



**ОРГАНИЗАЦИЈА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА МАКЕДОНИЈА
CONSUMERS ORGANISATION OF MACEDONIA**

Ул.Водњанска бб П. Фах 150 1000 Skopje
tel/faks. 3179-592 tel. 3212-440

marlon@opm.org.mk opm@opm.org.mk www.opm.org.mk

Стратешки план за периодот 2011 – 2013 година

Скопје, септември, 2010 година

I. ВОВЕД

Мисијата, стратешките цели и приоритети на Организацијата на потрошувачите на Македонија (ОПМ) беа за прв пат идентификувани и дефинирани за период од четири години преку ГТЗ¹ - Проектот за помош на ОПМ кој започна во 1998 година, во рамките на Билатералната развојно - техничка соработка помеѓу Владите на СР Германија и Република Македонија.

Првиот стратешки план на Организацијата беше востановен за периодот 2003 – 2005 година. Потоа, заради немање на финансиски ресурси во текот на 2006 година не се пристапи кон донесување на нов стратешки план. Вториот стратешки план на ОПМ е донесен за периодот 2007 – 2010 година. Третиот, т.е. овој стратешки план се носи за периодот 2011 – 2013 година.

Овој стратешки план ги воспоставува:

- Верифицирана мисија и креирање на визија на ОПМ;
- Верификација на организациската поставеност - начинот на делување на организацијата;
- Стратешките цели на организацијата;
- Специфичните правци за развој на Организацијата и нивното влијание во следните три години врз нашите стратешки цели;
- Стратегиите т.е. пристапот и активностите кои ќе овозможат остварување на стратешките цели.

II. ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Организацијата на потрошувачите на Македонија – ОПМ е независна, невладина, непартиска организација, формирана во 1996 година во Скопје, Република Македонија. ОПМ на национално ниво делува како чадор организација на организациите на потрошувачи на Штип, Битола, Охрид, Тетово и Кочани и е во постојан контакт со нив.

Согласно со статутот на организацијата во ОПМ можат да членуваат индивидуални и колективни членови.

Својата дејност Организацијата ја остварува делувајќи во следните сфери:

- Преземање иницијативи за унапредување на законската регулатива за заштита на потрошувачите во Република Македонија и нејзина имплементација;

¹ Германско друштво за техничка соработка.

- Идентификација на проблемите и анализа на потребите на потрошувачите и нивна презентација пред надлежните институции и пошироката јавност, со цел да се придонесе во креирањето на конзистентна потрошувачка политика во Република Македонија;
- Едукација, информирање, советување и застапување на интересите на потрошувачите;
- Преку фокусот на потрошувачкото движење, да се влијае на развојот на граѓанското општество во Република Македонија;
- Соработка со невладините организации во Република Македонија, чија мисија директно или индиректно се залага за заштитата на правата на потрошувачите;
- Регионална и меѓународна соработка со сродни организации во Европа и во светот.

Во изминатиот период (1996-2010) ОПМ работеше примарно на развивање на потрошувачкото право и политика, како и на информирањето, советувањето, едукацијата и застапувањето на интересите на потрошувачите.

Воедно, ОПМ беше вклучена и во процесот на децентрализација, преку поддршка во имплементацијата на заштитата на потрошувачите на локално ниво. Овој домен останува од примарен интерес и во наредниот период.

Во извршувањето на својата мисија ОПМ во изминатиот период остваруваше тесна соработка со надлежните државни органи тела и институции², други невладини организации, како и со електронските и пишувани медиуми.

ОПМ активно соработува со Меѓународната организација на потрошувачите (Consumers International) со седиште во Лондон, Европската организација на потрошувачите (BEUC) со седиште во Брисел, како и со други сродни потрошувачки организации во регионот и пошироко.

III. ОРГАНИЗАЦИСКА ПОСТАВЕНОСТ

Структурата на управување и раководење на ОПМ е утврдена со Статутот, и ја сочинуваат: собрание, извршен одбор, надзорен одбор, совет на честа и претседател.

Организационо гледано, ОПМ делува преку Централата на ОПМ и Советодавното биро за потрошувачи во Скопје.

ОПМ како покривна - чадор организација е во постојан контакт со своите членки односно организациите на потрошувачи на Штип, Битола, Охрид, Тетово и Кочани, кои истотака имаат советодавни бироа за потрошувачи.

² Министерство за економија, пазарната, санитарната и други инспекции, Народниот правобранител, Комисијата за заштита на конкуренција, Советот за радиодифузија и други.

