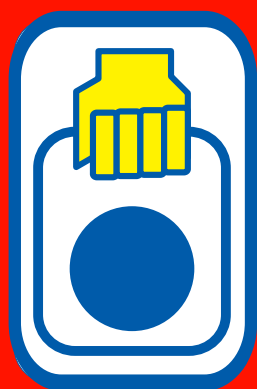


10/2012

<http://aktivnipotrosaci.info>

АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ

Садржај



ПОТРОШАЧКА КАМПАЊА И ОДНОС СА МЕДИЈИМА



Пројекат финансира Европска унија у оквиру програма „Поддршка цивилном друштву“



Основна права потрошача 2



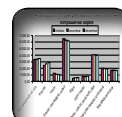
Семинар: Потрошачка кампања и однос са медијима 3



Састанак пројектног тима и конференција за медије 4



Промотивне активности пројекта "Активни потрошачи" 5



Мониторинг цена животних намирница 6



Како побољшати енергетску ефикасност зграда 8



Најчешће жалбе потрошача 12



Мобилна телефонија-уговори по мери потрошача 16



Европски дневник за средњошколце 17



Безбедност играчака 18



Како одабрати исправно месо 19



Како препознати храну из органске производње 19

ОСНОВНА ПРАВА ПОТРОШАЧА

9. априла 1985. године Генерална скупштина УН је резолуцијом 39/248 усвојила Упутство за заштиту потрошача. Упутство даје владама, посебно земљама у развоју, оквире за разраду политике и законодавства у области заштите потрошача. Оно такође сугерише и интернационалну сарадњу на том плану.

Поред многих циљева у области заштите потрошача, овим упутством су прокламована и основна права потрошача која владе земаља чланица УН требају испоштовати.

Октобра месеца 2010. године, доношењем новог Закона о заштити потрошача Републике Србије, детаљније, обједињено на једном месту, решавају се питања заштите потрошача у нашој земљи.

Жеља нам је да вас у овом броју нашег листа упознамо са вашим основним правима у улози потрошача и тиме иницирамо њихово доследније и потпуније поштовање.

Основна права потрошача су:

ПРАВО НА ЗАДОВОЉЕЊЕ ОСНОВНИХ ПОТРЕБА

– подразумева доступност најнужнијих производа и услуга: хране, одеће и обуће, стамбеног простора, здравствене заштите, образовања и хигијене.

ПРАВО НА БЕЗБЕДНОСТ

– подразумева заштиту од робе и услуга које су опасне по живот, здравље, имовину или животну средину или робе чије је поседовање или употреба забрањена.

ПРАВО НА ОБАВЕШТЕНОСТ

– подразумева располагање чињеницама од значаја за правилан избор и заштиту од непоштене рекламе или од ознака на производима који могу да доведу у заблуду.

ПРАВО НА ИЗБОР

– подразумева могућност избора између више производа и услуга, по приступачним ценама и уз гарантовано добар квалитет.

ПРАВО НА УЧЕШЋЕ

– подразумева заступљеност интереса потрошача у поступку доношења и спровођења политике заштите потрошача и могућност да преко удружења за заштиту потрошача буде заступљен у поступку усвајања и спровођења политике заштите

потрошача.

ПРАВО НА ПРАВНУ ЗАШТИТУ

– подразумева заштиту права потрошача у законом предвиђеном поступку у случају повреде његовог права и накнаду материјалне и нематеријалне штете коју му причини трговац.

ПРАВО НА ОБРАЗОВАЊЕ

– подразумева стицање основних знања и вештина неопходних за правилан и поуздан избор производа и услуга, као и знања о основним правима и дужностима потрошача и начину њиховог остваривања;

ПРАВО НА ЗДРАВУ И ОДРЖИВУ ЖИВОТНУ СРЕДИНУ

– Право на здраву и одрживу животну средину - живот и рад у средини која није штетна за здравље и добробит садашње и будућих генерација и располагање тачним подацима неопходним за процену ризика који животна средина представља за здравље и добробит људи.



Пројекат: АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ

ОДРЖАН СЕМИНАР НА ТЕМУ: „ПОТРОШАЧКА КАМПАЊА И ОДНОС СА МЕДИЈИМА“

У организацији Центра за заштиту потрошача Форум из Ниша, у оквиру пројекта “Активни потрошачи”, дана 2. и 3. децембра одржан је семинар у Нишу, у хотелу “Александар” на тему “Потрошачка кампања и однос са медијима”.

У раду семинара учествовали су:

- предавач Срђан Сталетовић - PR Института за одрживи развој Београд
- предавач Небојша Радовић - креативни Директор ENIAX (Interenet Marketing Consalting) - Београд
- предавач Галин Бородин - PR агенције “POINT” - Софија, Бугарска
- предавач Богомил Николов - BNAAP - Софија, Бугарска
- представници Министарства пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде,
- представници АПОС-а – Нови Сад,
- представници Покрета потрошача Србије-Београд,
- представници Организације потрошача Србије - Јагодина,
- представници Градске организације потрошача - Лесковац,
- представници Бугарске националне асоцијације потрошача АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ,
- представници Центра за заштиту потрошача Форум - Ниш,
- новинарка РТВ Војводина,
- новинарка Прве српске телевизије,
- новинар листа “Политика”,
- новинар листа “Време” и
- главни уредник Нишке телевизије.



Закључак свих учесника је да је овај семинар био веома користан, да смо добили нова сазнања о томе како испланирати и реализовати потрошачку кампању, колико је важан интернет и друштвене мреже и колики је значај кампање за наше активности. Учесници ће информације и искуства са семинара искористити како би успешно организовали и спровели своје кампање.



Пројекат “Активни потрошачи”

ОДРЖАНА ТРЕЋА КОНФЕРЕНЦИЈА ЗА МЕДИЈЕ

Дана 27.12.2011. године Центар за заштиту потрошача ФОРУМ одржао је трећу конференцију за медије у оквиру пројекта АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ:

- Место одржавања: Медиа Центар Ниш,
- Време почетка конференције: 12,00 часова,
- Тема конференције:

1. Промоција деветог броја часописа: АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ и КАЛЕНДАРА ЗА 2012. годину, који су штампани у оквиру пројекта “Активни потрошачи” уз финансијску подршку Европске уније.

2. Приказ брошуре ПРАВО НА ПРИГОВОР, која се штампа у оквиру пројекта “Активни потрошачи” уз финансијску подршку Европске уније.

3. Одржан дводневни семина у Нишу на тему:

ПОТРОШАЧКА КАМПАЊА И ОДНОС СА МЕДИЈИМА

4. Отворено писмо Градском већу, Управи за комуналну делатност и Директору ЈКП Градска Топлана:

ПРЕКИНИТЕ СА КРШЕЊЕМ ЗАКОНА О ЗАШТИТИ ПОТРОШАЧА

На конференцији су говорили:

- Председник Центра ФОРУМ: мр Јован Јовановић
- Секретар регионалног саветовалишта: Јелена Ђорђевић, дипл.правник
- Секретар Центра ФОРУМ: Перица Стојчев, дипл.правник
- Уредник часописа АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ: Властимир Спасић, дипл.инг.



ТРЕЋИ САСТАНАК ПРОЈЕКТНОГ ТИМА

Дана 27.12.2012. године у просторијама Медиа центра у Нишу, одржан је трећи састанак пројектног тима „Активни потрошачи“, који се реализује уз финансијску подршку ЕУ.

Као што је познато партнери у пројекту су Градска организација потрошача Лесковац и Бугарска национална асоцијација “Активни потрошачи” из Софије. У реализацију програмских активности укључени су регионални центри за заштиту потрошача из Јагодине, Београда и Новог Сада.

На састанку је закључено, да се реализација програмских активности одвија у складу са планом и предвиђеном динамиком. Истовремено, извршена је операционализација предстојећих програмских активности и подела задужења у циљу ефикаснијег деловања организација за заштиту потрошача.



ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ У ОКВИРУ ПРОЈЕКТА „АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ“



Часопис „АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ“ и брошура „ПРАВО НА ПРИГОВОР“

Регионална РТВ ЗОНА: Јутрањи програм

Ниш, 28.12.2011. године



Градска НТВ: Емисија „Добар дан“

Ниш, 28.12.2011. године



Мониторинг цена животних намирница

АНАЛИЗА ВРЕДНОСТИ ПОТРОШАЧКЕ КОРПЕ И КУПОВНЕ МОЋИ СТАНОВНИКА ЗА ТРОМЕСЕЧНИ ПЕРИОД ОКТОБАР-ДЕЦЕМБАР 2011.

на основу истраживања студената Економског факултета у Нишу

Основни циљ овог истраживања је да се дође до егзактних података о животном стандарду просечне породице у Нишу, Београду, Новом Саду, Јагодини и Лесковцу преко праћења вредности потрошачке корпе и куповне моћи становника. Истраживањем су обухваћени малопродајни објекти ИДЕА, РОДА, МАКСИ, МЕРКАТОР и ТЕМПО, а коришћене су редукована просечна и редукована минимална потрошачка корпа која покрива најосновније животне потребе. Треба имати у виду да се ове корпе односе само на издатке за храну и пиће, који чине 59% просечне месечне зараде, при чему је овај удео у децембру износио 59,07% просечне месечне зараде (имајући у виду редуковану просечну потрошачку корпу). Уз званичне податке, ово истраживање има за циљ да одреди висину потрошачке корпе по малопродајним објектима посматрајући конкретне производе (нпр. кекс Плазма), што је врло важно за потрошаче.

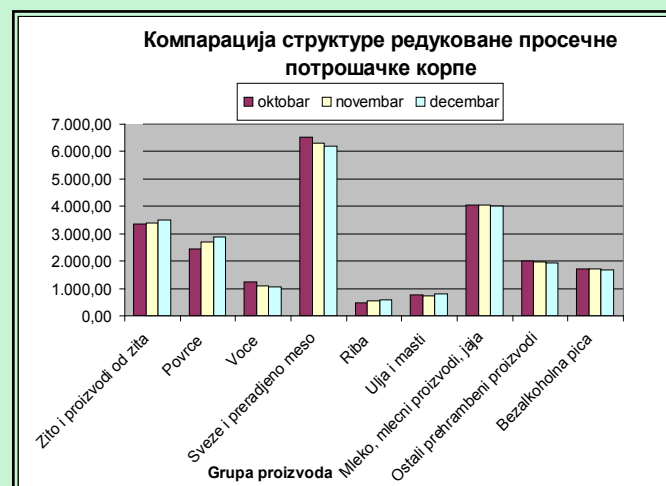
Истраживањем је обухваћена редукована потрошачка корпа чија је структура по месецима дата графиком 1 и поређење вредности редуковане просечне потрошачке корпе на територији Републике Србије у тромесечном периоду дато графиком 2. Вредност просечне потрошачке корпе, која садржи 75 производа, била је најнижа у новембру и износила је 22.467,41 динар. У октобру је била незнатно виша и износила је 22.591,50 динара. Највиша вредност редуковане просечне потрошачке корпе током досадашњег истраживања забележена је у децембру (22.662,63).

Вредност редуковане просечне потрошачке корпе у периоду од октобра до децембра била је највиша у Нишу и износи 22.847,85 динара, затим у Новом Саду 22.819,82 динара, следи Београд са 22.739,60 динара, Лесковац са 21.923,18 и на крају Јагодина, где је вредност ове корпе у тромесечном периоду била 21.864,72 динара (графикон број 3).

На основу графика који приказује структуру просечне потрошачке корпе, јасно се види да се највећи део корпе троши на свеже и прерађено месо, чија вредност у укупној вредности просечне потрошачке корпе заузима највећи део са око 28%.

Куповна моћ становништва је мерена коефицијентом који је добијен као количник просечне месечне зараде и вредности редуковане просечне потрошачке корпе по градовима. Овај показатељ је имао повољан тренд кретања у посматрана три месеца. У октобру је износио 1,65, у новембру је куповна моћ незнатно порасла на 1,66, а у децембру је вредност куповне моћи такође била 1,66. На овакво кретање куповне моћи највише је утицала промена вредности редуковане просечне потрошачке корпе (графикон број 4).

Графикон 1 – Компарација структуре редуковане просечне потрошачке корпе по месецима



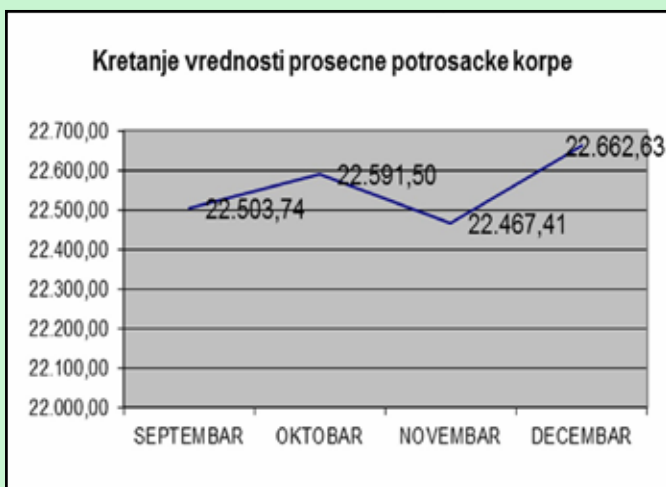
У посматрана три месеца, дошло је и до промена у просечној месечној заради на територији Републике Србије према подацима Републичког Завода за статистику. Тако је у новембру месечна зарада била најнижа (38.167,00), док је у октобру тај износ био највиши и износио је 38.763,00 динара.

На основу компарације куповне моћи становника по градовима у периоду октобар, новембар, децембар уочено је да је куповна моћ становника Београда и Ниша била највећа у октобру. У Новом Саду и Лесковцу је највећа куповна моћ била у новембру, док је у Јагодини била највећа у децембру 2011. год.

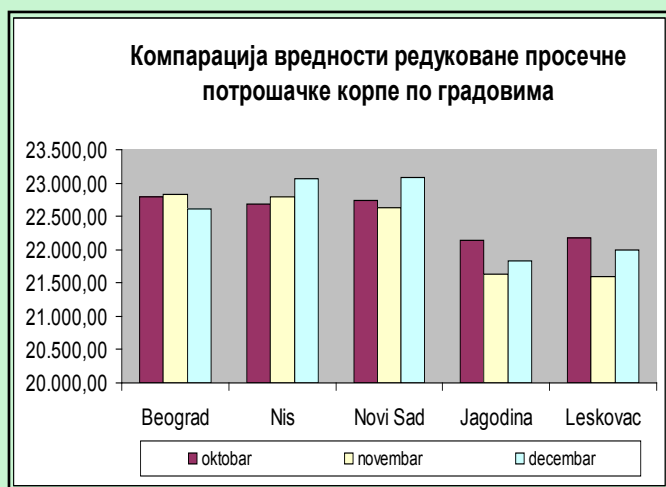
Из истраживања следи да је у Републици Србији најјефтинији малопродајни објект TEMPO (где је вредност просечне потрошачке корпе 22.167 динара), затим РОДА са 22.267 динара, ИДЕА са 22.374 динара, а да су најскупљи малопродајни објекти МАКСИ где је вредност редуковане просечне потрошачке корпе 23.060 и МЕРКАТОР са вредношћу редуковане просечне потрошачке корпе од 23.174 динара (графикон број 5).

У прилогу се дају релевантни подаци који проистичу из истраживања.

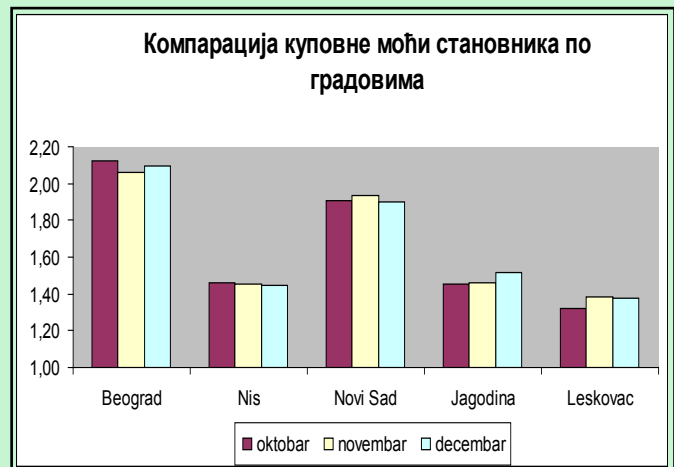
Графикон 2 – *Кретање вредности редуковане просечне потрошачке корпе у Републици Србији у периоду октобар, новембар, децембар 2011. године*



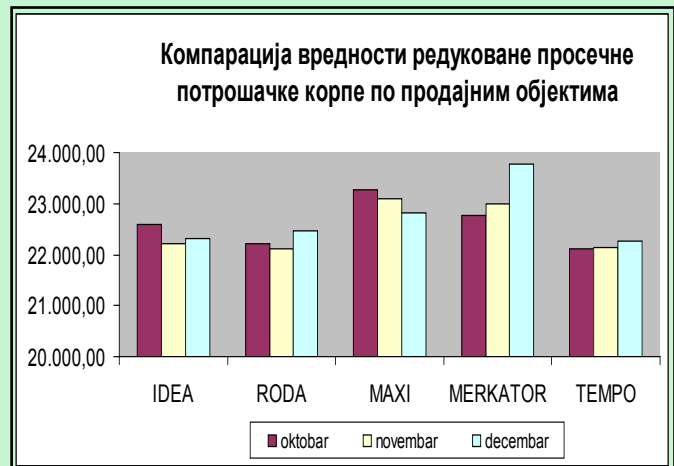
Графикон 3 - *Компарација вредности редуковане просечне потрошачке корпе по градовима за период октобар, новембар, децембар 2011. године*



Графикон 4 - *Компарација куповне моћи становника по градовима за период октобар, новембар, децембар 2011. године*



Графикон 5 - *Компарација вредности редуковане просечне потрошачке корпе по продајним објектима у периоду октобар, новембар, децембар 2011. год.*



Скенирање цена вршено је последњег дана октобра, новембра и децембра 2011. године у свим маркетима и хипермаркетима обухваћеним анализом у Београду, Новом Саду, Нишу, Јагодини и Лесковцу. Током процеса скенирања наишли смо на проблеме зато што нисмо имали слободу записивања цена артиклима из асортимана у појединим објектима.

Ментор тима студената је проф. др Бобан Стојановић. Истраживање су реализовали студенти четврте године Економског факултета у Нишу: Милан Марковић и Зорана Костић, студенти треће године: Инес Пријић, Милена Аранђеловић, Јелена Илић, Данијела Стакић, Милена Коцић, Сања Стојичић, Сандра Чекрлић, Зоран Страхињић и Никола Тодоровић и студенти друге године: Милица Јанић, Наташа Ранђеловић, Николета Ђорђевић, Милица Марковић и Мартина Веселиновић. Истраживање се континуирано наставља, а резултате ћемо благовремено објављивати.

Када енергија постаје све скупља

КАКО ПОБОЉШАТИ ЕНЕРГЕТСКУ ЕФИКАСНОСТ ЗГРАДА

Природа није усаглашена са нашим финансијским потребама, нити са нашим финансијским могућностима, она има свој енергетски баланс.

Одвојено од питања о економским могућностима и економској ефикасности, која се код потрошача мења сваке године, због све озбиљнијих енергетских захтева трошкови везани за енергију коришћену у зградама за становање и рад расту.

Све чешће себи постављамо питања:

1. Да ли је смањење коришћења енергије у зградама економично изводљиво са постојећом технологијом ?

2. Како и са каквим материјалима је потребно градити да би се оствариле интелигентне грађевинске компоненте које би омогућиле аутоматско прилагођавање зграда променама амбијетна и омогућиле у будућност услугу која ће се вероватно звати грађевински сервис ?

Ми немамо довољно озбиљних одговора нити решења за друго питање. Претпостављамо да ће развој грађевинарства дати одговоре на њега, али трудимо се да нашим потрошачима дамо одговор



на прво питање и зато желимо да препознамо и дефинишемо проблеме и понудимо решења.

Основни приступ решењу смањења коришћења енергије у зградама је побољшање енергетске ефикасности зграда.

Побољшање енергетске ефикасности материјала и елемената за градњу доводи до смањења количине и квалитета коришћења енергије у зградама, али највећи ефекат се може постићи побољшањем енергетске ефикасности постојећих зграда. Овакав развој догађаја суочава индустрију прозора, фасада и стакала са следећим задацима:

- побољшање топлотне изолације
- минимални губитак топлоте вентилацијом
- оптимална топлотна изолација током прелазних периода пролеће и јесени

- коришћење соларне енергије
- смањење коришћења вештачког светла побољшаним коришћењем дневног
- очување већ присутне енергије зграде

Могуће је да се задовоље ови захтеви тако што ће се све више користити двоструко и троструко изолационо застакљивање, а високе захтеве могуће је задовољити само тако што ће се променити конструкција оквира и профила и на тај начин поправити следећи фактори:

- губитак топлоте путем преношења (коэффициент пролаза топлоте U) и топлотног моста (линеарни коэффициент пролаза топлоте ψ)
- добици сунчеве енергије (укупан пролаз енергије g) и коришћење дневне светлости (пролаз светлости τ).
- губици топлоте током вентилирања који су пре свега последица недостатка заптивености фасада и неопходне минималне размене ваздуха која је потребна за комфорну атмосферу у згради, ово се може смањити тако што се инсталирају системи за искоришћење енергије.



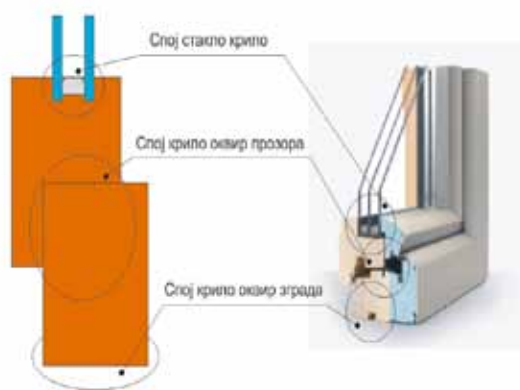
Мере побољшања на постојећим прозорима

Највећи губици топлоте су кроз лоше заптивање прозорског крила и окна прозора које се може решити стављањем различитих заптивача. Ако материјал прозорске конструкције добро проводи топлоту, уз енергетске губитке јављају се и оштећења изазвана кондензатом, а јављају се и губици зрачењем топлоте из топле просторије према хладнијој околини.

Побољшање топлотних карактеристика могуће је постићи на следеће начине:

- заптивањем прозора (и спољних врата)
- провером и поправком окова на прозорима (и вратима)
- изолацијом кутија за ролетне
- редуковањем губитака топлоте кроз прозоре уградњом ролетни, постављањем завеса, итд.
- заменом прозора новим топлотно квалитетнијим

Из модификованог и осавремењеног пресека профила прозора видимо да је спој између крила и оквира у ствари комплексна конструкција која у првом реду онемогућава пролаз ваздуха, а исто тако и пролаз воде. У спољном делу настоји се да се онемогућити долазак воде на критични део профила, а у унутрашњем делу профила постиже се заптивање ваздуха. Спој крила и стакла омогућује проветравање унутрашњости профила испод стакла као и квалитетно налагање стакла на спољни и унутрашњи део.



Добро заптивање прозорског профила као и постављање топлотне изолације спољног зида у односу на профил прозора имају велику улогу у смањењу укупних топлотних губитака.

Замените прозоре

Енергетски ефикасни прозори ће поред смањења трошкова за грејање допринети и повећању удобности у простору.

Карактеристике прозора које би требали купити су:

- Двоструко или троструко застакљење са ваздушним простором од најмање 16 mm. Уместо ваздуха као изолатора, простор између стакала може бити испуњен инертним гасом аргоном чиме се повећава топлотна изолација прозора
- „Low-e“ премаз на унутрашњој страни стакла који спречава губитак топлоте одбијајући је натраг у простор
- Топлотни губици се догађају како кроз стакло, тако и кроз оквир прозора. Оквир може бити: PVC, али са челичним ојачањем, алуминијумски, као и са прекинутим топлотним мостовима, дрвени или као

комбинација дрво-алуминијум.



Укупни коефицијент пролаза топлоте пожељан је: $U < 1,8 \text{ W/m}^2\text{K}$.

Ови су прозори у односу на обично „IZO“ стакло скупљи 20%, али су им топлотни губици за 50% мањи. Цена „PVC“ столарије се креће од 15 000 – 20 000 дин/м², док је цена за прозоре дрво-алуминијум 25 000 -30 000 дин/м².

Осећате ли да кроз отворе око прозора или врата струји ваздух? Прозори или врата који слабо заптивају су главни узрок губитака топлоте. Уколико нисте у могућности да купите нове прозоре, лепљењем изолационе траке око прозора и врата смањите топлотне губитке. Цена ове траке је 50 динпо метру.

Проверите да ли постоје пукотине између прозора и зида кроз које пролази ваздух при чему се губи топлота из куће. Пукотине затворите одговарајућим материјалима, као на примјер ПУ пена. Инвестицијом од 400 динара годишње можете уштедети и до 4000 динара на грејању.

Како правилно одабрати нови прозор?

Прозор је најдинамичнији део спољног дела зграде, који истовремено делује и као пријемник који пропушта сунчеву енергију у простор и као заштита од спољних утицаја и топлотних губитака. Укупни губици кроз прозоре износе 50 %, топлотних губитака зграде, они су обично и десетак пута већи од оних кроз зидове, па је јасно колику важност игра енергетска топлотна изолација прозора у укупним енергетским потребама зграде. Док се на старим зградама коефицијент U прозора креће око 3,00-3,50 $\text{W/m}^2\text{K}$ и више, на савременим ниско енергетским и пасивним кућама тај се коефицијент креће између 0,80-1,40 $\text{W/m}^2\text{K}$. У укупним топлотним губицима прозора учествују и прозорски профили који независно од врсте материјала од којег се изграђују морају осигурати: добро заптивање, прекинути топлотни мост у профили, једноставно отварање и низак коефицијент губитака топлоте.

Препорука за градњу савремене енергетски позитивне зграде је употреба прозора са коефицијентом U мањим од 1,40 $\text{W/m}^2\text{K}$. Такође се као прозорски профил препоручује модерни високо ефикасни дрвени профил који је и еколошки и енергетски прихватљив, или алуминијумски и пластични профил сличних карактеристика.

Губици топлоте кроз прозоре

Губици кроз прозоре су трансмисиони, односно они кроз затворен прозор и вентилациони, односно они кроз отворен прозор. Када се саберу једни и други, кроз прозоре се остварује преко 50 % укупних топлотних губитака зграде. Прозора има много различитих врста, а њихов коефицијент пролазности топлоте креће се од 0,8 W/m²K код најбољих прозора с троструким стаклима и ваздушним пуњењем па све до 3,5 W/m²K код старих једноструких прозора. Квалитетнији прозори смањују трансмисионе губитке, док се губици вентилацијом могу смањити уградњом вентилационог система.

На трансмисионе губитке утиче више елемената. Основни је свакако коефицијент топлоте стаклене површине и профила прозора. Коефицијент пролаза топлоте на стаклима се смањује уградњом двоструких и троструких стакала, чији су међу простори пуњени ваздухом, или боље инертним гасом (аргоном) који делује као топлотни изолатор. На спољној површини сваког стакла требао би постојати тзв. „Low-e“ премаз (премаз ниске емисивности), који смањује зрачење топлоте преко прозора. Постављањем тог слоја само са спољних површина стакала дозвољава се улаз топлоте али не и излаз, тако да стакло делује као топлотни вентил. „Low-e“ премаз је безбојан и не утиче на пролаз светла.

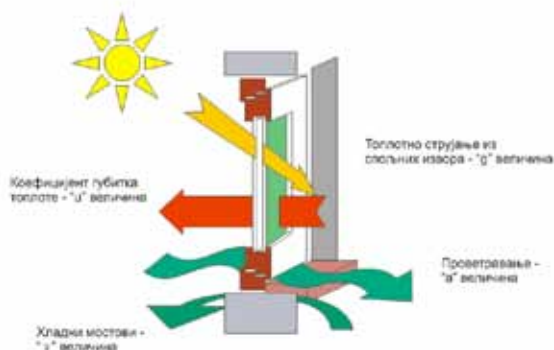
Прозор као грађевински елемент има функцију да осигура задовољавајућу звучну и топлотну изолацију, као и функцију природног проветравања простора, што се постиже применом адекватних материјала и конструкцијских профила.

U - вредност - коефицијент губитка топлоте

Ψ - вредност - пролаз топлоте кроз спојне детаље-топлотни мостови

a - вредност - проветравање

g - вредност - топлотно струјање из спољних извора



Збир U, Ψ, a, g вредности одређују укупне топлотне губитке прозорског елемента.

Према подацима произвођача мењање старог једноструког прозора новим двоструким са (U =1,3 W/m²K као и „Low-e“ премазом) исплати се за две сезоне грејања. Прозори до 1,1 W/m²K су у сличном нивоу исплативости, док они с коефицијентом

губитака топлоте испод 1 W/m²K постају значајно скупљи у односу на уштеду те се користе само у изградњи пасивних кућа.

Врсте прозорских оквира:

- Алуминијумски прозорски оквири имају велику стабилност облика, што је од битне важности код великих прозорских оквира и велику стабилност на временске утицаје. Они не старе и лаки су за одржавање. Алуминијум има велику топлотну проводљивост, тако је пресудно његово унутрашње пуњење које мора бити добар топлотни изолатор као што је нпр. дрво.

- Пластични прозорски оквири имају бољу топлотну заштиту од алуминијумских, цена им је приближно иста али имају проблематичан век трајања и нису прихватљиви са еколошког аспекта јер њихова производња и рециклажа загађују околину (зато што најчешће садрже кадмијум, омекшиваче и средства за заштиту од пожара). Но предност им је лако одражавање у односу на дрвене прозорске оквире.

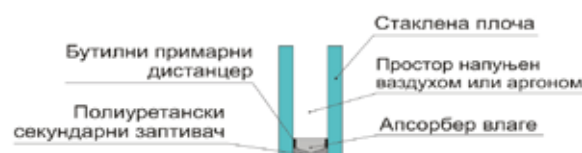
- Дрвени прозорски оквири имају присуство на тришту од око 40%. Дрво је класични материјал за прозоре и ако се правилно одржава може трајати и до 100 година, а прихватљив је и са еколошке стране јер је дрво материјал који се обнавља. Дрво има најбољи степен топлотне и звучне изолације. Приликом пожара његова конструкција остаје стабилна и не производи никакве отровне гасове. Важан је и избор исправног заштитног средства за њих, а еколошки најповољније су заштите на бази смола и фирнајса. Такођер се мора омогућити и несметан пролаз влаге, а да би прозори били отпорни на временске утицаје могуће је облагање алуминијумом.

„IZO“ стакла

Како би смањили топлотне губитке, обични једноструки прозори се замењују квалитетнијим „IZO“ стаклима бољих изолацијских својстава. „IZO“ стакло је стаклено тело састављено од најмање две стаклене површине а међупростор је испуњен сувим ваздухом са тачком росе -30°C или неким другим гасом, најчешће аргоном, ксеконом или криптоном. Наведени гасови се стављају због смањења коефицијента пролаза топлоте односно како би смањили топлотне губитке кроз прозор.

Битна својства „IZO“ стакала су : спречавање губитака топлоте, утицај на пролаз светлости, бистрина и чистоћа стакала, правилан одраз слике околне и омогућавање да не сме да дође до рошења у међупростору.

„IZO“ стакло се састоји од следећих делова:



Квалитет „IZO“ стакла зависи од сваког саставног дела из стакла, од квалитета материјала и од начина израде појединог дела.

Стакла која се користе при изради „IZO“ стакла су следећа:

1. „FLOAT“ стакло које је равно прозирно стакло а стандардно се уграђује у „IZO“ стакло и то у дебљинама од 3 mm до 10 mm

2. Ламинирано стакло је састављено од више „float“ стакла залепљених фолијом. Ово стакло се користи и због сигурносних разлога јер не пуца у мале комадиће приликом оштећења

3. Каљено стакло је „float“ стакло које је термички обрађено због побољшања механичких својстава, чврстоће на удар и чврстоће на савијање, у случају разбијања распада се на велики број малих комадића тупих рубова па је погодно из сигурносних разлога за коришћење.

4. Орнамент стакло, површина је украшена различитим узорцима

5. Рефлектирајуће стакло премазано металним филмом који део светлости рефлектује а део апсорбује.

На ниски и фактор код „IZO“ стакла утиче:

1. дебљина и број међупростора (U - фактор смањујемо већим бројем међупростора и што већом ширином међупростора),

2. пуњење међупростора „IZO“ стакла се пуне ваздухом или инертним гасовима, криптон, ксенон или сумпор флуоро-водоник SF₆) који битно смањују U - фактор,

3. избор стакла (дебљина стакла врло мало утиче на U - фактор, али га употреба стакла ниске емисије („Low-e“ стакло) значајно смањује. „Low-e“ стакла премазана су са стране међупростора посебним металним филмом који пропушта електромагнетне таласе кратких таласних дужина односно сунчеву светлост, док зрачење дугих таласних дужина рефлектује (IC зрачење)



Приказ топлотно погодних профила „PVC“, алуминијских и дрвених прозора:

„Low-e“ стакла

Прозори с оваквим стаклима имају коефицијенте пропуштања топлоте око 1,3 W/m²K што је свакако препорука при куповини нових прозора приликом реновирања старих зграда. Принцип „low-e“ стакла је да се на стакло нанесе танак слој на бази ванадијевог диоксида. Тај слој у зимским условима потпуно пропушта инфрацрвене таласне дужине, а у току летњих месеци понаша се као филтер и спречава пролаз топлинотог зрачења кроз стакло. Како при том потпуно пропушта светлост у неким случајевима прозору не треба никакво сенило. Хемијским саставом и поступком наношења тог слоја на стакло унапред одређује границу на којој филтер постаје пропусан, граница је подесива између 0°C и 70°C. Уштеде на енергији су знатне применом ових стакла у грађевинарству, а могу достићи и до 50% енергије за климатизацију.

Предност „low-e“ стакла је и то да се може у производњи мењањем процента нанесених материјала производити стакло тачно за одређена климатска подручја. Разлика у цени обичног и паметног стакла је 20%, али енергетска би уштеда могла брзо надокнадити повећане трошкове улагања.

Други ниво паметних стакла захтева још једно својство - самочишћење. Нанесе ли се на стакло танак слој титановог оксида, на површини ће се одвијати redox - процес, при чему се органске нечистиће на површини стакла углавном разлажу на CO₂ и воду. Дебљина слоја ванадијумовог диоксида је око 100 нанометара, а његово наношење на стаклену површину у току производње стакла гарантује му једнак век трајања. Са стакла га неће уклонити никакви временски утицаји, уништити га може само разбијање стакла.

На следећој слици је приказан значај избора квалитетнијег стакла у односу на топлотну уштеду енергије. При спољним условима -10°C и унутрашњим условима од +20°C, „IZO“ стакла показују далеко боља својства од обичних једноструких стакла.

Приказ температуре унутрашње површине стакла „T“ за разне к-факторе

Захваљујући тржишно оријентисаним произвођачима и дистрибутерима у току је испитивање квалитета прозора и врата са нашег тржишта о чему ћемо вас обавестити у наредним издањима часописа „Активни потрошачи“.



Купац је увек у праву, осим код трговаца

ОСВРТ НА ЖАЛБЕ ПОТРОШАЧА У СРБИЈИ И ПОУКЕ КОЈЕ СЕ МОГУ ИЗ ЊИХ ИЗВУЋИ

Наставак из предходног броја

Струја, гас и угљ

Квалитет електричне енергије у приградским и сеоским подручјима у Србији, Тарифни систем за продају електричне енергије, цене, обавештавање потрошача о неизмирену дуговању, принудна наплата рачуна без претходног обавештавања о дуговању, наплата ТВ претплате уз рачун за електричну енергију, изузетно високе цене електричне енергије по утрошеном киловат-сату за потрошаче од око 100 киловат-сати, који због сиромаштва спадају у категорију заштићених потрошача, су најчешћи разлози за учестале жалбе потрошача. Цена по утрошеном киловат-сату, коју плаћају мали потрошачи је вишеструко већа од цене електричне енергије коју плаћају велики потрошачи по највишој дневној тарифи. Условљена је великим учешћем обрачунске снаге и трошкова дистрибуције, као елемената цене. Због тога је цена електричне енергије по утрошеном киловат-сату, за потрошаче који треба да користе статус заштићеног потрошача, вишеструко већа од цене електричне енергије, коју плаћају највећи и најбогатији потрошачи електричне енергије.



Пример: Нека је остварена потрошња у вишој тарифи 38 kWh, по цени 5,012 дин/kWh, што је износ од 190,46 дин. Нека је остварена потрошња у нижој тарифи 25 kWh, по цени од 1,253 дин/kWh, што је износ од 31,33 дин. За укупно утрошених 63 kWh, износ у динарима је 221,79 дин. Обрачунска снага је 6,9 kWh и износ од 217,92 дин. Накнада за мерно место је 119,07 динара. Укупно за утрошену енергију, обрачунску снагу и мерно место је 558,78 дин. ПДВ 18%-100,58 дин. Укупно за обрачунски период 659,36 дин. Цена електричне енергије коју плаћа потрошач по оваквом обрачуну је 10,473 динара по утрошеном kWh.

Потрошачи плина се жале на велика повећања цене гаса, на начин формирања цене гаса и неупоредиво веће цене од цене гаса у време уговарања увођења гаса. Већина корисника истиче да се не би прикључили на гас, да су знали колико ће се повећати цене гаса. Убеђени су да су прихватљивим понудама за увођење и коришћење гаса преварени. Износе податке да су после преоријентације на гас цене нагло повећане, независно од цена гаса на светском тржишту.

И купци угља имају своје проблеме. Њих мучи, квалитет испорученог угља, извршене замене скупље плаћеног, јефтинијим угљем, мање испоручене количине од купљене количине, кашњење испоруке угља и тд.



Скупо пиће, скупа храна ...

Жалбе на здравствену безбедност, квалитет и цене хране и пића су свакодневне. Потрошачи изnose да су купили храну са истеклим роком употребе, микробиолошки неисправну храну, а неисправност су приметили тек када су отворили оригинално паковање, примесе у упакованим намирницама и хлебу (дрво, стакло, остаци глодара, длачице, метални опилци, ларве, песак и др.), закидање на мери, неистичање цена, премеравање и промену декларисане масе, коју је унео произвођач на оригиналном паковању и прерачунавање и истицање нове малопродајне цене за утврђену масу производа од стране продавца. Премеравање и уписивање нове цене на паковању углавном је вршено на скупим производима од меса.



У жалбама потрошачи указују на проблеме примене Закона о заштити потрошача који се односе на истицање цена, обавештавање потрошача о ценама, начин обрачуна цена робе, услуга и услуга од посебног значаја, издавање рачуна, посебно за продају робе ван пословних просторија, продају и уградњу грађевинске столарије, обавештавање потрошача о промени цена и непоштовање рокова о пуштању чекова на наплату, пре уписаног датума доспећа чека.

Потрошачи се жале и на груб однос запослених у продајним објектима, када посумњају на крађу, или када се укључи аларм упозорења на могућу крађу. Претрес се често не врши у посебним просторијама од овлашћених лица, већ поред касе, у присуству других потрошача. Потрошачи се жале, да продавци не налазе за сходно, да се извину, када се утврди да није било крађе и разлога за сумњу украђу.

Честе су крађе остављених ствари потрошача у за то одређеним просторијама продавца. Остављање ствари је обавезно, а просторије су често без надзора. Продавци су истакли обавештење да не одговарају за украдене ствари потрошача из простора у који је потрошач био обавезан да их остави.

Мајсторе, мајсторе!

Велики број жалби потрошача односи се на водоинсталатерске, керамичарске, аутомеханичарске, аутолакирерске, фризерске, козметичарске, обућарске, пекарске, посластичарске и друге услуге.

Код водоинсталатерских услуга најчешће су жалбе на цене услуга. Оне су вишеструко веће од очекивања потрошача и од процене колико ће поправка коштати, дате пре почетка поправки. Мање поправки водокотлића, или замене вентила и славине наплаћују се и преко 20.000,00 динара. Индикативно је да се на цене услуга у становима најчешће жале старије и болесне особе, које су саме у стану.

Правило је да на интервенције долазе по две особе. На питање колико ће да кошта поправка, одговарају: “Неће много, видећемо шта треба да се уради”. По завршеној поправци исписују рачун који је често већи од месечне пензије оштећеног корисника услуге.

Из разговора са оштећеним корисницима услуга сазнајемо да су до телефона позваног сревиса дошли преко огласа, или рекламне понуде убачене у поштанско сандуче, или огласа у штампи. Три битне поуке се могу извући из жалби потрошача на сервисне услуге. Прво, мора се посветити већа пажња избору даваоца услуга у стану. Сервисер треба да буде позната занатска радња или познати мајстор, коме се може веровати. Друго, цена услуге мора да буде договорена пре доласка мајстора, односно пре почетка поправке. Треће, мора се знати да већина занатских радњи наплаћује и долазак на интервенцију. Због тога, пре договора о доласку сервисера, треба проверити да ли посебно наплаћује долазак и колико он кошта.



Честе су жалбе потрошача и на квалитет услуга хемијског чишћења и прања одела, тепиха, бунди, капута, пресвлака, завеса, чизмица, ципела и др. Најчешћи проблеми ових услуга су: механичко оштећење у поступку прања или чишћења и разливање боја, неодговарајућа боја, отирање боје и настанак штете у стану, због отирања боје и бојења намештаја и одеће.

Ваше право да плаћате све

Потрошачи се жале на проблем истовременог плаћања ТВ претплате, кабловске телевизије и интернета. Указују на потребу истицања овог проблема у медијима и пред надлежним државним органима. Изражавају спремност да се ангажују у стручном тиму који би снимио стање, извршио анализу, припремио предлог решења и лобирао за системско решење које би обезбедило повољнији положај корисника ових услуга. Спремност за ангажовање у стручном сагледавању проблема и решења, исказана у телефонском разговору није праћена и непосредним ангажовањем потрошача овог веома значајног питања. Ово би могао да буде посебан пројекат независних организација потрошача, ако би било спремности за његово финансирање, од стране надлежних институција или владиних организација. Вишеструко плаћање услуга електронских медија није у функцији оптималног техничко-технолошког развоја земље у овој области и интереса корисника ових услуга.

У жалбама потрошача све је више указивања на присуство непоштеност, обмањујућег и насртљивог пословања. Чешће се срећу у закључивању угово-



ра изван пословних просторија. Потрошачи се жале на насртљиво и агресивно пословање. Свакодневно истичу да су доведени у заблуду, да нису били упознати са одредбама уговора о условима и последицама раскида уговора. Правило је да се ови уговори могу раскинути само два-три дана по извршеној куповини-закључивању. Ако се уговор раскида, продавац се осигурао правом да задржи уплаћену рату, која по правилу износи 20% од уговорене цене. Ове одредбе у типском уговору нису у складу са Законом о заштити потрошача. