



Организација на потрошувачите
на Македонија



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embassy of Switzerland in Macedonia



МИНИСТЕРСТВО ЗА ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА - БИРО ЗА РАЗВОЈ НА ОБРАЗОВАНИЕТО
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE - BUREAU FOR DEVELOPMENT OF EDUCATION

ПРИРАЧНИК ЗА ПРАВАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ПО ПРЕДМЕТОТ ВЕШТИНИ ЗА ЖИВЕЕЊЕ



Автори:

М-р Маријана Лончар –Велкова
Претседател на Организација на потрошувачите на Македонија

Д-р Јадранка Дабовиќ-Анастасовска
Редовен Професор на Правен Факултет “Јустинијан Први”
Универзитет “Св. Кирил и Методиј” - Скопје

Елизабета Спиридонова
Соработник и советник за едукација и информирање на потрошувачите во
Организација на потрошувачите на Македонија

Софка Коцева
Советник во Бирото за развој на образованието

М-р Александар Николов
Експерт за општествена одговорност на претпријатијата

Овој прирачник е изработен од Организацијата на потрошувачите на Македонија и Бирото за развој на образованието на Република Македонија. Неговата подготовка и издавање се финансирани од страна на Амбасадата на Швајцарија во Македонија.

Со прирачникот се поддржува и програмата за образование за заштита на потрошувачите, усвоена од Бирото за развој на образованието, што истовремено претставува придонес во спроведување на Програмата за заштита на потрошувачите на Владата на Република Македонија.

ПРЕДГОВОР

Наставниот предмет „Вештини за живеење“ – кој се изучува како изборен во VII, VIII и IX одделение – обработува повеќе тематски подрачја, меѓу кои и заштита на потрошувачите. Прирачникот е наменет за наставниците кои го предаваат предметот или ќе реализираат слободни ученички проекти, односно активности со учениците, за заштита на нивните права како потрошувачи.

Целта е преку Прирачникот на наставниците да им се понудат нови сознанија, информации и практични идеи за примена на содржини и теми од потрошувачкото право и политика во Република Македонија со кои ќе може да им ја приближат проблематиката на учениците. **На овој начин учениците ќе ги зголемат своите знаења и вештини во практикување и остварување на своите права како потрошувачи и корисници на услуги, а воедно ќе стекнат способности со кои ќе можат да донесуваат правилни потрошувачки одлуки и одговорот на предизвиците на современото живеење.**

Прирачникот ги опфаќа следните теми:

- права на потрошувачите во Република Македонија;
- безбедност на производите;
- безбедност на храната;
- заштита на личните податоци;
- дигитални права;
- енергетска ефикасност;
- финансиска писменост;
- наградни игри и купување преку интернет.

Темите се одраз и на новите предизвици со кои се соочуваат тинејџерите. Оваа популациона група се повеќе страда од последиците на неправилната исхрана, од што како најчеста последица се јавува прекумерната тежина. Младите немаат доволно образование и информации за планираната исхрана и затоа рекламирањето храна со високо ниво на масти, сол и шеќер, уште повеќе ја усложнува состојбата. За таа цел, прирачникот става акцент на подобрување на навиките за исхрана и тежнеење кон активен и здрав начин на живот. Исто така, во интернет ерата, младите имаат можност лесно да пристапат до несоодветни содржини. Социјалните мрежи, пак, претставуваат опасност со насоченото рекламирање за купување и користење на одредени производи и услуги. Продавачите со таквото рекламирање ја користат т.н. дигитална патека којашто малолетните лица ја оставаат, со цел да им испратат, без нивно знаење, реклами прилагодени на нивните вкусови како потрошувачи, или уште полошо, за производи кои „им се допаѓаат“ на нивните пријатели. На овој начин се искористува социјалниот притисок што групата го врши врз нив, а на кој тие се особено ранливи. Состојбата и ранливоста е уште повеќе изразена кај деца и млади потрошувачи кои истовремено се соочуваат со дополнителен фактор на ранливост (хендикеп, растење без родителска грижа, растење во семејство со ниски приходи и сл.).

Прирачникот ќе помогне и придонесе кон зајакнување на потрошувачкото образование за младите потрошувачи, кон зголемување на нивната самодоверба во секојдневното опкружување при купување и користење на производи и услуги. Како млади лица кои само што влегуваат како потрошувачи на пазарот, тие треба да бидат информирани и едуцирани за оваа област, а едукацијата првенствено треба да се обезбеди во наставниот процес . Прирачникот има за цел да ја подигне потрошувачката едукација на едно повисоко ниво давајќи и значајно место во образовниот процес и се надеваме ќе придонесе кон развој на нови идеи и иновации како и дополнување на дидактичките насоки со цел подигање на свеста кај учениците за нивните права и одговорности како потрошувачи.

М-р Весна Хорватовиќ,
Директор на Бирото за развој на образованието

ОПШТА ЦЕЛ НА ПОТРОШУВАЧКАТА ЕДУКАЦИЈА

Информираноста и едукацијата на потрошувачите е особено важен дел од нивната севкупната едукација. Се претпочита терминот потрошувачка едукација отколку информирање, бидејќи информирањето за разлика од едукацијата не бара голема ангажираност на интелектуално и емоционално ниво. Потрошувачката едукација развива способности да се направи добар потрошувачки избор, помага при донесувањето на ефикасни потрошувачки одлуки, свесно поставување приоритети, во насока кон подобрување на секојдневниот живот на одржлив начин. Оваа едукација не треба да се насочи кон пренесување на економски поими, објаснување како функционира пазарното стопанство, формирањето на цените и сл. Потрошувачката едукација има за цел да ги развие знаењата, сфаќањата, вештините и способностите, што се неопходни за живеење во потрошувачко општество и подразбира прифаќање на одговорност, којашто низ образовниот процес се вградува и негува.

Едукацијата овозможува правилно толкување на потрошувачките информации и дава можност да се направи одговорен потрошувачки избор преку запознавање на потрошувачите со нивните права и обврски. Особено важно низ процесот на едукација е потрошувачите да развијат способности за барање совет кога е потребно, поднесување жалби и ефикасно решавање на евентуалните проблеми. Со потрошувачката едукација, исто така, се развиваат и способностите за правилно водење на семејниот буџет, како и умешноста за осознавање на социјалното и на економското влијание од донесената потрошувачка одлука. Ова е исклучително важно бидејќи се поклопува со глобалната цел во потрошувачката едукација, а тоа е: од знаење – до акција.

Потрошувачката едукација има за цел создавање компетентен, самоуверен, активен потрошувач, кој размислува и одлучува во поширок контекст. Тоа придонесува во развојот на политичката култура, демократизацијата на општеството и развојот на граѓанското општество. Од тие причини оваа едукација треба да се разбере како еден долготраен и комплексен процес.

КАКО ДА ГО КОРИСТИТЕ ОВОЈ ПРИРАЧНИК?

Прирачникот дава воведни и подготвителни информации за наставникот, примери со дидактички насоки за нивна реализација како и елементи на евалуација.

Модулите за заштита на потрошувачите како составен дел на образованието за вештини за живеење, слободните ученички активности и истражувачки проекти – се начините за реализација на темите од ова подрачје. Комбинацијата на знаења, вештини и ставови, според моделот на европските електронски бази (на пр. <http://www.consumerclassroom.eu/>), секогаш се ставени учениците во центарот, додека наставниците имаат улога на модератори и даватели на соодветни насоки. Особено треба да се проучат: потребите, предзнаењата, содржините, подрачјата и активностите адекватни на опкружувањето како и изборот на алатки со кои ќе ги мотивираат учениците и техники за работа, да понуди истражувачки проекти, примери засновани врз искуства и слично.

При користење на прирачникот треба да се има предвид дека потрошувачката едукација не познава пристрасност и реклама на одредени производи. Затоа на наставниците им се сугерира да заземат неутрален став во однос на производите и услугите, без нивно фаворизирање, доколку ги даваат како пример. Исто така, наставниците не треба да фаворизираат определени трговски марки, маркети и продавници. На ваков начин на учениците не им се наметнуваат мислења и тие

ќе можат критички и самостојно да размислуваат. Во овој контекст не е пожелно да се употребуваат фрази како: „нашата позната реклама“, „познат ви е овој производ – секојдневно го употребуваме“, „овој омекнувач на алишта најдобро мириса“, итн. Погодно е да се користи неутрална терминологија – на пр. производ купен од некоја продавница, без да се потенцира од каде е точно купен производот, која трговска марка е, или каква реклама има.

Особено треба да се внимава примерите што се изложуваат при реализација на активностите да не поттикнуваат непожелни потрошувачки избори. На пр. наставникот не треба да дава акцент на тоа колку учениците ги сакаат грицките и чоколадата, или да ги фаворизира овие производи преку примери за декларација на производи и реклами. Ова е спротивно на насоките на Меѓународната организација на потрошувачи која промовира што помала консумација на ваков вид производи поради нивното влијание врз порастот на прекумерната телесна тежина кај децата.

При користење на Прирачникот пожелно е наставниците да ги прочитаат посочените извори на информации. Исто така, секогаш можат да се обратат и до Организацијата на потрошувачите на Македонија чии експерти стојат на располагање за да дадат поддршка и помош.

СОДРЖИНА

1. Основни права на потрошувачите во Република Македонија

- А) Документи кои го придружуваат производот (фискална сметка, гаранција и гарантен лист, ознаки на производот/декларација)
- Б) Производи со недостаток – права и постапка при вакви случаи
- В) Нечесно пазарно однесување при продажба на производи и услуги
- Г) Надлежни институции

2. Безбедност на производите

- А) Козметички производи
- Б) Играчките и нивната безбедност
- В) Фалсификувани производи
- Г) Надлежни институции

3. Безбедност на храната

- А) Правилно означување на прехранбените производи по видови производи
- Б) Области на заштита и надлежни институции

4. Заштита на лични податоци

5. Дигитални права

6. Енергетска ефикасност

7. Финансиска писменост

8. Наградни игри и купување преку интернет

- А) Наградни игри
- Б) Купување преку интернет

1. ОСНОВНИ ПРАВА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Основен материјал за подготовка на наставникот

За тематската област „Права на потрошувачите во Република Македонија“, наставникот треба да се подготви преку запознавање со основните права на потрошувачите кои се уредени со Законот за заштита на потрошувачите. Имено, со овој Закон се уредуваат условите и начинот на заштита на потрошувачите, условите за трговско работење, правата и обврските на здруженијата на потрошувачите и надлежноста на органите на државната управа во однос на заштитата на потрошувачите.

- ▶ Наставникот треба да го нагласи само она што му е потребно на ученикот, во вид на информација од Законот, а не да бара од учениците да го проучуваат Законот!

Дополнителни ресурси

Наставникот може да ги проучи и користи и постојните брошури на Организацијата на потрошувачите на Македонија за оваа проблематика, со цел материјата подобро да ја доближи или пренесе на учениците, и тоа:

- „Нечесно пазарно однесување“;
- „Распродажба на производи“;
- „Начин на остварување на правата на потрошувачите кај производи со недостаток“;
- „Права на потрошувачите кај производи со недостаток“, и
- „Кој ги штити правата на потрошувачите?“

Наведените брошури, како и дополнителни информации, можат да се најдат на веб сајтот на Организацијата на потрошувачите на Македонија: www.opm.org.mk.

А) ДОКУМЕНТИ КОИ ГО ПРИДРУЖУВААТ ПРОИЗВОДОТ (ФИСКАЛНА СМЕТКА, ГАРАНЦИЈА И ГАРАНТЕН ЛИСТ, ОЗНАКИ НА ПРОИЗВОДОТ/ ДЕКЛАРАЦИЈА)

ФИСКАЛНА СМЕТКА

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Трговецот мора за продадениот производ, односно извршената услуга, на потрошувачот да му издаде фискална сметка.

Фискалната сметка е доказ дека потрошувачот регуларно го купил производот од одреден трговец. Истовремено, претставува основ за остварување на правото да го замени, врати или пак да добие нов производ доколку купениот производ од одредени причини не ги задоволува потребите на потрошувачот, не одговара за намената за која е купен, односно заради потребно сервисирање доколку производот се расипал, или покажал одредена несообразност во гарантен рок.

Доколку производот не одговара во однос на формата, големината, моделот, бојата, бројот или од други причини (освен во случај на купен производ изготвен по нарачка) потрошувачот има право кај трговецот кај кој е купен да го замени со производ со соодветен квалитет. Ова право може да се оствари во рок од 15 дена од денот кога производот е купен, ако производот не бил употребуван, ако е сочуван изгледот, употребните својства, пломбите, фабричките етикети, **како и фискалната сметка**. Ако во моментот на поднесувањето на барањето од страна на потрошувачот, трговецот нема соодветен производ што ќе одговара на неговите потреби, потрошувачот има право по свој избор да бара: раскинување на договорот и враќање на платениот паричен износ или замена на производот со соодветен кога ќе има таков производ.

Трговецот е должен да го извести потрошувачот кој барал замена на производот дека има таков производ за продажба во рок кој не може да биде подолг од 30 дена од денот на приемот на барањето.

● АКТИВНОСТ: ФИСКАЛНА СМЕТКА – ЗОШТО НИ Е ПОТРЕБНА?

Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да го разберат значењето на фискалната сметка и умеат да ја читаат;
- ⇒ да умеат и можат да ја користат во дадена ситуација;
- ⇒ да ја чуваат и да разберат зошто е потребно да го прават тоа;
- ⇒ да знаат дека производот може да се рекламира.

Наставни средства: примероци собрани фискални сметки од учениците, хамер, фломастери.





Место на реализација: училница, маркет, продавница, центар за услуги и сл.

Времетраење на активностa: еден наставен час



Тек на активноста:

За реализација на оваа содржина можат да се осмислат најразлични начини, и тоа посета, или истражување на трговски центри, дуќани, фризерски салони, лекарска услуга, итн. Според местото на живеење и можностите се прави сценарио - подготовка за активностите, наставникот дава насоки, задачи, а потоа ги следи учениците и дава објаснувања.

Денес купив	Ми дадоа фискална сметка 	Не ми дадоа фискална сметка 	Ја земав, но не ја сочував фискалната сметка 	Ја сочував фискалната сметка 
Производ 1			X	
Производ 2	X			
Производ 3 ...				X

Учениците се делат во три групи и кажуваат што купиле изминатата седмица или денес. Потоа за секоја група се црта табела како онаа што е прикажана подолу. На крајот се сумираат обоените топчиња по групи и за сите групи вкупно.

Се отвора дискусија согласно со добиениот резултат. На пример, доколку повеќе ученици се изјасниле дека фискалната сметка ја зеле, но не ја сочувале, наставникот објаснува зошто е потребно сметките да се чуваат и колку долго.

Учениците се мотивираат самостојно да изработат хамер (постер) на кој што ќе залепат сметки и ќе наведат што купиле. Доколку некој од нив има одреден пример, односно се сретнал со одредени проблеми поврзани со неиздавање или нечување на фискална сметка, ги наведува истите. **Доколку не се јави ученик кој може да посочи пример, тогаш наставникот дава пример и започнува дискусија.**

Пример: Купувате подарок (блуза) за вашиот другар за роденден. Како ќе постапите кога ќе му го предадете подарокот?

- Дали со подарокот му ја давате и фискалната сметка, или пак му велите дека истата е сочувана кај еден од вас доколку сака подарокот да го замени од некоја причина?
- Каква е постапката доколку другарот сака да го замени производот (блузата) затоа што е помала, а нему му треба поголем број?

Порака: Секогаш земајте и чувајте ја фискална сметка! Без фискална сметка, правата на потрошувачот не можат да се остварат.

Може да се направи резиме и да се проверат очекуваните резултати.

Прашања:

П. Дали продавачот мора да ви издаде фискална сметка?

О. Да, затоа што инаку нема да можам да го вратам, заменам или да добијам нов производ доколку купениот не ги задоволува моите потреби, или не одговара за намената за која е купен.

П. Колку долго треба да ја чувам фискалната сметка?

О. Најмалку за времето за кое важи гаранцијата.



ГАРАНЦИЈА ЗА ИСПРАВНО ФУНКЦИОНИРАЊЕ НА ПРОИЗВОДОТ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Потрошувачите треба да бидат добро информирани за правата кои произлегуваат од гаранцијата за исправно функционирање на производите. Гаранцијата задолжително се издава на потрошувачот при купување технички производи (бела техника, велосипеди, мопеди, компјутери, мобилни телефони, како и многу други телекомуникациски и технички производи). Трговецот е должен да му даде на потрошувачот гаранција за квалитет, односно за исправно функционирање на производот. Тој е должен најмалку во период од пет години од денот на производството или две години по истекот на гарантниот рок на производот, да обезбедува резервни делови. Производот може да се сервисира најмногу **три пати** во рамките на гарантниот рок. Доколку не се поправи производот, потрошувачот има право да бара од трговецот да го замени со ист таков нов и исправен производ, или да му биде вратен платениот износ за купениот производ. Сите трошоци – материјалот, резервните делови, работата, транспортот – кои настануваат при отстранување на дефектот, односно замена на производот, а врз основа на гаранцијата, секогаш паѓаат на товар на трговецот, а не на потрошувачот.

Недостатоците кои се откриени од страна на потрошувачот, трговецот мора да ги отстрани во рок од 30 дена од моментот на поднесувањето на барањето. За производите кои служат за потрајна употреба трговецот е должен, по приемот на барањето од потрошувачот, веднаш да му достави соодветен производ кој потрошувачот ќе го користи за време на поправката на производот.

Во случај на отстранување на недостаток на производот, гарантниот рок се продолжува за време во кое производот не е користен. Ова време се пресметува од денот на барањето на потрошувачот за отстранување на недостатокот.

Во случај на отстранување на недостатоци со замена на производот кој се склопува или е составен дел на производот за кој се утврдени гарантни рокови, гарантниот рок за новиот производ почнува да тече од денот кога на потрошувачот му е испорачан производот чиј недостаток се отстранува.

АКТИВНОСТ – ГАРАНЦИЈА НА ПРОИЗВОДОТ И МОИТЕ ПОТРОШУВАЧКИ ПРАВА

Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да го разберат значењето на гаранцијата;
- ⇒ да умеат критички да размислуваат и да можат да решат проблем.

Наставни средства: табла, креда, боички, фломастери, хамер.

Место на реализација: училница и други места.

Времетраење на активност: еден наставен час.

Тек на активностa:

Наставникот поставува прашање: „Дали некој од вас имал проблем со купен производ и како го решил“?

Учениците споделуваат сопствени искуства или искуства кои ги дознале од своите родители, роднини пријатели.

Наставникот ги поделува учениците во две групи и им ги дава следниве проблеми за да види како тие би постапиле при решавањето на истите:

Пример:

1. Купивме фен за коса кој по еден месец се расипа. Го однесовме на сервисер но измина месец и половина, а сервисерите не се јавија.



2. Како подарок добив фотоапарат и истиот не функционира.



Секоја група го разгледува својот проблемот кој ѝ е доделен и се обидува да најде решение. Потоа решенијата се запишуваат на табла или хамер. Наставникот ги чита правата на потрошувачите за производи под гаранција и

заедно со учениците ги коригира нивните решенија.

ПРАШАЊА	ОДГОВОРИ
Дали фискалната сметка треба да ја чувате заедно со гаранцијата и гарантниот лист?	Да, инаку нема да можам да го остварам правото од гаранцијата.
Доколку имате гаранција за одреден производ, а истиот е даден на сервисирање и задржан подолго време од 30 дена, а не си известен за тоа како ќе постапиш?	Производот треба да побарам да ми се врати исправен во рок од 30 дена. Доколку истиот не е поправен или не може да се поправи, имам право да барам нов производ.
Дали ќе побараш и продолжување на рокот за гаранција и за колкаво време (доколку продавачот не се сети тоа да го направи)?	Да, за времето за кое производот бил на поправка.

ДЕКЛАРАЦИЈА

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Декларацијата е задолжителна за секој производ и мора да содржи барем податоци за производителот, односно име и седиште на производителот, увозникот, материјалите од кои е направен производот, начин на одржување и употреба на производот, како и потекло на производот. Овие податоци понекогаш се утврдени со посебни прописи во зависност од тоа за која група на производи се работи.

● АКТИВНОСТ: ДЕКЛАРАЦИЈА – ЛИЧНА КАРТА НА ПРОИЗВОДОТ

Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да го разберат значењето на декларацијата;
- ⇒ да ги научат елементите на декларацијата;
- ⇒ да умеат правилно да постапат и донесат правилна и рационална одлука на пазарот;
- ⇒ да умеат да ги спознаат и остваруваат своите потрошувачки права.

Наставни средства: производи со декларација, фотографии од декларации, искуства од написи.

Место на реализација: училница, трговски и услужни центри, локали и сл.

Времетраење на активностa: два наставни часа

Тек на активностa: Наставникот прикажува декларации на производи и прави табела како прикажаната подолу. Потоа наставникот и учениците вршат анализа на содржините од декларациите на производите споредено со минимум потребните елементи пропишани во Законот за заштита на потрошувачите, ставајќи минуси или плусови во табелата. Види пример долу:

ПРОИЗВОД 1		ЕЛЕМЕНТИ НА ДЕКЛАРАЦИЈАТА									
		име на производ	начин на одржување	Состав	начин на употреба	трговска марка	дата на производот/ рок на употреба	фирма/ Седиште на производот/ трговецот	Можна опасност при употреба	Изјава за изменети својства на производот/делови	Изјава за усогласеност на производот со пропишани услови
ПРОИЗВОД 2		ЕЛЕМЕНТИ НА ДЕКЛАРАЦИЈАТА									
		име на производ	начин на одржување	Состав	начин на употреба	трговска марка	дата на производот/ рок на употреба	фирма/ Седиште на производот/ трговецот	Можна опасност при употреба	Изјава за изменети својства на производот/делови	Изјава за усогласеност на производот со пропишани услови

Б) ПРОИЗВОДИ СО НЕДОСТАТОК – ПРАВА И ПОСТАПКА ПРИ ВАКВИ СЛУЧАИ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Кои права ги има потрошувачот во случај да купи производ кој има недостаток?

Потрошувачот на кого му е продаден производ со некој недостаток има право по свој избор да бара: (1) бесплатно отстранување на недостатоците на производот или надомест на трошоците направени за отстранување на недостатокот; (2) сразмерно намалување на продажната цена; (3) замена на производот со соодветен производ со иста или друга трговска марка, тип, индустриски дизајн или ознака за потекло и географска ознака на производот; (4) раскинување на договорот, враќање на платениот износ и надомест на претрпена штета.

● АКТИВНОСТ – ШТО ДА НАПРАВАМ КОГА ЌЕ КУПАМ ПРОИЗВОД СО НЕДОСТАТОК?



Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да бидат запознаени со правата кои произлегуваат од Законот за заштита на потрошувачите;
- ⇒ да развијат критичко мислење и способност за практично решавање на потрошувачки проблеми.

Наставни средства: табла, постери, фломастери.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа.

ПРАШАЊЕ	ОДГОВОР
<p>До кого и во кој рок може да се поднесе барањето во случај кога производот има недостаток?</p>	<p>Барањето се поднесува до трговецот, надлежниот инспекциски орган, или до дистрибутерот. Барањето се поднесува во гарантниот рок (означен во гарантниот лист), односно во рокот до кога производителот назначил дека може да се употребува производот (кој тече од денот на производството).</p>
<p>Дали при ползување на овие права, потрошувачот треба да достави нешто, покрај барањето, до трговецот, дистрибутерот или надлежниот инспекциски орган?</p>	<p>Потрошувачот е должен да приложи фискална сметка за производот, односно јасно видлива и читлива сметкопотврда, а доколку постои гаранција, тогаш и гарантен лист.</p>
<p>Што доколку производот нема гаранција?</p>	<p>Тогаш потрошувачот може да поднесе барање, доколку недостатоците се откриени во рок од шест месеци од денот на предавање на производот. По истекот на овие рокови, потрошувачот ги губи правата по основ на производ со недостаток. Доколку потрошувачот сака да го замени производот за производ со иста трговска марка, тип, индустриски дизајн или ознака за потекло и географска ознака, трговецот нема право да наплати разлика во цената на производот ако во меѓувреме дошло до промена на цената на тој производ.</p>

Тек на активноста:

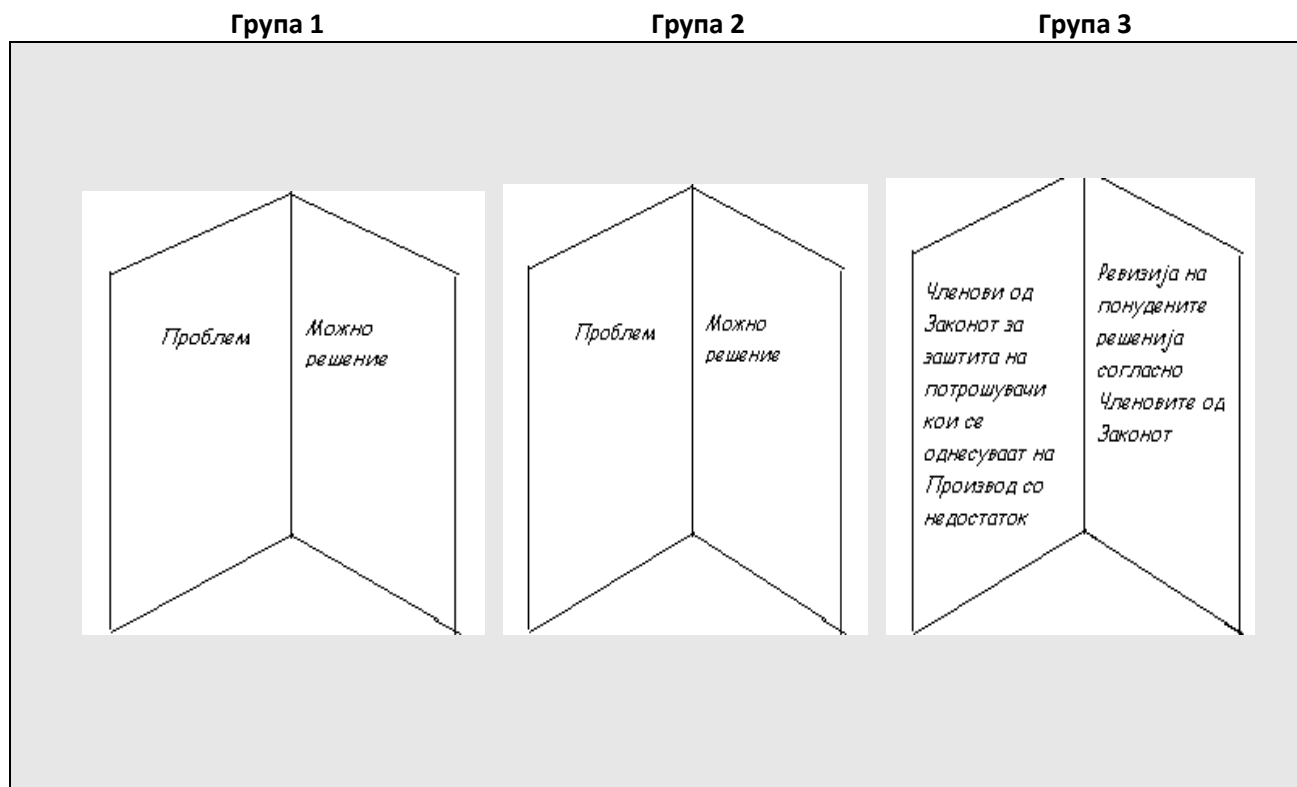
Наставникот ги поделува учениците во три групи.

Две групи добиваат одреден потрошувачки проблем кој е поврзан со производ кој има недостаток. Третата група ги има предвид правата на потрошувачите во ваков случај.

Секоја група која има даден потрошувачки проблем дава можни решенија кои се запишуваат на табла, или на голем постер.

Групата која ги знае правата на потрошувачите дава свој осврт и решенија на проблемот.

Се прави ревизија на претходните решенија, кои биле дадени на почетокот, и се дефинираат нови согласно Законот за заштита на потрошувачите.



Примери:

1. Купив чевли за кои ми беше нагласено дека не пропуштаат вода, но по два дена носење на влажно време чевлите се одлепија.

2. Купив мобилен телефон за кој ми дадоа комплетна документација но само што дојдов дома батеријата се празнеше и телефонот брзо се гаснеше.



В) НЕЧЕСНО ПАЗАРНО ОДНЕСУВАЊЕ (ИЗМАМНИЧКИ ПРАКТИКИ ПРИ ПРОДАЖБА НА ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ)

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

За подготовка на наставникот му се препорачува да ги прочита одредбите од Законот за заштита на потрошувачите кои се однесуваат на рекламирањето, како и брошурата „Нечесно пазарно однесување – како да го препознаеме?“ која е работена врз основа на најновите измени на Законот за заштита на потрошувачите („Службен весник на Република Македонија“ бр. 24/2011).

Што е пазарно однесување кон потрошувачите?

Пазарно однесување кон потрошувачите од страна на деловните субјекти е секое дејство, пропуст, начин на однесување или застапување, пазарна комуникација, вклучувајќи рекламирање и маркетинг, од страна на трговец, директно поврзани со промоција, продажба или снабдување на производи и услуги за потрошувачите.

Забрана на нечесното пазарно однесување

Во Законот за заштита на потрошувачите постои општа одредба со која се забранува нечесното пазарно однесување. Тоа е сеопфатна или таканаречена „чадор одредба“, која има за цел да ги опфати сите видови на пазарно однесување кое ќе се смета или третира како нечесно.

Пазарното однесување се смета за особено нечесно доколку е измамничко или агресивно. Исто така, постои листа на нечесно пазарно однесување кое во сите околности се смета како нечесно (таканаречена црна листа).

Дали рекламирањето е пазарно однесување? Рекламирањето, исто така, претставува пазарно однесување од страна на деловните субјекти и означува претставување во која било форма и врска со трговијата, бизнисот, занаетчиството или професијата со цел да се промовира продажбата или испораката на производите и услугите.

Што е заведувачко рекламирање? Заведувачко рекламирање е секое рекламирање кое на било каков начин, вклучувајќи ја и неговата презентација, ги доведува во заблуда или е веројатно дека ќе ги доведе во заблуда лицата на кои им е наменето и кое заради својата измамничка природа најверојатно ќе влијае потрошувачот да донесе одлука за купување на тој производ или услуга.

Рекламирањето може да биде насочено кон претерување или претерани тврдења во врска со главните карактеристики на производот и услугата, во поглед на достапноста на производите и корисноста од нив.

Примери на заведувачко рекламирање: тврдења за неверојатно кратко време на губење килограми, брзо спречување на опаѓање на коса, или ослободување од болки. Се среќаваат и реклами кои се однесуваат на карактеристиките на производот, на пр. ризиците: нешто се продава како производ без опасност, а всушност се потребни стриктни инструкции за негова употреба. Исто така, може да се забележи нечесно пазарно однесување кога се даваат информации (преку означување, реклама, разни понуди и сл.) за составот на производот кои се невистинити, на пример: без шеќер, без адитиви. Како пример можат да се наведат и тврдења за дополнителна опрема и услуги по продажбата (решавање на рекламации преку 24-часовна помош, а операторот не одговара во текот на ноќта); бесплатна поправка (а трошоците за транспорт на производот се пресметуваат во доставата.)

● АКТИВНОСТ - ДАЛИ СЕ ШТО СЕ РЕКЛАМИРА Е ТОЧНО?



Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да стекнат знаења за рекламата и нејзините елементи;
- ⇒ да можат да разликуваат заведувачка од коректна реклама;
- ⇒ да развијат критичко мислење.

Наставни средства: табла, постери, фломастери.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа.

Тек на активност:

Прашања за учениците:

- ▶ Што е рекламирање и каде го среќаваме?
- ▶ Какво влијание имаат рекламите врз потрошувачот?
- ▶ Како потрошувачот треба да гледа на рекламите?
- ▶ Дали рекламите можат да влијаат врз потрошувачкото однесување?

На учениците им се презентираат две реклами, од кои едната реклама се емитува за време на детска емисија додека другата за време на некоја популарна емисија.

Прашања за размислување кои ги насочуваат учениците:

По што се разликуваат овие реклами?

Дали има повеќе реклами за време на детска емисија или за време на популарната емисија? Зошто?

Наставникот прави табела, како онаа прикажана подолу, во која заедно со учениците прават споредба и анализа на двете реклами во однос на:

- **Желбата и потребата** – дали производот што посакувам да го купам навистина ми е потребен? Рекламите ќе ве убедат во тоа дека тој производ навистина ви е потребен.

- **Јазикот** кој се користи во рекламата. Користење на убедливи зборови како: најдобар, свеж, природен и сл.
- Пренесување на **клучна порака**. Што е главната порака на рекламата по што таа сака потрошувачот да ја запомни?
- Анализа на **звучите** од рекламата. Какви се тие?
- Какви луѓе се користат за рекламниот спот? Помлади, повозрасни?
- За која **целна група** е наменета рекламата?
- **Реалност или не?** Дали е вака во реалниот живот.
- **На крајот наставникот ги прашува учениците:** Правите ли разлика помеѓу фактите и рекламните тврдења? По што се поведува дискусија.

Реклама	Желба/ потреба	Јазик	Порака	Звучи	Учесници во рекламата	Целна група за која е наменета	Реалност или не
1.							
2.							

Во вториот дел од активноста наставникот им посочува на учениците две рекламни пораки кои содржат елементи од нечесно пазарно однесување.

Пример:

1. Купете го производот сега, дејствувајте веднаш, производот е со ограничена количина!

Во однос на првата реклама наставникот ги насочува учениците на размислување со следниве прашања:

- ▶ Како сака продавачот да делува?
- ▶ Каква одлука бара да донесете и за кое време?
- ▶ На што треба да мислите пред да се одлучите?



Се поведува заедничка дискусија.

2. Купете сончогледово масло, единствено без холестерол!

Наставникот ги насочува учениците поставувајќи им ги следниве прашања:



- ▶ Што е сончогледот?
- ▶ Какво масло содржат растенијата?
- ▶ Што е холестеролот? Дали може холестерол да се најде кај растенијата?

Се поведува заедничка дискусија.

Задачи за истражување: Дополнително се стимулираат учениците да истражат одредени реклами и да напишат текст за истите, по што текстовите се споделуваат за да се разменат одредени заклучоци за веродостојноста, односно претерувањето во рекламите. На пр. да анализираат реклами во познатите женски часописи, со познати личности, реклами за време на спортски преноси каде се истакнуваат добри својства на слатки пијалаци или храна со големо количество шеќер, или пак реклама за средства за разубавување на коса, за разни кремове за лице за брзо разубавување и сл.

● АКТИВНОСТ – ПРОИЗВОДОТ НЕ СЕ ВРАЌА И НЕ СЕ ЗАМЕНУВА (ИЗМАМНИЧКИ ПРАКТИКИ)



Цел – ученикот/ученичката да умеат да распознаат кога станува збор за нечесно пазарно однесување

Наставни средства: часописи со реклами, снимки на некои реклами од ТВ (реклами за одмор, со познати личности и сл.), фотографии од билборди, фломастери, табла, хартија.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активността: два наставни часа.

Тек на активността:

Учениците носат облека од дома со цел да одржат симулација на можна случка во продавница за облека. На секоја облека учениците ја наведуваат цената. На средина на „продавницата“ стои испишано со големи букви: „Купениот производ не се враќа“. Еден од учениците е продавач, друг е купувач. Останатите набљудуваат. Ученикот купувач влегува во продавницата, го купува производот и си оди „дома“. Тој констатира дека производот не му одговара по големина и веднаш се враќа во продавницата. Во продавницата продавачот љубезно го дочекува и кога потрошувачот сака да го врати или замени производот, продавачот му го покажува натписот и вели: „Жал ми е, но тука е нагласено дека купените производи не се враќаат ниту заменуваат со нови“.

Наставникот поставува прашања:

П. Зошто продавачот ставил таков натпис?

О. Да се обиде да го искористи незнаењето на потрошувачот за неговите права.

П. Дали продавачот е во право?

О. Не е, затоа што потрошувачот согласно Законот за заштита на потрошувачите има право да го врати производот или замени со нов.

П. Дали ова е добра или измамничка деловна практика?

О. Измамничка.

П. Што добива, а што губи продавачот со вакво однесување?

На краток рок, продавачот може да ги избегне трошоците за замена или враќање на производот кај оние потрошувачи што не се запознаени со своите права. Гледано на подолг рок, продавачот може да стекне лош глас кај потрошувачите, односно тие да почнат да избегнуваат да купуваат кај него.

П. Што наметнува продавачот? Што треба да стори потрошувачот? Каде да се обрати и како?

О. Продавачот наметнува свои правила на игра кои се спротивни на Законот и не му дава на потрошувачот можност да се повика на своите потрошувачки права, односно се става во надредена улога како тој да е закон.



Учениците се изјаснуваат по секое од поставените прашања и одговорите се запишуваат на таблата. Потоа секој од одговорите се анализира и се запишува како точен или неточен.

Прашање	Одговори	Број на точни одговори	Број на неточни одговори
1			
2			
3			

Околу целата ситуација се поведува дискусија. Наставникот ги образложува фактите по што се анализираат неточните одговори и зошто се неточни. Се формира еден заклучок со кој сите се убедени во правилните постапки во секојдневниот живот.

Г) НАДЛЕЖНИ ИНСТИТУЦИИ ПОДГОТОВКА НА НАСТАВНИКОТ

Наставникот може да се подготви со проучување на релевантните одредби од Законот за заштита на потрошувачите, но и да ја искористи брошурата „Кој ги штити правата на потрошувачите?“. Во тематската содржина „Права на потрошувачите во Република Македонија“ акцентот е ставен на правата на потрошувачите и како тие можат да се остварат. Во овој дел треба да им се посочи на учениците каде треба да се обратат доколку им се загрозени правата во однос на сите теми беа претходно опфатени, и на кој начин тоа да го направат. Затоа во овој дел препорачливо е наставникот да се фокусира на начинот на доставување пријава до соодветен инспекциски орган. Во овој случај и за овој дел тоа би бил Државниот пазарен инспекторат (www.dpi.gov.mk)

Како и кога треба да повикам државен пазарен инспектор?

Државниот пазарен инспекторат, своето работење го заснова врз одредбите на Законот за државен пазарен инспекторат, со кој се уредуваат неговите надлежности и овластувања.

Надзорот врз работењето на субјектите е директно поврзан со обврската за примена на законската регулатива и правата на граѓаните како потрошувачи на материјални добра и услуги.

Целта на надзорот на пазарот е да се прави редовна проверка на примената и почитувањето на законската регулатива во пракса, со што се унапредува конкуренцијата и заштитата на потрошувачите.

Државниот пазарен инспекторат има надлежности да постапува, по голем број законски и подзаконски акти во повеќе области, како што се: трговијата, угостителството, туризмот, занаетчиството и личните услуги, заштитата на правата на потрошувачите, заштитата на правата од индустриска сопственост, безбедноста на производите. Државниот пазарен инспекторат ги има надлежностите за спроведување на Законот за заштита на потрошувачите.

АКТИВНОСТ – КОМУ И КАКО ДА СЕ ОБРАТАМ?

Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да се здобијат со знаења за надлежните инспекциски органи за заштита на правата на потрошувачите;
- ⇒ да ги знаат своите права како потрошувачи;
- ⇒ да можат и да знаат како да се обратат до соодветен инспекциски орган.

Наставни средства: фломастери, табла, хартија, хамери.

Место на реализација: училница, посета на соодветната институција.

Времетраење на активност: два наставни часа.



Тек на активноста:

Наставникот пишува на таблата:

Во случај кога вашите права како потрошувачи се повредени своите оплаки може да ги доставите до инспекциските служби и до Организацијата за заштита на потрошувачите на Македонија.

Потоа прашува: Кој инспекциски орган ги штити правата на потрошувачите во согласност со Законот за заштита на потрошувачите? Точниот одговор се запишува на таблата.

Наставникот запишува и кога и во кои случаи потрошувачите ќе се обратат до Државниот пазарен инспекторат: може да ги напише и телефонските броеви, адреси за електронска пошта и сл.

Државниот пазарен инспекторат има надлежности да постапува, во повеќе области, како што се: трговијата, угостителството, туризмот, занаетчиството и личните услуги, заштитата на правата на потрошувачите, заштитата на правата од индустриска сопственост, безбедноста на производите.

Пример за учениците:

Потрошувачот купил блуза во продавница. Кога дошол дома констатирал дека производот не му одговара по големина. Бидејќи ја чувал фискалната сметка веднаш отишол во продавницата, но таму му рекле дека немаат друг број и дека не можат да ја заменат блузата со друга и не можат да му ги вратат парите.

Прашања за размислување:

Што ќе направи сега потрошувачот?

Какви се неговите права?

Каде ќе се обрати?

Кој е надлежен инспекторат?

Како да напише претставка до надлежниот инспекторат?

Откако ќе им објасни на учениците дека надлежен инспекциски орган за решавање на овој случај е Државниот пазарен инспекторат, наставникот ги дели учениците во групи и им дава задача да се обидат самите да напишат претставка до Државниот пазарен инспекторат.

Секоја група ја пишува својата претставка на хамер и ја елаборира. Наставникот користи готова претставка врз чија основа и заедно со учениците прави корекции на нивните претставки.

2. БЕЗБЕДНОСТ НА ПРОИЗВОДИТЕ

Основни материјали за подготовка на наставникот

За тематската област „Безбедност на производите“ наставникот треба да се подготви преку запознавање со одредбите од Законот за заштита на потрошувачите, Законот за безбедност на козметички производи („Службен весник на Република Македонија“ бр. 55/2007, и Правилникот за безбедноста на детските играчки кои се пуштаат во промет („Службен весник на Република Македонија“ бр. 149/2010 и 17/2012) .

Дополнителни ресурси

Наставникот може да ги проучи и користи и изданијата на Организацијата на потрошувачите на Македонија како:

- брошурите „Безбедност на козметички производи“, „Безбедност на детските играчки“ и „Пиратерија и фалсификување“;
- делови од Прирачникот „Едукација на детето и ученикот како потрошувачи“, особено делот кој се однесува на безбедност на детските играчки.

Наведените изданија можат да се најдат на веб сајтот на Организација на потрошувачите на Македонија: www.opm.org.mk.

А) КОЗМЕТИЧКИ ПРОИЗВОДИ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Козметички производ е супстанца или производ чија намена е да биде употребуван во контакт со различни надворешни делови од човековото тело (на пример коса, нокти, заби, кожа, итн.), со цел да ги чисти, парфимира, да го промени нивниот изглед, да ги заштити или одржува во добра состојба. Козметички производи се: помади, лосиони, гелови и масла за кожа (раце, лице, стапала, итн.), маски за лице, пудри за шминка, хигиенски пудри, тоалетни сапуни, парфемии, тоалетни води, препарати за капење и туширање (гелови, масла, пени), средства за депилирање, дезодоранси и антиперспиранти, бои за коса, лакови за коса, шампони за коса, производи за бричење, шминка, производи за нега на забите и на устата, производи за сончање, итн.

Безбеден козметички производ е оној производ кој кога го употребуваме под вообичаени услови не предизвикува штета по нашето здравје. Пред употреба битно е да го прочитаеме упатството за употреба и чување на козметичкиот производ, како и друга напомена или информација дадена од страна на производителот или од негов овластен претставник. Козметичкиот производ мора да содржи само супстанции (хемикалии) што не се опасни, и битно е да не им изминал рокот на траење.

Постои Листа на супстанции **што не смеат** да бидат користени во козметичките производи. Така, употребата на средства за боење е дозволена во рамките и границите кои ги предвидува Листата на бои што смеат да се употребуваат во одредени видови на козметички производи, со исклучок на козметичките производи кои содржат бои наменети исклучиво за боење на косата.

За безбедноста на козметичкиот производ одговорен е производителот. Испитување на безбедноста на козметичките производи вршат акредитирани лаборатории во согласност со прописите за акредитација.

На **амбалажата на козметичките производи** треба да се наведени следниве податоци: име на производот, видот на производот, името и адресата на седиштето на производителот или на правното лице кое е овластено за ставање во промет на козметичкиот производ, количината на козметичкиот производ, рокот на траење, серискиот број на производот и составот на козметичкиот производ. Овие податоци треба да бидат напишани на македонски јазик и да бидат добро видливи и читливи.

Надзорот за тоа дали правилно се применува Законот за безбедност на козметичките производи врши Министерството за здравство, поточно инспекциски надзор над спроведувањето на овој закон врши Државниот санитарен и здравствен инспекторат.

● АКТИВНОСТ – КОЗМЕТИЧКИ ПРОИЗВОДИ



Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да се запознаат со основните елементи на кои треба да внимаваат при купување на козметички производи;
- ⇒ да научат да бараат информации за безбедноста на производите;
- ⇒ критички да размислуваат за последиците од својата одлука како потрошувачи;
- ⇒ да развијат аналитички и истражувачки способности.

Наставни средства: козметички препарати, декларации, реклами, написи, фломастери, табла, хартија, хамери.

Место на реализација: училница, козметички продавници и сл.

Времетраење на активноста: два наставни часа.

Тек на активноста:

Наставникот ги потсетува учениците дека козметичките производи се неизбежен дел од нашето секојдневие – секој потрошувач барем еднаш дневно користи некој козметички производ. Потрошувачите имаат права кога купуваат козметички производи, кои им се гарантирани со Законот за безбедност на козметичките производи и Законот за заштита на потрошувачите. Притоа, наставникот ги запознава учениците со **важните елементи при купување на козметички производи**. Овие елементи се прикажани на сликата.



ПРАШАЊА	ОДГОВОРИ
Зошто е битно упатството за употреба?	Особено е значајно за производи кои можат да предизвикаат штетни влијанија доколку не се употребуваат како што е назначено.
Зошто е битен начинот на чување?	Начинот на чување на производот е важен од причина што несоодветното чување може да доведе до расипување на производот или намалување на неговите квалитативни својства. Така, дури и кога на производот не му изминал рокот на траење, тој заради неправилно чување може да се расипе и да стане неупотреблив.
Зошто е важен рокот на употреба?	Производите треба да се користат во рокот на употреба. Тоа е рок во кој производителот гарантира дека производот ќе ги задржи и сочува сите негови квалитативни карактеристики и својства.
Што треба да знам за супстанците кои се користат при изработка на хемискиот производ?	Сите козметички производи кои се добиени по пат на конвенционално производство содржат хемикалии. Дел од овие хемикалии можат да бидат штетни по здравјето. На декларациите на производите, состојките најчесто се подредени според својата количина во производот, што значи дека првата состојка на листата е најзастапена.

Учениците земаат два козметички производи за различна намена на пример: шампон за коса и крема за лице. Потоа ги анализираат етикетите и декларациите на производите и податоците ги запишуваат во табела:

Козметички производ 1

Упатство за употреба	Рок на траење	Начин на чување	Супстанците кои се користат при изработка на производот?

Козметички производ 2

Упатство за употреба	Рок на траење	Начин на чување	Супстанците кои се користат при изработка на производ?

Б). ИГРАЧКИТЕ И НИВНАТА БЕЗБЕДНОСТ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Наставникот може да користи различни извори на информации, но препорачливо е да го прочита Правилникот за безбедноста на детските играчки кои се пуштаат во промет („Службен весник на Република Македонија“ бр. 149/2010 и 17/2012).

Што се подразбира под детска играчка?

Детска играчка е секој производ или материјал произведен или наменет за играње на деца на возраст помала од 14 години.

Што не претставува детска играчка?

За детски играчки не се сметаат:

- Украсни предмети за прослави или свечености.
- Производи за колекционери под услов производот или неговото пакување да имаат видлива и читлива ознака дека производот е наменет за колекционери не помлади од 14 години.

Примери за оваа категорија се:

- а) детални и верни модели, сразмерно намалени;
 - б) комплекти за склопување на детални модели;
 - в) народни и украсни кукли и останати слични производи;
 - г) историски копии на играчки и
 - д) репродукција на вистинско огнено оружје;
- Спортска опрема (вклучувајќи и ролшуи, ролери и скејтборди наменети за деца со телесна тежина поголема од 20 килограми).
 - Велосипеди со максимална висина на седиште поголема од 435 мм.
 - Тротинети и останати превозни средства наменети за спортување или патување на јавни патишта и патеки.
 - Возила на електричен погон наменети за патување на јавни патишта или патеки или нивни тротоари.
 - Водна опрема за употреба во длабоки води и средства за учење пливање на деца (гуми и помагала за пливање).
 - Сложувалки со повеќе од 500 делови.
 - Пушки и пиштоли кои користат компримиран гас со исклучок на пиштоли и пушки на вода и стрели за лакови подолги од 120 цм.
 - Огномет, ударни каписли.
- Производи и игри со стрелечки предмети со остри врвови, како што се стрели за пикадо со метални врвови.

- Функционални образовни производи, како, на пример, електрични шпорети, пегли или други функционални предмети кои работат на номинален напон над 24 волти и кои се продаваат исклучиво за наставни цели под надзор на возрасни лица.
- Производи наменети за образовни цели во училишта или друг педагошки контекст под надзор на возрасно наставно лице, како научна опрема.
- Електронска опрема, како персонални компјутери и конзоли за игри, кои се користат за пристап на интерактивен софтвер и нивната периферна опрема, освен ако електронската и соодветната периферна опрема не се посебно направени и наменети за деца и имаат сопствена вредност на детска играчка, како што се специјално направени персонални компјутери, тастатури, џојстици или волани.
- Интерактивен софтвер, наменет за слободно време и за забава, како што се компјутерски игри и нивните носачи, како на пр. ЦД-а.
- Цуцли и лажалки за бебиња.
- Светлосни тела привлечни за деца.
- Електрични адаптери за играчки.
- Модни додатоци за деца кои не се наменети за користење при игра.

Кои се општи безбедносни барања?

Кога играчката се користи во согласност со нејзината намена, односно на предвидлив начин, земајќи го предвид однесувањето на децата не треба да ги загрозува безбедноста или здравјето на корисниците или на трети лица. Способноста на корисниците и, кога е тоа соодветно, на лицата што вршат надзор врз нив, се зема предвид особено во случајот на играчки што се наменети за употреба од деца на возраст под 36 месеци или од други определени возрасни групи. Етикетите што се поставени и упатствата за употреба што се приложени со играчката треба да им ги посочат на корисниците или лицата што ги надгледуваат опасностите и ризиците за појава на штета што се поврзани со употребата на играчките, како и начините за избегнување на таквите опасности и ризици.



АКТИВНОСТ – ШТО Е КОРИСНО ДА ЗНАМ ЗА ИГРАЧКИТЕ?



Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да научат да прават разлика помеѓу она што претставува играчка, а што не е;
- ⇒ да знаат со кои опасности може да се соочат самите или нивните најблиски;
- ⇒ да изградат правилен однос кон играчките;
- ⇒ да се оспособат да ги остварат своите потрошувачки права;
- ⇒ да бидат одговорни потрошувачи преку правење рамнотежа меѓу желбите и потребите.

Наставни средства: различни примероци од играчки, фломастери, табла, хартија, хамери.

Место на реализација: училница, продавница за играчки.

Времетраење на активност: два наставни часа.

Тек на активност:

Наставникот дава вовед и го запознава учениците со темата преку поставување на следниве прашања:

- Што за вас претставува играчка?
- Која била вашата омилена играчка?
- Дали ви се случила непријатност при играње со некоја играчка?

Пополнете: Што од наведено е играчка? (Т-точно) (П-погрешно)

Играчка е:	Т/П: Точно/Погрешно
Ѓаволски рокчиња што светат	
Сложувалка со помалку од 500 делови	
Тротинет	
Кадифено мече	
Топка	
Компјутерска игра	

В) ФАЛСИФИКУВАНИ ПРОИЗВОДИ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Корисно и препорачливо е наставникот да им посочи на учениците што треба да знаат за фалсификуваните производи и пиратските производи. За таа цел се препорачува да се прочита брошурата „Фалсификувана и пиратска стока“ на Организацијата на потрошувачите на Македонија, како и медиумски прилози за негативни искуства од употреба на вакви производи.

Под **пиратска стока** се подразбираат производи произведени врз основа на незаконски присвоени авторски дела или предмети на сродни права. Најчесто станува збор за нелегално изработени примероци на авторски дела (на пр., издавање на роман без дозвола на авторот или негово умножување без согласност на издавачот), односно, предмети на сродни права (на пр., умножување на носачи на звук, носачи на слика и звук, филмови, итн.)

Под **фалсификувани производи** се подразбираат производи, заедно со амбалажата, на која без овластување е означена трговска марка идентична на трговската марка регистрирана за такви производи, или трговската марка која по сите свои битни својства не може да се разликува од регистрираната трговска марка (на пр., облека на која е ставена трговска марка без согласност од носителот на правото на трговската марка).

Фалсификуваните и пиратските производи **може да предизвикаат различна штета или несоодветно задоволување на потрошувачите потреби**, на пример:

- труење од фалсификувани алкохолни пијалаци;
- појава на алергии од фалсификувани детергенти, шампони и козметички производи;
- присуство на антибиотици во лекови за намалување на температура и аналгетици, и развивање на резистентност (отпорност) на антибиотици;
- продажба на некавалитетни делови во автомобилската индустрија што е причина за небезбеден сообраќај и појава на сообраќајни незгоди;
- продажба на технички производи без гаранција што можат да ја уништат инсталацијата и да предизвикаат пожар;
- со пиратски софтвер што е модификуван може да се оштети компјутерот;
- слаб квалитет на пиратските книги, филмови, музика, итн.

Како да се заштитиме од фалсификуваните и пиратските производи?

Преку избегнување на:

- купување производи од улични продавачи кои не даваат фискална сметка;
- купување лекови и медицински помагала на зелени пазари;
- купување производи без декларација на македонски јазик;
- купување стоки во нестандартна амбалажа;
- преземање и инсталирање на софтвер без лиценца.

● АКТИВНОСТ – ШТО ТРЕБА ДА ЗНАМ ЗА ФАЛСИФИКУВАНИТЕ И ПИРАТСКИ ПРОИЗВОДИ?



Цел – ученикот/ученичката да стекнат знаења за фалсификувани и пиратски производи, и да разберат зошто не треба да ги купуваат.

Наставни средства: фломастери, табла, хартија, хамери, слики, фотографии, видео-клипови, празни кутичиња.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа.

Тек на активност:

Наставникот, по сопствен избор, може да прочита делови од брошурата „Фалсификувана и пиратска стока“, или да прикаже видео-материјал.

Потоа се организира работилница за изработка на 2 производи. По претходен договор и задача учениците имаат донесено материјали за работа – 25 празни кутичиња со иста големина и димензии. Изработуваат 25 производи со наполно ист цртеж кој треба да биде знак/лого на производот. Меѓутоа на некои од производите пишува ТОБЛЕРОНЕ, а на други ТОБЛЕР.

Изработените производи се мешаат и се поставуваат на клупа. Учениците се делат на две групи. Првата група треба да земе што повеќе производи ТОБЛЕР, а другата ТОБЛЕРОНЕ.

Целта е да се види дека во таа мешаница некој ќе земе погрешен производ, односно наместо ТОБЛЕР, ТОБЛЕРОНЕ или обратно.

Што треба учениците да осознаат/научат? Дека дури и за време на празници и турканици по продавници треба добро да го разгледаат производот пред да го купат!

Пополнете ја табелата

Прашање	Т/П – Точно/Погрешно
Треба да купувам филмови од пазар	
Во ред е производот да нема декларација на македонски јазик	
Мојот компјутерски софтвер е без лиценца и тоа е в ред	

Д) НАДЛЕЖНИ ИНСТИТУЦИИ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Надзор на спроведувањето на Законот за заштита на потрошувачите, Законот за безбедност на козметички производи („Службен весник на Република Македонија“ бр. 55/2007), Правилникот за безбедноста на детските играчки кои се пуштаат во промет („Службен весник на Република Македонија“ бр. 149/2010 и 17/2012) и Законот за безбедност на производите („Службен весник на Република Македонија“ бр. 33/2006, 63/2007, 24/2011, 51/2011, 148/2011, 164/2013) вршат соодветните инспекциски органи. Безбедноста на козметички производи согласно со Законот за безбедност на козметички производи е во надлежност на Државниот санитарен и здравствен инспекторат.

Безбедноста на детските играчки согласно со Законот за безбедност на производите и Правилникот за безбедноста на детските играчки кои се пуштаат во промет е во надлежност на Државниот пазарен инспекторат и Државниот санитарен и здравствен инспекторат.

Фалсификуваните производи се во надлежност на Државниот пазарен инспекторат.

АКТИВНОСТ – КАДЕ ДА СЕ ОБРАТАМ?

Цел – ученикот/ученичката да стекнат знаења за институциите до кои треба да се обратат доколку најдат на небезбеден производ или се посомневаат во безбедноста на производот.

Наставни средства: фломастери, табла, хартија, хамери.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: 2 часа.

Тек на активност:

Наставникот ги дели учениците во три групи и секоја група добива различен проблем.

1. Прва група: Во една парфимерија забележав дека одредени козметички производи беа со изминат рок. Каде да пријавам?
2. Втора група: Играчката која ја купив чудно мирисаше. Се сомневам дека содржи одредена хемикалија. Каде да пријавам?-
3. Трета група: Во една продавница по грешка, бидејќи се брзав, купив производ кој многу личеше на производот кој редовно го купувам. Беше со иста боја и етикета но малку се разликуваше во името. Каде да се обратам?

На учениците им се даваат упатства како се прави **претставка**. Претставката треба да го содржи следното:

[Име и презиме на потрошувач]
[Адреса]
[Број на телефон, контакт]
До
[Име на надлежен инспекциски орган, или Организацијата на потрошувачите на Македонија]
Почитувани,

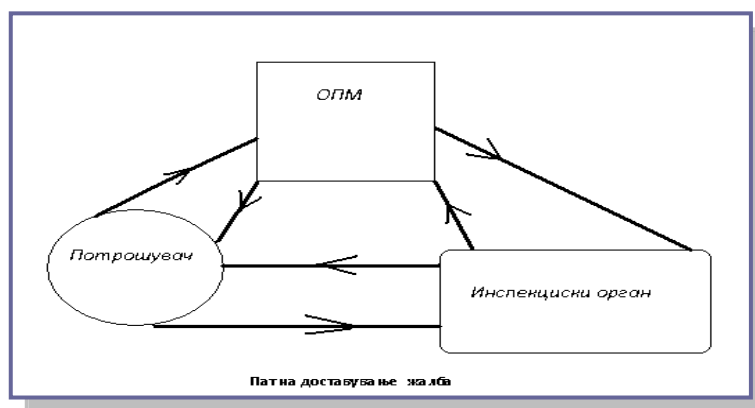
На ден _____ во продавница _____ која се наоѓа на улица _____
купив _____ за кој поседувам уредна фискална сметка.

Производот [опиши што се случило, што си забележал]

Се надевам дека ќе ги проверите овие наводи и ќе ми одговорите на истите.

Со почит, _____

Пат на претставка упатена до Организацијата на потрошувачите на Македонија



3. БЕЗБЕДНОСТ НА ХРАНАТА

Основен материјал за подготовка на наставникот

При обработка на тематската област „Безбедност на храната“ наставникот се упатува да го проучи Законот за безбедност на храната („Службен весник на Република Македонија“ бр. 157/2010), Службен весник на РМ, бр. 53 од 14.04.2011 година, Сл. Весник на Р. Македонија, бр.1 од 03.01.2012 година, Сл. Весник на Р. Македонија, бр.164 од 27.11.2013 година, Сл. Весник на Р. Македонија, бр.43 од 04.03.2014 година)

Дополнителни ресурси

Наставникот може да ги користи и брошурите на Организацијата на потрошувачите на Македонија и брошурите на Агенцијата за храна и ветеринарство од областа на исхраната и тоа: „Здравјето е важно – какви информации треба да содржи означувањето на храната?“, „Како да се чита означувањето на прехранбениот производ“. Наставникот може да ги користи и „Водичот низ законот за безбедност на храна“.

Наведените брошури и дополнителни информации можат да се најдат на веб-сајтот на Организација на потрошувачите на Македонија: www.opm.org.mk, и на Агенцијата за храна и ветеринарство: www.fva.gov.mk.

A) ПРАВИЛНО ОЗНАЧУВАЊЕ НА ПРЕХРАМБЕНИТЕ ПРОИЗВОДИ ПО ВИДОВИ ПРОИЗВОДИ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Означувањето претставува ставање ознаки на храната или нејзиното пакување во вид на слики, цртежи, симболи или текст преку пишување, отпечатување, втиснување, вметнување отсликување цртање или друг начин во прилог на пакувањето, вклучувајќи и етикети, маркички и налепници или кој било друг начин на означување.

Преку означувањето на производите се добиваат корисни информации. Доколку внимателно го прочитате, ќе дознаете повеќе за храната, што ја купувате и на тој начин ќе избегнете храна и состојки на храната на кои сте чувствителни и влијаат врз вашата здравствена состојба. Доколку, пак, најдете на производ со изминат рок, должни сте веднаш да го пријавите на местото на купување и да ја известите Агенцијата за храна и ветеринарство.

Означувањето треба да ги содржи следниве основни податоци:

- името под кое се продава производот;
- список на состојките кои се употребени во производниот процес или при преработката на прехранбениот производ;
- количество одредени состојки или категории состојки употребени во производниот процес;
- нето-тежина;
- рок на траење;
- специфични услови за складирање и услови за употреба;
- серија (шаржа, партија, лот);
- име и адреса на производителот и увозникот;
- земја на потекло и извор на производот;
- упатство за употреба;
- содржина на алкохол за пијалаци кои содржат повеќе од 1,2 вол. проценти алкохол.

Што друго треба да се истакне?

- конзервирано со јонизирачко зрачење;
- пакувано во контролирана атмосфера;
- органско потекло;
- генетски модифициран;
- состојки кои предизвикуваат алергии кај луѓето;
- додадени засладувачи;
- нутритивен состав.

Дополнителни и корисни информации

- Телефонски број на производителот, увозникот, дистрибутерот за дополнителни информации;
- Ракување со производот, чување, одложување, рециклирање и слично;
- Ознаки кои се однесуваат на начинот на производство (произведено со фер-трговија, награди од независни тест-лаборатории, потписници на кодекси и слично).

Потрошувачот треба да обрне внимание на:

Количината

Секој прехранбен производ мора да содржи информација за нето-количината изразена во l/ml за течности или g/kg за цврсти супстанции. Притоа, нето-количината не ја вклучува тежината на материјалот во кој е пакуван прехранбениот производ (на пр. сирење 300 g, млеко 1 l).

Името на производот

Името под кое се продава производот мора да биде наведено задолжително со цел да го информира потрошувачот за вистинската природа на производот.

Состојките

Сите состојки кои ги содржи производот мора да бидат означени на пакувањето според редоследот на опаѓање на тежината. Означувањето на состојките не се врши кај свежо овошје и зеленчук, газирана вода, потоа кај оцети, сирење, путер, млеко, павлака, доколку производот е произведен од еден основен продукт и пијалаци кои содржат повеќе од 1,2 волуменски проценти алкохол.

Рокот на траење

Рокот на траење го претставува периодот до кога производот ги задржува своите специфични својства при правилно чување и складирање и останува безбеден за консумирање. Рокот на употреба се означува со „употребливо до“ (за производи кои можат да се чуваат подолго, на пр. житарки, ориз, зачини) или, пак, со „мора да се употреби до“ (за производи кои можат лесно да се расипат, на пр. месо, јајца, млечни производи). Ако потрошувачот при купувањето констатира производи со поминат рок на употреба, потребно е да реагира на местото на купување на производот, истиот да не се купува, а за недостатоците во означувањето да се информира Агенцијата за храна и ветеринарство. Рокот на траење не се означува кај пијалаци кои содржат повеќе од 10 волуменски проценти алкохол, оцет.

Производителот/увозникот

Потеклото

Упатство за употреба

Упатство за чување и складирање

Нутритивни информации

Овие информации се однесуваат на енергетската вредност и на хранливите супстанции (протеини, масти, влакна, витамини, минерали) кои ги содржи прехранбениот производ.

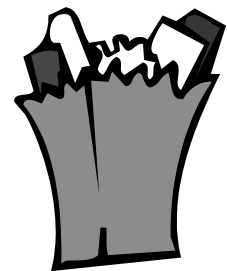
Нутритивни и здравствени тврдења

Нутритивните тврдења се однесуваат на одредени хранливи состојки што ги содржи производот и укажуваат на неговата енергетска вредност (протеини, масти, јаглехидрати, влакна, витамини, минерали).

Здравствено тврдење

Ова се тврдења кои укажуваат дека постои однос помеѓу прехранбениот производ и здравјето на луѓето. „Витаминот Ц ја зголемува апсорпцијата на железо“, „Калциумот придонесува за нормална функција на мускулите“, се примери за вакви тврдења. Нутритивните и здравствените тврдења смеат да се означуваат на производот само доколку се научно докажани! Здравствените тврдења дека производот ја подобрува работата на одредени витални органи, или служи како превенција за одредени болести, односно лекува одредени болести, не се дозволени доколку не се научно докажани.

● АКТИВНОСТ – НА ШТО ДА ВНИМАВАМ, ОСОБЕНО КОГА КУПУВАМ ХРАНА!



Цел – ученикот/ученичката да ја разберат важноста од безбедноста на храната, и да разберат на што треба да обрнат внимание кога купуваат прехранбени производи.

Наставни средства: собрани декларации од страна на учениците во текот на изминатата недела, хамер, фломастери.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа.

Наставникот ги прашува учениците што прво би прочитале од етикетата на прехранбен производ.

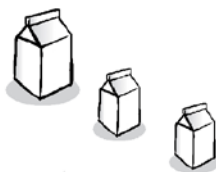
Прави табела, при што последните две колони („На декларацијата треба да стои“ и „Зошто е важно“) ги прекрива со хамер.

Потоа ја открива колоната „На декларацијата треба да стои“ и чита за секој дел зошто е тоа важно.

Прво ќе прочитам: (Ученикот набројува, на пр. рок на траење, количина и сл., а наставникот запишува)	Број на ученици кои се определиле дека ги интересира	На декларацијата треба да стои:	Зошто е важно?
Пр. рок на траење	14 ученици од етикетата прво ќе го прочитаат рокот на употреба	Рок на траење	
		Производителот/увозникот	
		Потеклото	
		Упатство за употреба	
		Упатство за чување и складирање	
		Количината	
		Состојки	
		Нутритивни информации	

ИСТРАЖУВАЧКА РАБОТА

Наставникот носи три различни вида млечни производи. Тие не треба да имаат иста цена и треба да се од различен производител. Прави табела, при што производитите ги означува со П1, П2 и П3. Во табелата пишува што треба да содржи декларацијата на производот со основните елементи. Потоа заедно со учениците ги проверуваат декларациите на производите и пишуваат + (плус), или - (минус) односно што стои во нивната декларација, а што не.



Б) ОБЛАСТИ НА ЗАШТИТА И НАДЛЕЖНИ ИНСТИТУЦИИ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Надзор над спроведувањето на Законот за безбедност на храна има Агенцијата за храна и ветеринарство, односно Инспекторатот за храна. Во рамките на Агенцијата работи одделение за потрошувачи кое фокусирано на заштита и информирање на потрошувачите во доменот на храна и исхрана. Исто така, ова одделение работи и на претставки и жалби на потрошувачи. Доколку потрошувачот има одреден проблем или забележал некоја неправилност поврзано со прехранбените производи, може да се обрати во Агенцијата за храна и ветеринарство и да ја образложи својата претставка. Тоа може да го стори на бесплатниот телефонски број 0800 3 2222 на Агенцијата за храна и ветеринарство на Република Македонија. На овој број можете да пријавите неправилности од областа на безбедноста на храната, здравствената заштита и благосостојбата на животните и да дадете предлози.

0800 3 22 22



БЕСПЛАТНА ЛИНИЈА
ЗА ПОТРОШУВАЧИ

Вашето јавување ќе биде снимено, но можете да останете анонимни. Доколку ги оставите Вашите податоци (име и презиме, адреса и телефонски број за контакт) ќе добиете писмено известување.

Можете да пријавите неправилности и преку електронски формулар, кој можете да го најдете на веб-сајтот на Агенцијата за храна и ветеринарство:

Контакт

Контакт форма

Испратете е-порака. Сите полиња со * се задолжителни.

Име *

Е-адреса *

Предмет *

Порака *



ПРИЈАВИ
НЕПРАВЛНОСТИ!



Можете ваша жалба или претставка да доставите и до Организацијата на потрошувачите на Македонија преку електронска порака, телефонски или лично.

(02) 3179-592



секој работен ден од 10:30 до 14:00 часот

● АКТИВНОСТ – ЗАБЕЛЕЖАВ НЕПРАВИЛНО ЧУВАЊЕ НА ПРЕХРАНБЕНИ ПРОИЗВОДИ, КАКО ДА НАПИШАМ ПОДНЕСОК ДО АГЕНЦИЈА ЗА ХРАНА И ВЕТЕРИНАРСТВО?

Цел – ученикот/ученичката да научат да пишуваат поднесок и да ја произнесат својата жалба.

Наставни средства: хамер, фломастери.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: еден наставен час.



Тек на активност:

Наставникот поставува проблем. Во една продавница за прехранбени производи потрошувачот забележал дека одредени прехранбени производи не се чуваат соодветно. Имено кога сакал да купи чоколадо тоа било речиси потполно стопено. Потрошувачот сака да го пријави случајот. Кому и како да се обрати?

А) До Државниот пазарен инспекторат

Б) До Државниот санитарен и здравствен инспекторат

В) До Агенцијата за храна и ветеринарство

Учениците погодуваат кој одговор е точен, дали под А, Б или В. Точниот одговор е под В и наставникот им дава насока на учениците како да се обратат.

Доколку учениците се одлучат да пријават напишено, тие треба да се насочат дека задолжително треба да ја запазат следнава форма:

[Име и презиме на потрошувач]

[Адреса]

[Број на телефон, контакт]

До

Почитувани,

На ден _____ во продавница _____ која се наоѓа на улица _____

купив _____ за кој поседувам уредна фискална сметка.

Производот (опиши што се случило што си забележал)

Се надевам дека ќе ги проверите овие наводи и ќе ми одговорите на истите.

Со почит,

4.ЗАШТИТА НА ЛИЧНИТЕ ПОДАТОЦИ

Основни материјали за подготовка на наставникот

При обработка на тематската област: „*Заштита на лични податоци*“ наставникот се упатува да го користи Законот за заштита на личните податоци („Службен весник на Република Македонија“ бр. 7/2005, 103/2008, 124/2010, 135/2011 и 43/2014) како и брошурата „Мојот број – мојот заштитен свет“ издадена од Дирекцијата за заштита на лични податоци.

Дополнителни ресурси

Наставникот може исто така да ја посети веб-страницата на Дирекцијата за заштита на лични податоци каде поблиску ќе се информира за оваа проблематика (www.dzlp.mk).

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Што е личен податок?

Личен податок е секоја информација која се однесува на идентификувано физичко лице или физичко лице кое може да се идентификува. Лице кое може да се идентификува е лице чиј идентитет може да се утврди директно или индиректно, посебно врз основа на матичен број на граѓанинот или врз основа на едно или повеќе обележја специфични за неговиот физички, физиолошки, ментален, економски, културен или социјален идентитет.

Што е обработка на лични податоци?

Обработка на личните податоци е секоја операција или збир на операции што се изведуваат врз лични податоци на автоматски или друг начин, како што е: собирање, евидентирање, организирање, чување, приспособување или промена, повлекување, консултирање, употреба, откривање преку пренесување, објавување или на друг начин правење достапни, изедначување, комбинирање, блокирање, бришење или уништување.

Дали заштитата на личните податоци е гарантирана?

Заштитата на личните податоци се гарантира на секое физичко лице без дискриминација заснована врз неговата националност, раса, боја на кожата, верски уверувања, етничка припадност, пол, јазик, политички или други верувања, материјална положба, потекло по раѓање, образование, социјално потекло, државјанство, место или вид на престој или кои било други лични карактеристики.

Дали телефонскиот оператор може да задржи фотокопија од лична карта или пасош?

Телефонскиот оператор мора да побара документ за лична идентификација на увид, но не и да задржи или чува негова фотокопија. Фотокопија може да биде задржана само врз основа на посебна согласност.

Дали телефонскиот оператор може да ми праќа СМС пораки или e-mail пораки за промоција на свои производи?

Само доколку сме дале согласност за директен маркетинг. Операторот треба да ни овозможи оваа согласност да можеме да ја повлечеме во секое време и на едноставен начин.

Инспекцискиот надзор на спроведувањето на овој закон и прописите донесени врз основа на Законот за заштита на личните податоци го врши Дирекцијата за заштита на лични податоци преку инспекторите за заштита на личните податоци.

● АКТИВНОСТ – КАКО ДА ГИ ЗАШТИТАМ МОИТЕ ЛИЧНИ ПОДАТОЦИ



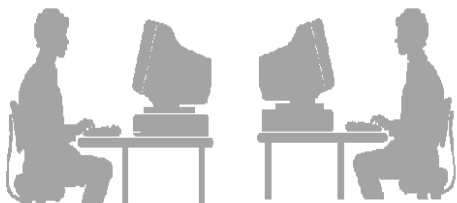
Цел – ученикот/ученичката да се запознаат дека нивните лични податоци се заштитени со закон, да научат и сами да ги штитат своите лични податоци.

Наставни средства: хамер, фломастери.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: еден наставен час.

Тек на активност:



Наставникот одбира двајца ученици кои се свртени еден кон друг со симулација дека се на компјутер. Доколку училницата е компјутеризирана драматизацијата ќе има поголем ефект. Еден ученик од страна симулира компјутерско пренесување на пораки.

На ученикот му пристига порака со следнава содржина:

„Безбедносниот систем ни појавува дека сте сакале да пристапите до нашиот сајт. Ве молиме заради безбеден пристап и со цел потврда на вашиот идентитет кликнете на следниов линк delovensajt.com кој се наоѓа во десниот горен агол. Ова е заради Ваша заштита. Ве молиме кликнете на линкот.“

Наставникот го прашува ученикот кој ја добива пораката како ќе постапи – дали ќе кликне на линкот или не. Ги прашува учениците како тие ќе постапат. Потоа бара образложение. Ако одговорот е потврден – зошто? Ако е негативен – зошто? Одговорите се запишуваат на табла или хамер.

Наставникот појаснува дека обврска на секој сајт на кој корисникот ги остава своите лични податоци – како име и презиме, број на телефон, адреса – е заштита на тие податоци. Со напредокот на технологијата има безброј начини да се оневозможи неовластен пристап до личните податоци. Но, секогаш постои опасност корисникот да биде измамен. Еден од честите начини на мамење и наведување на корисникот да ги остави своите лични податоци е познат како фишинг (phishing). Започнува со електронска пошта која изгледа како официјално соопштение од некој сајт кому му верувате, како некоја банка или фирма. Потоа бараат да ги оставите личните податоци, а тие понатаму се користат за крадење на идентитетот. Ваквите пораки честопати може да се препознаат по начинот на кој се напишани и не е препорачливо да се отвораат.

5. ДИГИТАЛНИ ПРАВА

Основни материјали за подготовка на наставникот

При обработка на тематската област „Дигитални права“ наставникот се упатува да го проучи Законот за електронските комуникации како и Законот за електронска трговија („Службен весник на Република Македонија“ бр. 133/2007 и 17/2011).

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Информатичката и комуникациската технологија многу придонесе за менување на потрошувачките навики и однесување. Напредните дигитални технологии овозможуваат нови начини на купување на производи или примање услуги, рекламирање, плаќање и слично. Меѓутоа, дали оваа нова технологија доведува до кршење на основните потрошувачки и човекови права? Во прашање е сигурно правото на заштита на лични податоци, приватноста и безбедноста. Ние мораме да обезбедиме опкружување каде потрошувачките права во дигиталниот свет нема да се нарушуваат. Од тие причини се трудиме да им дадеме што повеќе информации и знаења на потрошувачите со цел нивно полесно снаоѓање во дигиталното опкружување каде тие треба да се чувствуваат сигурни и безбедни со целосна контрола над личните податоци и заштита на приватноста. Заради ова потребно е воведување на обврзувачки правила во новата дигитална практика со високо ниво на приватност и заштита на личните податоци. Дигиталниот пазар треба да биде уреден така што ќе овозможи решавање на секој проблем меѓу трговецот и потрошувачот. Исто така, потребно е да се обезбеди рамноправна рамнотежа помеѓу дигиталните права на потрошувачите и носителите на правата на интелектуална сопственост. Дигиталните пазари мора да гарантираат здрава конкуренција и подобар квалитет на услугите, преку транспарентно и чесно он-лајн тргување.

Подолу се наведени основните он-лајн или дигитални права на граѓаните.

1. Право на интернет пристап. Секој мора да има право на пристап на интернет односно на електронските и комуникациски мрежи кој треба да биде квалитетен и достапен. Малолетните лица треба да бидат заштитени од содржини кои можат да им нанесат штета и влијаат врз нивниот психофизички и морален развој. Содржини кои содржат омраза, поттикнуваат на насилство кон одредена раса, пол вера или националност треба да бидат забранети. Граѓаните исто така треба да бидат заштитени од спам пораки, т.е. небарани комуникации преку СМС, ММС, или електронски пошта.

2. Право на приватност и заштита на лични податоци. Граѓаните имаат право на доверливост на своите електронски пораки и личните податоци. Кога некое мрежно место бара лични податоци на корисникот тој треба да даде согласност. Граѓаните имаат право на увид на нивните лични податоци кои се чуваат во бази на податоци.

3. Право на заборав. Граѓаните имаат право да бараат нивните неистинити, нецелосни или незаконски прибавени податоци да се избришат или блокираат.

4. Право на сигурност. Мора да се обезбеди сигурност во дигиталното опкружување вклучувајќи ја и ефикасната контрола над личните податоци и заштитата на приватноста.

● АКТИВНОСТ – МОЈОТ ДИГИТАЛЕН СВЕТ - ДАЛИ ЗНАМ КАКО ДА СЕ ОДНЕСУВАМ?



Цел – ученикот/ученичката да научат сами да се грижат и да ги штитат своите дигитални права.

Наставни средства: хамер, фломастери.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа.

Тек на активност:

Наставникот прво поставува прашања претставени во табела, а потоа ги сумира одговорите со ДА и НЕ. Делот на совети е прекриен со хамер. По сумирањето на одговорите од ДА и НЕ, наставникот го им го чита на учениците делот со совети.

ПРАШАЊЕ	БРОЈ НА ОДГОВОРИ		СОВЕТИ
	ДА	НЕ	
Дали досега си ја доверил/а лозинката од твоето сандаче за електронска пошта или од социјална мрежа на твој пријател, роднина и сл.?			Никогаш не ја откривај на друг својата лозинка, дури ни кога се работи за твој близок пријател. Пријателот може да стане поранешен пријател и да ја открие твојата лозинка на други. Твојата лозинка може да ја знаат само твоите родители.
Дали постојано користиш една иста лозинка?			Менувај ја лозинката почесто зашто можеби некој не сакајќи го видел.
Дали лесно кликаш на известувања за можност од промена на лозинка, пријава, регистрација и сл.?			Внимавај многу при кликање на било која информација која ти се појавува на твојот интернет прелистувач.
Дали е твојот компјутер заштитен?			Внимавај кога ја пишуваш лозинката. Заштити го својот компјутер од вируси.
ВКУПНО ОДГОВОРИ			

● АКТИВНОСТ – МОЈОТ ИДЕНТИТЕТ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ

Наставникот креира на хамер еден измислен лик на Фејсбук со сите можни лични податоци, вклучително и фотографии и статуси. Хамерот е прикачен на училишната табла.



Наставникот прашува:

1. Како го доживувате овој лик?
2. Дали би го прифатиле за пријател и колку брзо?
3. Мислите ли дека овој лик оставил премногу информации за него?
4. Оставил ли премногу лични слики?
5. Дали сметате дека треба да биде објавен неговиот љубовен статус и зошто?
6. Дали сметате дека има премногу информации за тоа каде се наоѓа во моментот?
7. Што мислите дали тој лажно се претставил на интернет?
8. Што мислите за лажното претставување? Дали тоа може да биде опасно?

Учениците одговараат за тоа што им се допаѓа, а што не.

Се води разговор.

Совети на наставникот во насока на креирање на сопствен идентитет на интернет:

- Размисли за следново: Кој си ти на твојот фејсбук профил!
- Кој сè те познава?
- Кога се претставуваш, внимавај на тоа како другите те доживуваат и што мислат за тебе.
- Не се претставувај лажно и не кажувај лаги за себе.
- Мораш да ја преземеш одговорноста за тоа како се претставуваш.
- Размисли како твоето однесување може да влијае на твоето семејство.
- Не оставај многу информации за себе, особено не лични.
- Не ставај слики кои се премногу лични.
- Внеси го своето име на интернет и побарај кои се информации се наоѓаат за тебе на интернет.

Основни материјали за подготовка на наставникот

За тематската област „Енергетска ефикасност“ е многу пишувано и наставникот може да најде богата литература. Исто така и Организацијата на потрошувачите на Македонија има издадено повеќе публикации на темата, во вид на брошури, Инфотека и текстови во билтенот Потрошувач. Овие материјали наставникот може да ги најде на веб-сајтот на Организацијата на потрошувачите на Македонија: (www.opm.org.mk).

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Значењето на енергетската ефикасност се согледува во фактот дека обезбедува исто ниво на енергија користејќи помали количини на фосилни горива. Заради порастот на потребите и ограничената расположливост на фосилни горива, важноста на ефикасното користење на енергијата е широко прифатена во светот. Мерките за енергетска ефикасност се корисни на повеќе начини. Намаленото користење на фосилни горива е од суштинско значење за намалување на емисиите на гасови кои предизвикуваат ефект на стаклена градина и придонесуваат кон глобалното затоплување.

Што е енергетска ефикасност?

Енергетска ефикасност е користење, односно трошење на помалку енергија за ист производ или услуга. Најдобриот начин да се разбере оваа идеја е преку пример – ако некој електричен уред, како фрижидер или машина за перење алишта се замени со поефикасен модел, тогаш новиот уред ќе ја обезбедува истата услуга, но ќе троши помалку електрична енергија. Енергетската ефикасност заштедува енергија, пари и ги намалува емисиите на гасовите кои ја загадуваат атмосферата.

Највообичаени и најприменливи мерки за енергетска ефикасност се:

а) Вградување на топлинска изолација

Топлинската изолација ги намалува загубите на топлина, во грејна сезона ја задржува топлината. Во просториите а преку лето не дозволува надворешната топлина да навлезе во внатрешноста на станбениот простор.

б) Замена на прозорците и вратите

Прозорците, вратите и светларниците се интегрален дел од станбените објекти. Доколку не задоволуваат определени барања за квалитет и се несоодветно монтирани, можат да бидат причина на значителни топлински загуби, кондензација, мувла, провев и лош комфорт во домот.

Правилно монтиран, нов, енергетски ефикасен производ:

- ја намалува потрошувачката на енергија и штеди пари;
- го зголемува комфорот;
- ја намалува кондензацијата на стаклата при студено време;
- го намалува навлегувањето на бучава и прашина од надвор.

Замената на старите прозорци и врати со енергетски ефикасни, во зависност од бројот на заменети единици, нивната состојба, степенот на заштита што ја нуделе, во просек заштедува околу 10% во потрошувачката на енергија.

в) Воведување енергетски ефикасно осветлување

Повеќето домаќинства потрошувачката на електрична енергија за осветлување можат да ја намалат за 50% или повеќе преку примена на енергетски ефикасни светилки или поефикасни технологии. Компактни флуоресцентни светилки (CFL), диоди кои емитураат светлина (LED) и флуоресцентни светилки – се светилки кои овозможуваат осветлување на просторот со помала потрошувачка на електрична енергија. Друга ефективна можност се и светлинските цевки кои зафаќаат дневна светлина и ја носат кон потемните делови на станбениот простор.

Ефикасното и ефективно осветлување:

- обезбедува високо ниво на визуелен комфорт;
- користи природна светлина;-обезбедува најдобро осветлување според намената;
- обезбедува флексибилност преку контролни уреди;
- има ниска енергетска потрошувачка.

г) Купување електрични уреди со висока енергетска класа

Етикета со енергетска класа може да се види на следните домашни уреди:

- фрижидери
- замрзнувачи;
- машини за перење алишта;
- машини за сушење алишта;
- машини за миене садови;
- климатизери.

Етикетата за енергетска класа, ја прикажува класата на уредот и дава информации за потрошувачката на електрична енергија. Треба да се избере уред со висока класа. Цената на чинење на уредот, заедно со трошоците за негова работа даваат поточна слика за вкупните трошоци на уредот.

Колку е повисока енергетската класа на уредот, толку е поголема неговата енергетска ефикасност. Во посебна графа прикажана е вкупната потрошувачка на енергија во kWh (киловат часови) годишно. Доколку на располагање има два соодветни уреди со иста енергетска класа, треба да се избере тој со пониска годишна потрошувачка на енергија.

Телевизорите, електронските игри, видео, ЦД, ДВД плеери и други аудио и видео уреди, потоа компјутерите, скенерите или принтерите, може да немаат етикети за енергетска класа и потрошувачка на енергија.

Сепак, во едно модерно домаќинство, заедничката потрошувачка на електрична енергија на сите овие уреди е значителна и може да ја надмине потрошувачката од останатата бела техника. Телевизор со голем екран кој се користи шест часови дневно, може да произведе половина тон емисии на гасови штетни за околината (повеќе од еден фрижидер). Исклучете ги уредите кои не се користат, не ги оставајте да работат на stand by зошто тогаш трошат електрична енергија.

д) Користење на обновливи извори на енергија

Најприменливите обновливи извори на енергија за домаќинствата се: сончевата, ветерната енергија, енергијата од биомаса и топлинските пумпи. Истите можат да се користат засебно или во комбинација.

● АКТИВНОСТ – ШТО ТРЕБА ДА ЗНАМ ЗА ЕНЕРГЕТСКАТА ЕФИКАСНОСТ?

Цел – ученикот /ученичката да се запознае со енергетската ефикасност, како може да ја применува во домот и секојдневното живеење.

Наставни средства: табла, постери, фломастери, макета од куќа.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа.

Тек на активност:

Наставникот носи макета од куќа или црта куќа во вид на макета. На учениците им дава задача да размислат како куќата да ја направат енергетски ефикасна со што е можно повеќе идеи. Учениците треба да започнат од надворешноста, па да продолжат со внатрешноста (пр. прозорци, врати, како ќе ја опремаат куќата и со какви домашни уреди, какво осветлување ќе стават и слично).

Пример: Наставникот прашува што би правеле со покривот. Учениците размислуваат и предлагаат тој да се изолира. Наставникот прашува што може уште да се стави на покривот. Учениците предлагаат да се постави сончев колектор.

Наставникот постојано ги мотивира учениците да даваат идеи за да на крајот кога ќе завршат ги надополни нивните размислувања.



7. ФИНАНСИСКА ПИСМЕНОСТ

Основни материјали за подготовка на наставникот

Тематската област „*Финансиска писменост*“ е релативно нова област, наставникот треба да се обиде да најде скорешни материјали на интернет кои можат да му помогнат при креирање на активностите поврзани со оваа тема. Организацијата на потрошувачите на Македонија има пишувано за финансиската писменост во неколку наврати во билтенот „Потрошувач“, а има издадено и Инфотека „Финансиски услуги“. Овие материјали се достапни на веб-сајтот на Организацијата на потрошувачите на Македонија: (www.opm.org.mk).

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Финансискиот пазар во Република Македонија станува сè подинамичен, се нудат нови производи и услуги, а македонските потрошувачи честопати се несоодветно запознаени со законската регулатива и основните карактеристики на услугите на банкарските и другите кредитори, осигурителните и инвестициските услуги и оние на лизинг друштвата. Ова придонесува да се јават проблеми кога потрошувачите се обидуваат да донесат правилна одлука за избор на финансиска услуга и нејзин давател.

Како резултат на недоволното познавање на услугите и условите под кои тие се нудат, како и недостигот од други важни информации, потрошувачите честопати го избираат давателот на финансиска услуга само врз основа на рекламните, разговорот што го воделе со давателот, а многу често во текот на целиот свој живот користат само еден давател на услуга, на пр. банка, осигурителна компанија и сл. Исто така, забележливо е дека граѓаните не поседуваат голема финансиска писменост кога се соочени со поголеми финансиски издатоци. Затоа е потребно континуирано да се работи на полето на унапредување на едукацијата на потрошувачите во користењето на финансиските услуги, но и воведување на елементи на добро управување и транспарентност во информирањето од страна на давателите на финансиски услуги.

Уште од рана возраст децата постепено стануваат свесни за она што може да се купи со расположливите пари. Важно е да се развива нивната финансиска писменост за да здобијат подобар сооднос меѓу потребите и желбите, за да имаат свој став кога купуваат производи и трошат пари. Така ќе им се помогне да прават добар избор, односно донесуваат добри одлуки.

● АКТИВНОСТ – УМЕАМ ЛИ ДА УПРАВУВАМ СО ПАРИ?

Цели – ученикот/ученичката:

- ⇒ да развијат правилен однос спрема парите и потрошувачката;
- ⇒ да се оспособат правилно да го планираат и штедат буџетот;
- ⇒ да развијат интерес за вклучување во управувањето со семејниот буџет;
- ⇒ да развијат способност за управување со буџетот;
- ⇒ да разликуваат луксуз од потреба.

Наставни средства: каталози/пропаганден материјал од продавници, хартија, хамери, фломастери.

Место на реализација: училница, со посета на продавница или услужен центар.

Времетраење на активност: два наставни часа и истражувачки активности надвор од настава.



Тек на активността:

Може да се организира работилница за чии потреби наставникот ги распоредува учениците на три групи. На првата група ѝ „доделува“ сума од 5000,00 денари и ја упатува да ги потроши за облека. На втората ѝ „доделува“ 4000,00 денари за да ги потроши на прехранбени производи, а на третата ѝ „доделува“ 200.000,00 денари да ги потроши купувајќи мебел неопходен за опремување на тинејџерска соба. Притоа, групите можат да користат интернет-каталози, за да ги истражат цените на производите.

Пред да го започнат изборот, наставникот ги насочува учениците:

ВНИМАВАЈТЕ!

- ▶ На кои предмети при изборот им даваме предност и зошто?
- ▶ Кои предмети би можеле да ги сметаме за неопходни? А кои за луксузни?

Учениците работат и ја пополнуваат табелата:

Производ	Извор на информација (пр. продавници:..)	Цена
Блуза	Каталог, бутик.....продавница	

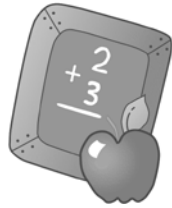
По направените избори и пополнување на табелите наставникот прашува:

- Дали имавте тешкотија да не излезете од рамките на предвидениот буџет?
- Дали разгледувавте на повеќе места?
- Дали размислувавте пред да се одлучите што ќе купите?
- На што размислувате најмногу?
- Дали имаше предмети кои ги сметавте за луксузни?
- Кои производи ги сметавте за неопходни?

На крајот наставникот прашува дали на некоја група и останале пари? Дали успеала да заштеди? Тие пари се ставаат во касичка. Се поведува дискусија зошто одредена група успеала најмногу да заштеди.

Потоа, се замолуваат учениците да ги распоредат поимите што се набројани подолу во табелата, врз основа на нивното перцепирање на производите како луксуз или потреба.

Храна	Музичка опрема	Мобилен телефон
Средства за хигиена	Таблет	Мотор
Телефон	Компјутер	
Гардероба	Книги	
Накит		



ЛУКСУЗ	ПОТРЕБА

Наставникот поведува дискусија со учениците и им помага да осознаат, што за нив би било луксуз, а што потреба.

Ова е само еден пример на активност, а може да се организираат други активности, зависи од наставникот и интересот на учениците. На пример: работилници за симулација на производство и трошење; креативни работилници; планирање за трошење на пари за набавка на потребни средства за излет, теренска настава, зимување, летување, екскурзија, хуманитарни акции.

Можат да се изработат групни проектни – задачи со идеи и интереси од учениците.

8. НАГРАДНИ ИГРИ И КУПУВАЊЕ ПРЕКУ ИНТЕРНЕТ

Основни материјали за подготовка на наставникот

Тематската област „Наградни игри и купување преку интернет“ е исто така релативно нова област – со појавата на модерната технологија се појавува и потребата за подобро едуцирање на потрошувачите, особено помладите, за сите аспекти на е-трговијата. Наставникот треба да ја истражи материјата преку проверка на законските прописи кои ги регулираат наградните игри и купувањето преку интернет. Покрај Законот за заштита на потрошувачите, наставникот треба да го проучи и Законот за игрите на среќа и за забавните игри („Службен весник на Република Македонија“ бр. 24/2011, 51/2011, 148/2011, 74/2012, 171/2012, 27/14 и 139/14; У. бр. 53/2011).

Дополнителни ресурси

Наставникот при подготовката може да ги користи и информациите објавени на веб-сајтот на Организацијата на потрошувачите на Македонија (www.opm.org.mk), вклучително и делот *Договори на далечина* од брошурата „Правата на потрошувачите кои произлегуваат од специфични договори“.

А) НАГРАДНИ ИГРИ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Со појавата на модерната технологија се појавија и повеќе видови наградни игри, а ги среќаваме истакнати на амбалажите на самите производи, во продавниците во кои пазариме, како и по пат на СМС или јавувања. Организаторот на наградните игри, треба да ги истакне условите за учество и правилата на игра во најмалку еден дневен весник пред почетокот на наградната игра, за потрошувачот да биде запознаен со истите. Организаторот треба да ги истакне сите информации како што се: име на трговецот кој е организатор на играта, времетраење на играта, награди, име на производителите или услугите заради чие рекламирање се организира играта, услови за учество и т.н. Времетраењето на наградната игра не може да биде подолго од една календарска година.

Приредувачите на игри на среќа и наградни игри треба да добијат лиценца која ја издава Министерството за финансии, а неовластено организирање и учество во вакви игри на среќа и наградни игри е казниво со закон. Лица под 18 години не смеат да учествуваат во било каков вид игри на среќа.

Потрошувачите треба да знаат дека доколку учествуваат во одредена наградната игра и добијат награда, трговецот т.е. организаторот на наградната игра треба да ја предаде наградата во рок од 8 дена од моментот кога играта завршила или победникот бил познат.

Исто така, често се случува да се организираат наградни игри за кои граѓаните не се информирани па несвесно стануваат дел од истите кога ќе добијат СМС порака или повик и ќе одговорат на истите. Учениците треба да научат како да постапат кога на мобилните телефони ќе им пристигне СМС порака за учество во наградна игра. Во ваков случај тие треба веднаш да ги известат своите родители и мобилниот провајдер и да се информираат како можат да ги откажат тие СМС пораки за да не направат дополнителни трошоци.

Наградните игри и игрите на обложување, кои се одвиваат на веб страни лоцирани надвор од Република Македонија и за чие учество е потребно плаќање на средства преку интернет кај нас се забранети со Закон и користењето на истите е казниво.

● АКТИВНОСТ – ЈАС КАКО УЧЕСНИК ВО НАГРАДНА ИГРА

Цел – ученикот/ученичката да умеат да ги распознаваат видовите наградни игри, особено оние кои се безбедни за учество од оние кои можат да предизвикаат финансиска загуба.



Наставни средства: летоци од наградни игри, наградни игри од супермаркети, исечоци од весници.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа и време за слободно истражување.

Тек на активността:

Се земаат како пример две наградни игри кои биле рекламирани во дневните весници или списанија. Наставникот прашува:

- Дали некој од вас учествувал на наградна игра?
- Зошто?
- Каков интерес побудила наградната игра?
- Дали прочитавте нешто во врска со наградната игра пред да одлучите да се вклучите?
- Што прочитавте во врска со наградната игра?

Тој им дава информации на учениците за законските норми за реализирање на наградна игра, како што се:

- Име на производот кој се рекламира со наградната игра
- Име на трговецот кој ја организира наградната игра
- Име на наградната игра
- Услови за учество во наградната игра
- Правила на игра на наградната игра
- Награди
- Времетраење на наградната игра

Учениците ги разгледуваат наградните игри пред себе и се обидуваат да ги распознаат елементите кои се задолжителни за организирање на наградна игра. Наставникот прашува дали во играта која учениците ја имаат пред себе недостасува некој од овие елементи, и ги замолува учениците да проверат.

Прашања за дискусија:

- Дали игрите ги исполнуваат законските норми за реализирање на наградна игра?
- Дали би учествувале во наградната игра?
- Сега откако ги знаете законските норми за организирање на наградна игра, дали можете да се сетите на некоја наградна игра која не ги исполнувала истите?

Б) КУПУВАЊЕ ПРЕКУ ИНТЕРНЕТ

ПОДГОТОВКА ЗА НАСТАВНИКОТ

Експанзијата на модерната технологија донесе и зголемен број на можности за тргување на најразлични интернет продавници ширум светот. Граѓаните на Република Македонија имаат можност со кредитните и дебитните картички од македонските банки да купуваат производи од речиси сите интернет продавници во светот.

При пазарењето на интернет, битно е учениците да бидат запознаени со неколку работи кои се исклучително важни за да можат да направат добар, безбеден и правилен избор при купувањето:

- При купување на интернет потребна е кредитна или дебитна картичка, за чие користење мора родителот да даде согласност, и користењето на картичката да биде под надзор на родителот. Постојат безброј апликации и лажни веб-страници кои се создадени токму за крадење на податоците на овие картички, па така погрешен потег би значел огромна финансиска штета. Користењето на апликации како PayPal или Skrill наместо директно внесување на податоците од картичката даваат сигурност дека вашите информации нема да бидат украдени и злоупотребени.
- Треба да се купува на веќе познати веб-сајтови, како што се светски познатите eBay, Amazon, AliExpress, кои се докажани како добри интернет продавници кои вршат сигурна испорака до Република Македонија и каде што нема да имате проблем со безбедноста на податоците од вашите картички.
- Треба да се земе предвид дека купувањето на производи од интернет може да донесе и некои непредвидени трошоци, како што се на пример трошоците за испорака како и царинење на производот (доколку го надмине законски утврдениот износ).
- Производите кои се купуваат на далечина често немаат гаранција, па така доколку истиот производ се расипе нема можност да се сервисира бесплатно.
- Одредени производи, како што се на пр. познати марки на мобилни телефони и други технички апарати кои веќе ги има во нашите продавниците, не можат да се купат преку интернет и да се внесат во Република Македонија.

● АКТИВНОСТ – МОИТЕ РОДИТЕЛИ МИ КУПИЈА ПРОИЗВОД ПРЕКУ ТВ ШОП КОЈ НЕ МИ СЕ ДОПАДНА И НЕ ГИ ИСПОЛНИ МОИТЕ ОЧЕКУВАЊА

Цел – ученикот/ученичката да се здобијат со практични знаења за тоа што е договор на далечина, на што да внимаваат и кои се нивните права.

Наставни средства: фломастери, табла, креда, некои примери од договори, испорачани производи и сл.

Место на реализација: училница.

Времетраење на активност: два наставни часа и истражување во слободното време.



Примери:

Преку телешоп со моите родители нарачав патики за трчање, кои сметав, гледајќи ја рекламата, дека се многу удобни и му даваат поткрепа на телото. По испораката на производот констатирав дека изгледот не е ист со оној на рекламата, квалитетот и ефективноста не ги исполнија моите очекувања. Реагиравме до продавачот, се обидовме да укажеме на недостатоците и баравме да ни се вратат парите, но тој не се согласи.

Наставникот ја има брошурата „Правата на потрошувачите кои произлегуваат од специфични договори“ со осврт кон делот Договори на далечина и има подготвено Квиз-прашања.

Тој активноста започнува со поставување на следниве прашања:

Доколку купувате некој производ по пат на телефон, писмо, факс, електронска пошта врз основа на каталожка продажба, дали знаете каков договор склучувате?

Наставникот им објаснува на учениците дека тоа се далечински договори и раскажува што е карактеристично за овие договори.

Учениците се делат во две групи и учествуваат во квизот.

ПОНУДЕНИ КВИЗ ПРАШАЊА:

1. Во кој вид договори спаѓаат договорите за купопродажба на производи преку топ-шоп?

А) Купопродажни договори.

Б) Договори меѓу отсутни лица или далечински договори.

В) Посебен тип на договори.

2. За што треба потрошувачот да биде информиран?

А) За идентитетот на продавачот и неговата адреса, основните карактеристики на производот, цената на производот, трошоците за доставување, начинот на враќање реституција и евентуални трошоци, времетраење на понудата и понудената цена, трошоци на комуникацијата.

Б) Само за цената на производот.

В) Само за времетраење на понудата.

3. Доколку потрошувачот добие производ кој не одговара на неговите очекувања има право да бара враќање на парите во рок од:

А) 15 дена.

Б) 22 дена.

В) 7 дена.

4. Во кој рок потрошувачот треба да ги добие уплатените средства?

А) Во рок најдоцна до 30 дена.

Б) Во рок најдоцна до 45 дена.

В) Во рок најдоцна до 7 дена.

5. Дали потрошувачот има обврска да прими друг производ во замена за вратениот иако не му одговара и не ги исполнува неговите очекувања?

А) Да.

Б) Не.

В) Само во случај доколку продавачот не сака да му ги врати парите.

6. Во каква состојба потрошувачот може да му го врати производот на продавачот?

А) Производот треба да биде неоштетен, во оригинално пакување, со фискална сметка и со сите приложени документи.

Б) Производот може да биде користен.

В) Производот може да се врати без фискална сметка.

7. Како треба да биде изразена цената на производот?

А) Во денари.

Б) Во девизи.

В) Во денари со вклучен ДДВ.

8. До каде може да се обрати потрошувачот доколку не може да ги оствари своите права?

А) До Министерството за економија.

Б) До Државниот пазарен инспекторат и/или до Организацијата на потрошувачите на Македонија.

В) До Агенција за храна и ветеринарство.

Победник е групата со најголем број точни одговори.

Задача за натамошно/дополнително истражување

Поради актуелноста на проблематиката, учениците можат да продолжат со истражувања за пазарењето преку интернет и како да се заштитат превентивно. Секогаш насочете ги, сумирајте и филтрирајте ги нивните информациите и запазете ја формата на проектната задача.

Некои од стратегиите кои го задржуваат вниманието на учениците и го подобруваат активното учење:

- *Привлечете го нивното внимание.* Користете различни воведни активности или „освојувачи на вниманието“, со цел да ги анимирате учениците за темата. Нагласете зошто е тоа важно за нив и на кој начин ќе им користи во животот.
- *Испланирајте прифатливи и интересни содржини.* Јасно објаснете ја важноста и целта на секоја содржина. Кажете им на учениците што очекувате од нив, што треба да постигнат и помогнете им да бидат горди на својот напредок.
- *Работете заедно.* Истакнете го активното учество на учениците во наставата. Поттикнете ги самите да ги поправат своите грешки, да учат од нив и да донесуваат правилни одлуки како потрошувачи. Поттикнувајте соработка, наместо натпревар, за да можат да учат едни од други.
- *Развијте ги петте најважни карактеристики кај учениците:* креативност, продуктивност, љубопитност, соработка и емпатија.
- *Создадете тимови за истражување и работа на заеднички проекти* – така ќе ги подобрат своите меѓучовечки вештини.

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

366:371.14.048.4(497.7)(035)

ПРИРАЧНИК за правата на потрошувачите по предметот вештини на живеење / [автори Маријана Лончар-Велкова ... и др.]. - Скопје :

Организација на потрошувачите на Македонија, 2014. - 66 стр. :

илустр. ; 28 см

ISBN 978-9989-9592-4-0

1. Лончар-Велкова, Маријана [автор]

а) Потрошувачки права - Наставници - Едукација - Македонија -

Прирачници

COBISS.MK-ID 97511946

