образложение за исполнетоста на критериумот
- Видови поддршка од верификаторот за претпријатието за евентуално исполнување на критериумот
- Период во кој претпријатието се согласил да го исполни соодветниот критериум (помеѓу 2 недели и 2 месеци) со цел добивање на сертификатот.

Д. Преглед на Документацијата на претпријатието поврзана со ФсП