Во советодавните бироа потрошувачите добиваат бесплатни информации и совети, а како комуникациски инструменти кои стојат на располагање на граѓаните се телефонското, писменото и лично обраќање.

Во изминатиот период ОПМ има потпишано меморандум за соработка со повеќе од 20 општини во кои го помага формирањето и работата на Советите за заштита на потрошувачите на локално ниво, а се планира со овие активности да се продолжи и во наредниот период.

Во рамките на Централата се покриваат потребите на организацијата, а делумно и на нејзините членки кои делуваат локално во домените на менаџментот, експертската поддршка на активностите, издавачката дејност, едукацијата, информирањето, логистиката и сл.

Експертска поддршка се остварува преку работата на повеќе Комисии преку изготвување брошури, издавање на билтенот *Потрошувач* на ОПМ и апдејтување на инфотеките, предавања на едукативни сесии организирани од ОПМ, истапување во јавноста непосредно преку трибини, конференции, форуми и сл., како и во контактите со медиумите.

Експертските комисии за заштитата на потрошувачите на ОПМ работат во следниве области:

- Правна и финансиска;
- Исхрана;
- Домување;
- Права на пациентите;
- Енергетска ефикасност и заштеди на енергија и
- Образование на потрошувачите.

IV. АНАЛИЗА НА ОКРУЖУВАЊЕТО

Проценка на опкружувањето во кое делува и се очекува да делува ОПМ во планскиот период е извршена преку PEST и SWOT анализи, развиени од страна на Stake holders-ите на организацијата, кои ги дадоа следните резултати:

„PEST” АНАЛИЗА

1. Политичко – правни фактори:

- Конкретизирање на местото, задачите и правата на ОПМ во законската регулатива и програмите за заштита на потрошувачите на Владата;
- Непрепознавање на значењето на заштитата на потрошувачите кај дел од политичките субјекти во Република Македонија;
- Постоење политичка поддршка на активностите на ОПМ (но за жал не и финансиска);
- Непостоење на совети за заштита на потрошувачите и немање на соодветни програми кај добар дел од ЕЛС;
- Потреба од подобрување на практичната примена на прописите од доменот на заштитата на потрошувачите (имплементација);
- Отсуство на директна финансиска поддршка на активностите за заштита на потрошувачите од државниот и буџетите на ЕЛС;
- Процесот на евроинтеграција и фактот на отпочнување на преговори (влијание врз заштита на потрошувачите);
- Потреба од подобра соработка и координација помеѓу инспекциските органи;
- Потреба од подобра соработка и координација помеѓу советите за заштита на потрошувачите на Владата и ЕЛС.

2. Економски фактори:

- Процесот на глобализација и отвореноста на македонскиот пазар (нивно влијание на заштитата на потрошувачите);
- Нерамномерен регионален развој и големи разлики меѓу урбаните и руралните подрачја;
- Висока стапка на невработеност и ниска куповна моќ на поголем дел од населението и заради тоа купување на ефтини производи и услуги, често вон легалните пазари;
- Експанзија на разни видови на банкарски и финансиски услуги и недоволна едуцираност на потрошувачите за нивно користење;
- Постоење и злоупотреба на монополски стоки и услуги на малопродажниот пазар;
- Ефтини и најчесто некавалитетни легално увезени стоки;
- Висок степен на сива економија (неконтролирани стоки во прометот на мало);
- Појава на стоки со лажни трговски марки, како и присуство на пиратски стоки на пазарот;

3. Социјално - културни фактори:

- Глобализација (нејзино влијание на заштитата на потрошувачите во Македонија);
- Појави на загадување и деградација на животната средина;

- Сиромаштија и низок животен стандард, особено кај руралното население;
- Стандарди и квалитет на живеење;
- Неразвиена еколошка свест;
- Стил на живеење (влијание особено врз младите потрошувачи);
- Важност на општествената одговорност на сите субјекти;
- Потреба од промена на ставови и култура на живеење;
- Потреба од полицентричен урбанистички развој (влијание врз квалитетот на живеење);
- Потреба од создавање на хумани услови за домување.

4. Технолошки фактори:

- Брз развој на техниката и технологија и нивното влијание на стоки те и услугите кои се нудат на пазарот;
- Недоволна присуство и влијание информациско комуникациски технологии кај поголем дел од населението;
- Недоволна инфраструктура;
- Примена на чисти технологии;
- Недоволна искористеност на обновливите извори на енергија;
- Имплементација на стандарди;
- Вложување во истражување и развој;
- Права на потрошувачи – електронска трговија и банкарство;
- Непостоење на акредитирани независни лаборатории со соодветна опременост за испитување на производи;
- Недоволна афирмираност на производитите и услугите преку интернет;
- Недоволно вложување во кадрите кои треба да го движат развојот.

„SWOT” АНАЛИЗА

1. Силни страни:

- Соработка со државни органи и институции;
- Учество во креирање и имплементација на правната рамка и потрошувачката политика;
- Членство во BEUC и CI;
- Децентрализирана структура и трансформација во чадор организација;
- Едуцираност и стручност на кадарот;
- Добра соработка со медиумите преку која се остварува информираност на јавноста;
- Добра комуникација со потрошувачите;
- Тековно информирање, едуцирање и советување на потрошувачите.

2. Слаби страни:

- Недоволна финансиска стабилност;
- Немање на директна финансиска поддршка од државата;
- Отсуство на форми на соработка со Собранието на РМ;
- Преголема зависност од странски проекти и донации;
- Недоволна бројност на кадарот;
- Намање можност за тестирање на производи и услуги;
- Недоволна заштита на потрошувачите во руралните средини;
- Недоволна соработка со бизнис секторот;
- Недоволна комуникација со дел од општините и Градот Скопје.

3. Предизвици, можности:

- Започнување на претпристапни преговори за ЕУ, а со тоа и зголемување и институционализација на финансиската поддршка од страна на државата;
- Позиционирање на ОПМ како застапник на колективните интереси на потрошувачите на национално ниво;
- Имплементација на заштитата на потрошувачите во ЕЛС, преку формирање на совети и донесување на програми, како и формирање на локални потрошувачки организации;
- Зглемено информирање, едуцирање и помош на потрошувачите во осознавањето и користењето на своите права, особено во руралните средини;
- Електронско поврзување во мрежа на локалните потрошувачки организации и креирање на база на податоци;
- Издавање на месечно списание за потрошувачи со поддршка на државните структури;
- Започнување со имплементација на ИПА проект за заштита на потрошувачите.

4. Закани:

- Немање финансиска поддршка од државата;
- Понатамошна финансиска зависност исклучиво од странски донации;
- Недоволна кадровска екипираност - можност за натамошно намалување на постоечкиот персонал;
- Опасност од осипување на експертскиот кадар и неможност за регрутирање нови експерти;
- Губење на стекнатите афирмативни оценки за Организацијата, заради намалување на активностите;
- Губење на членството во CI и BEUC поради неможност за плаќање чланарина и партicipирање во нивните активности.

Анализата на надворешното и внатрешното опкружување, како и проценките за нивните идни манифестации и трендови во периодот

опфатен со планот, доведоа до развивање на клучните елементи на стратешкиот план:

- Верификација на мисијата;
- Креирање на визија;
- Утврдување на стратешките цели и
- Развивање на стратегии за достигнување на целите

V. МИСИЈА И ВИЗИЈА НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА

Нашата Мисија

Организацијата на потрошувачите на Македонија е независна, неполитичка и непрофитна организација, која постојано работи на застапување на интересите на потрошувачите во Република Македонија, делува на подигање на јавната свест преку информирање и едукација на граѓаните-потрошувачи и на создавање и имплементација на соодветна законска регулатива и конзистентна потрошувачка политика.

Нашата Визија

ОПМ и во наредниот плански период ќе работи на унапредување на заштитата на потрошувачите на национално ниво, со цел да се остварат основните права на потрошувачите на пазарот во Република Македонија, како што се:

- Спречување на секаков вид дискриминација на потрошувачите на пазарот по било кој основ;
- Залагање за спречување на злоупотреба на монополската или доминантната позиција на било кој учесник на пазарот на штета на потрошувачите;
- Достапност на најнужните производи и услуги;
- Нудењето на безбедни и квалитетни производи и услуги на пазарот;
- Обезбедувањето на вистинити и навремени информации и едукација на потрошувачите, заради осознавање на нивните права и правилен избор на производи и услуги;
- Надомест на штета секогаш кога правата на потрошувачите се повредени;
- Здрава животна средина и одржлива потрошувачка.

VI. ЦЕЛЕН ПАЗАР И ЦЕЛНА ГРУПА

- **Целен пазар:**

Организацијата на потрошувачите на Македонија делува и ќе продолжи да делува на национално ниво, што значи дека нејзин целен пазар останува територијата на Република Македонија.

- **Целна група:**

Како Организација која делува на национално ниво ОПМ ќе биде насочена кон општата целна група, т.е. целна група на Организацијата се и ќе бидат граѓаните на Република Македонија.

VII. СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ

Се идентификуваат следните стратешки цели на ОПМ за периодот опфатен со овој Стратешки план:

1. Активна партиципација на ОПМ во процесот на заокружување на правната рамка во доменот на заштитата на потрошувачите и нејзина хармонизација со соодветната на ЕУ;
2. Учество во креирањето на конзистентна потрошувачка политика на национално и локално ниво;
3. Активно учество во процесите на имплементација на правната рамка и зацртаната потрошувачка политика на национално и локално ниво;
4. Популаризација на заштитата на потрошувачите.
5. Согледување на предизвиците и усогласување на работењето на ОПМ со новиот Закон за здруженија и фондации
6. Заштита на колективните интереси на потрошувачите

VIII. СТРАТЕГИЈА ЗА ПОСТИГНУВАЊЕ НА ЦЕЛИТЕ

Старешките цели ќе бидат постигнати преку делувањето на Организацијата нејзините органи и тела, експертските комисии, како и преку мешовити тимови кои ќе се формираат за конкретна задача, проект или програма.

Вака поставената матрица ќе овозможи понатамошен раст и развој на Организацијата и нејзините капацитети во планскиот период.

Согласно идентификуваните подрачја и домени на делување експертските комисии, преку годишните акциони планови, ќе ги опфатат следните стратешки приоритети:

- Понатамошно градење на вкупниот капацитет на ОПМ;

- Учество во иницирање, креирање и имплементација на законска регулатива за заштита на потрошувачите;
- Учество во иницирање, креирање и имплементација на национална потрошувачка политика;
- Учество, во соработка со локалните потрошувачки организации, во заштитата на потрошувачите на локално ниво во процесот на децентрализација.

Приоритетите ќе се реализираат во соработка со Министерството за економија, други релевантни министерства и други органи и тела со надлежности во овој домен, како и со Советот за заштита на потрошувачите на Владата на Република Македонија, како и со ЕЛС (општини и Градот Скопје).

ОПМ активно ќе партиципира во имплементацијата на Програмата за заштита на потрошувачите на Владата на Република Македонија за периодот 2011-2012 година, во креирањето на новата програма за периодот 2013-2014 година, како и во нивната имплементација.

ОПМ ќе продолжи активно да работи во европската и меѓународната потрошувачка организација, како и во процесите на регионално поврзување на потрошувачките организации од Балканот.

Стратегиите за постигнување на идентификуваните цели ќе се остваруваат во следните подрачја:

Стратегии за постигнување на стратешките цели на ОПМ:

Начинот на достигнување на поставените стратешки цели ќе биде усмерен на реализација на следните подрачја на интервенција, кои ќе се конкретизираат со годишните акциони планови.

1. ПОТРОШУВАЧКА ПОЛИТИКА

2. ПРАВНА И ФИНАНСИСКА

3. ХРАНА И ИСХРАНА

4. ПРАВА НА ПАЦИЕНТИ

5. ОБРАЗОВАНИЕ

6. ДОМУВАЊЕ

7. ЕНЕРГЕТИКА

1. ПОТРОШУВАЧКА ПОЛИТИКА

Ред. бр./ Код	Што	Кој	Кога	Како
1. ПП ³	Имплементација на Програмата за заштита на потрошувачите на Владата на РМ за 2011-2012	ОПМ во соработка со: СЗПВРМ, МЕ и други органи на државна управа и институции	јануари 2011 декември 2012	Претставници во Советот Експертизи Информирање Едукација Советување Медиуми
2. ПП	Партиципација во изготвувањето на Програмата за заштита на потрошувачите на Владата на РМ за 2013-2014	ОПМ во соработка со: МЕ	јуни 2012 декември 2012	Учество во работна група Јавна расправа Медиуми Панел дискусии
3. ПП	Имплементација на Програмата за заштита на потрошувачите на Владата на РМ за 2013-2014	ОПМ во соработка со: СЗПВРМ, МЕ и други органи на државна управа и институции	јануари 2013 декември 2013	Претставници во Советот Експертизи Информирање Едукација Советување Медиуми
4. ПП	Техничка помош во институционализација на заштитата на потрошувачите во ЕЛС и во изготвување на локални програми за заштита на потрошувачите	ОПМ во соработка со: МЛС, МЕ, ЗЕЛС ⁴ , ЕЛС, ЛПО	јануари 2011 декември 2013	Информирање Консалтинг Едукација Медиумски кампањи Формирање на ЛПО
5. ПП	Техничка помош во институционализација на координацијата и соработката меѓу СЗПВРМ и локалните совети за заштита на потрошувачите	ОПМ во соработка со: МЛС, МЕ, ЗЕЛС ⁵ , СЗПВРМ, ЛСЗП ⁶	јануари 2011 декември 2013	Информирање Консалтинг Едукација Медиумски кампањи Заеднички настани

³Код за Потрошувачка политика.

⁴ Заедница на единиците на локалната самоуправа, Скопје.

⁵ Заедница на единиците на локалната самоуправа, Скопје.

2.ПРАВНА И ФИНАНСИСКА

Ред. бр./ Код	Што	Кој	Кога	Како
1. П ⁷	Имплементација на новелираниот Закон за заштита на потрошувачите	ОПМ во соработка со: СЗПВРМ ⁸ МЕ ⁹ , ЛПО ¹⁰ , ЕЛС ¹¹	јануари 2011 декември 2011	Јавна кампања; Прирачник; Брошура; Семинари.
2. П	Идентификација на новините во Законите за измени и дополнување на Законот за облигационите односи	ОПМ во соработка со: Универзитетите	јануари 2011 јуни 2011	Експертиза Медиумска презентација
3. П	Идентификација на новините во Законот за надзор над пазарот	ОПМ во соработка со: МЕ	јуни 2011 декември 2011	Експертиза Медиумска презентација
4. П	Идентификација на новините во Законот за заштита на конкуренцијата	ОПМ во соработка со: МЕ и КЗЗК ¹²	ноември 2011 јуни 2012	Јавна кампања; Семинари.
5. П	Имплементација на Правилникот за детските играчки	ОПМ во соработка со: МЕ	јануари 2011 декември 2011	Експертиза Медиумска презентација
6. П	Партиципација во донесувањето на нов Закон за безбедност на производите	ОПМ во соработка со: МЕ	октомври 2011 јуни 2012	Учество во работна група Учество во јавна расправа
7. П	Имплементација на измените и дополнувањата на Законот за електронска трговија	ОПМ во соработка со: МЕ	март 2012 октомври 2012	Експертиза Медиумска презентација
8. П	Имплементација на новиот Закон за безбедност на производите	ОПМ во соработка со: СЗПВРМ, МЕ	септември 2012 јуни 2013	Јавна кампања; Прирачник; Брошура; Семинари.
9. П	Имплементација на измените и дополнувањата на Законот за туристичка дејност	ОПМ во соработка со: МЕ	јануари 2012 јуни 2012	Експертиза Медиумска презентација
10. П	Советување на потрошувачите во категоријата „Општо и правно советување“	ОПМ во соработка со: ЛПО	јануари 2011 декември 2013	Општо и правно советување на граѓаните
11. Ф ¹³	Имплементација на Законот за давање финансиски услуги на далечина –	ОПМ во соработка со: МФ ¹⁴ , НБРМ ¹⁵	септември 2011 декември	Експертиза Медиумска презентација

⁶ Локални совети за заштита на потрошувачите.

⁷ Код за правна област.

⁸ Совет за заштита на потрошувачите на Владата на РМ.

⁹ Министерство за економија.

¹⁰ Локални потрошувачки организации, членки на ОПМ.

¹¹ Единици на локална самоуправа.

¹² Комисија за заштита на конкуренцијата.

¹³ Код за доменот на финансиски услуги.

¹⁴ Министерство за финансии.

	примената на овој закон ќе биде од денот на пристапување на РМ во ЕУ		2011	
12. Ф	Партиципација во процесот на донесување на нов Закон за заштита на потрошувачи при договори за потрошувачки кредити	ОПМ во соработка со: МФ, НБРМ	јануари 2012 јуни 2012	Учество во работна група Учество во јавна расправа
13. Ф	Имплементација на новиот Закон за заштита на потрошувачи при договори за потрошувачки кредити	ОПМ во соработка со: СЗПВРМ, МЕ, МФ, НБРМ, ЛПО, ЕЛС	септември 2012 септември 2013	Прирачник; Лифлет; Брошура; Семинари; Јавна кампања; Јавни трибини.
14. Ф	Информирање и едукација на граѓаните во доменот на разни видови финансиски услуги	ОПМ во соработка со: СЗПВРМ, МЕ, МФ, НБРМ, ЕЛС	септември 2011 септември 2013	Прирачник; Лифлет; Брошури; Јавни кампањи; Јавни трибини.
15. Ф	Информирање и едукација на граѓаните во доменот на електронско банкарство	ОПМ во соработка со: СЗПВРМ, МЕ, МФ, ЕЛС Стопански комори	март 2012 март 2013	Прирачник; Лифлет; Брошура; Јавна кампања; Јавни трибини.
16 Ф	Советување на потрошувачите во категоријата „Финансиско советување“	ОПМ во соработка со: ЛПО	јануари 2011 декември 2013	Советување на граѓаните во доменот на финансиските услуги

¹⁵ Народна банка на Република Македонија.

3. ХРАНА И ИСХРАНА

Ред. бр./ Код	Што	Кој	Кога	Како
1 X и И ¹⁶	Закон за безбедност на храна	ОПМ во соработка со МЗШВ ¹⁷ , ВУ ¹⁸ , ФС ¹⁹ , ДИЗ ²⁰ , МЗ ²¹ , ДХ ²²	2011	Јавни расправи
2 X и И	Имплементација на Законот за безбедност на храна	МЗШВ, ВУ, ФС, ДИЗ, МЗ, ОПМ, ДХ	2011-2012	Трибини, Брошури, Водич, Препораки
3 X и И	Имплементација на Законот за благосостојба на животните	ОПМ во соработка со Ветеринарен факултет Центар за благосостојба на животните Министерство за здравство-Дирекција за храна, бизнис сектор	2011-2013	Трибини, Брошури, Водич, Препораки
4. X и И	Состојба со имплементација на НАССР системот и значење за потрошувачите	ОПМ во соработка со МЗ-ДХ, ОПМ, ВУ, бизнис сектор	2011-2013	Трибини, Јавни расправи, анализа/прашалник користење на постојни лифлети
5. X и И	Едукација на потрошувачите за препознавање на правилно означената на храната	ОПМ во соработка со Министерство за здравство, Дирекција за храна, МЗШВ, ДИЗ, Институт за јавно здравје,	2011-2013	Лифлети трибини
6. X и И	Едукација на потрошувачите за присуство на повеќе видови храна на пазарот на РМ како: додатоци во исхраната, храна за посебна нутритивна употреба, храна на која се додадени витамини, минерали и др материи ГМО	ОПМ во соработка со МЗ, ДХ, стопанска комора	2011-2013	Работилници, брошури
7. X и И	Инфотека-развивање, дополнување	ОПМ во консултација со експерти	2011-2013	Следење, анализа, собирање информации
8. X и И	Едукација и советување на потрошувачите во домашниот на исхраната	ОПМ во соработка со МЗ, ДХ, ОПМ, ЕЛС	2012	Работилници, Трибини

¹⁶ Код за доменот на храна и исхрана

¹⁷ Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

¹⁸ Ветеринарна управа

¹⁹ Фитосанитарна управа

²⁰ Државен земјоделски инспекторат

²¹ Министерство за здравство

²² Дирекција за храна

4. ПРАВА НА ПАЦИЕНТИ

Ред. бр./ Код	Што	Кој	Кога	Како
1. ПрП ²³	Имплементација на Законот за права на пациенти	ОПМ во соработка со Министерство за здравство, Државен здравствен и санитарен инспекторат, Локална самоуправа	2010-2013	Работилници Трибини, Медиуми, Локална самоуправа Обука на советодавачи на потрошувачи и комисији за права на потрошувачи
2 ПрП	Имплементација на Законот за здравствено осигурување и подзаконските акти	ОПМ во соработка со Министерство за здравство, ОПМ, Државен здравствен и санитарен инспекторат, Локална самоуправа	2010-2013	Медиуми, Трибини, лифлети
3 ПрП	Закон за здравствена заштита(нов)	ОПМ во соработка со Министерство за здравство, Државен здравствен и санитарен инспекторат, Локална самоуправа	2010-2013	Јавна кампања, брошура, трибини, семинари
4. ПрП				
5 ПрП	Правилник за содржина и начин на означување на козметички производи	ОПМ во соработка со Министерство за здравство, , Државен здравствен и санитарен инспекторат, Локална самоуправа	2010-2013	Медиуми, Трибини брошура
6. ПрП	Имплементација на законот за јавно здравје (нега и разубавување)	ОПМ во соработка со Министерство за здравство, Фонд за здравствено осигурување на Македонија, ДСЗИ, Локална	2010-2013	Јавна кампања, брошура, лс, совет за јавно здравје, трибини
7. ПрП	Информирање и советување за правата на пациентите	ОПМ	2010-2013	совети
8. ПрП	Развој и одржување на инфотек-тата за права на пациентите	ОПМ со експерти	2010-2013	Одржување, обновување со нови содржини

²³ Код за областа Права на пациенти

5. ОБРАЗОВАНИЕ

Ред. бр./ Код	Што	Кој	Кога	Како
1. О ²⁴	Изготвување на содржински модули со експериментален карактер наменети за деца од 3-6 годишна возраст за надгледно опишување поврзано со потрошувачката едукација	ОПМ, Министерство за труд и социјална политика(Сектор за детска заштита), Биро за развој на образованието, експерти	2011-2013	Воспитно отворени образовни активности, работилници, тимска работа
2. О	Значење на Благосостојба на животните во функција на едукација на децата за правилна исхрана	ОПМ, Министерство за труд и социјална политика(Сектор за детска заштита), Биро за развој на образованието, експерти, Ветеринарен факултет	2011-2013	Воспитно отворени образовни активности и отворени часови
3. О	Креирање на едукативно помагало за ученици и наставници од средно образование и негова промоција	ОПМ, Биро за развој на образованието, средни училишта, наставници, ученици	2011-2012	Креирање на помагало, соработка со експерти,
4. О	Креирање на секции за права на потрошувачи	ОПМ, Биро за развој на образованието, училишта, наставници, ученици	2011-2013	Контакти со училишта, пласирање на информации
5. О	Брошура од областа на медиумската писменост за 7,8,9 одделение и средно образование	ОПМ, Биро за развој на образованието, училишта, наставници, ученици	2011-2013	Изработка на брошура и примена
6. О	Формирање на мултимедииски центри за оспособување на наставници	ОПМ, Биро за развој на образованието, Министерство за труд и социјална политика, Министерство за економија	2011-2013	Формирање центри, лобирање, кампањи

²⁴ Код за областа Образование

6.ДОМУВАЊЕ

Ред. бр./ Код	Што	Кој	Кога	Како
1. Д ²⁵	Имплементација на Законот за домување и подзаконските акти	ОПМ во соработка со: МТВ ²⁶ ЕЛС	2010,2011,2012	Брошура, кампања, советување
2. Д	Имплементација на новиот Закон за социјално домување	ОПМ во соработка со: МТСП ²⁷ ЕЛС	2011-2013	Јавна кампања; Брошура; Јавни трибини; Семинари.
3. Д	Идентификација на новините во Закон за измени и дополнување на Законот за градба Информирање на потрошувачите	ОПМ, МТВ	2011-2013	Експертиза Медиумска презентација
4. Д	Информирање и советување на потрошувачите во доменот на домувањето	ОПМ во соработка со: ЛПО, ЕЛС	2011-2013	Советодавни места на ОПМ за граѓаните
5. Д	Развој и одржување на Инфотеката од доменот на домувањето	ОПМ	2011-2013	Следење Анализа Публикување Дистрибуција

²⁵ Код за областа Домување

²⁶ Министерство за транспорт и врски

²⁷ Министерство за труд и социјална политика

7. ЕНЕРГЕТИКА

Ред. бр./ Код	Што	Кој	Кога	Како
1. Е ²⁸	Имплементација на Законот за енергетика во доменот на заштитата на потрошувачите	ОПМ во соработка со МЕ-сектор за енергетика, Агенција за енергетика	2011-2012	Медиумска кампања; Семинари;
2. Е	Следење на состојбите во врска со за сигурно и квалитетно снабдување со енергија на потрошувачите	ОПМ, Техничка инспекција, Народен правобранител Регулаторна комисија за енергетика, ДПИ	2011-2013	Следење; Анализа; Ангажман
3. Е	Информирање и советување на потрошувачите во доменот на енергетската ефикасност	ОПМ во соработка со МЕ Агенција за енергетика, АЕРМ, ЛПО, ЕЛС, МЗЖСПП	2011-2013	Следење; Анализа; Ангажман
4. Е	Едукација за помасовно користење на обновливите енергенти	ОПМ во соработка со МЕ, Агенција за енергетика,	2011-2013	Медиумска кампања; Јавни трибини; Семинари;
5. Е	Советодавни услуги за заштита на правата на потрошувачите во врска со трошоците за енергија	ОПМ, РКЕ, АЕРМ Народен правобранител, ЕЛС, ЛПО	2011-2013	Совети за потрошувачите
6. Е	Развој и одржување на инфотеки од доменот на енергетската ефикасност и другите технички инфотеки	ОПМ	2011-2013	Следење; Анализа; Публикување; Дистрибуција

²⁸ Код за доменот енергетика

IX. БУЏЕТ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА СТРАТЕШКИОТ ПЛАН

Со оглед дека правилата на европската и меѓународната потрошувачка организација забрануваат спонзорства и донации од стопанските субјекти, можните извори за финансирање на ОПМ се сведуваат на:

- Средства од буџетот на РМ и во помал износ од буџетите на општините и Градот Скопје;
- Работа на проекти, финансирани од јавниот сектор и странските донатори;
- Членарини и други непарични контрибуции од членството;
- Продажба на услугите на ОПМ на потрошувачите.

Досегашното финансирање на Организацијата се базирало скоро исклучиво од реализација на проекти од странски донатори. Меѓутоа, ваквото финансирање не ја обезбедува посакуваната финансиска оддржливост на Организацијата, особено во услови кога странските донатори постепено но приметно се повлекуваат од Република Македонија.

Глобалните финансиски потреби на Организацијата, согласно поставените цели и идентификуваните активности во планскиот период во зацртаните домени на делување, се проектираат како следи:

- 50.000,00 ЕВРА за покривање основни материјални и административни трошоци за работа на ОПМ на годишно ниво,
- 100.000,00 ЕВРА за реализација на минимална работна годишна програма и
- 140.000,00 ЕВРА за реализација на оптимална работна годишна програма. Оптималната варијанта би ги покривала и трошоци за реализација на усвоениот стратешки план.

Без износот предвиден во минималната варијанта не може да се обезбеди функционалноста на Организацијата, во домените на заштитата на потрошувачите предвидени да бидат покриени од страна на Владата согласно практиките на ЕУ. Заради ова е битно да се обезбеди редовна, сигурна алиментација на овој износ од единствениот расположив траен извор за финансирање, а тоа е Буџетот на Република Македонија.

Ова е предуслов за затварање на Поглавието 28 во преговорите на Република Македонија со ЕУ, што јасно се гледа од проценката за остварениот напредок во процесот на приближување кон ЕУ, со оглед дека ОПМ, колку што ни е познато, е единствена организација за заштитата на потрошувачите која активно делува на национално ниво, прифатена е на европско ниво (BEUC) и има капацитет да партиципира во креирањето и имплементацијата на конзистентна потрошувачка политика.

Впрочем, ваква обврска за обезбедување на финансиска оддржливост на ОПМ од страна на Владата постои и од потпишаниот билатерален договор

со Владата на Сојузна Република Германија за техничка помош на Организацијата на потрошувачите на Македонија, од 1998 година.

Законска основа за вклучување на ваква ставка во Буџетот на РМ постои согласно Законот за измени и дополнувања на Законот за заштита на потрошувачите²⁹.

Суштинската оправданост, покрај барањето на ЕУ, е лесно да се согледа и во фактот дека апсолутно доминантен дел на активностите искажани со стратешкиот план се во доменот на обврските и одговорностите на органите на државната управа, така што во голем дел планираните активности се де факто вршење на јавни овластувања за сметка на државата.

Спрема тоа, за нас е од суштинско значење отпочнувањето на претпристапните преговори, кои сами по себе ќе доведат до реструктурирања на буџетот, усмерени кон побрзо затварање на поглавијата кои се преговараат, а со тоа и за средствата потребни да се затвори поглавието 28. Она што исто така може да овозможи оптимално финансирање во периодот 2012/2013 година е доколку биде прифаена апликацијата за ИПА проект во доменот на заштита на потрошувачите, кој е процесуирана од страна на Министерството за економија во време на изготвување на овој план.

Останатите потребни средства, усмерени кон обезбедување на оптимални услови за извршување на дејноста во планскиот период ќе се обезбедуваат од останатите потенцијални извори на финансирање. Она што во овој момент е релативно реално е во 2011 година да продолжи подршката од Програмата ЦИВИТАС, која институционално би подржала 40% од сретствата потребни за реализација на годишната програма на ОПМ.

Членарината и наплаќањето на одредени услуги се извори од маргинално значење, кои само ќе ги надополнуваат приходите од работата на проекти, кој е единствен реален извор со потребниот капацитет, кој може да овозможи прибирање на потребните средства за оптимално делување на Организацијата.

Операционализацијата на буџетската стратегија ќе се врши преку годишни буџети, кои ќе се носат усогласено со годишните акциони планови за работа на Организацијата.

Овој Стратешки план е усвоен од страна на Собранието на Организацијата на потрошувачите на Македонија, во Скопје, на ден_____.2010 година.

²⁹ "Службен весник на РМ" бр. 77/2007.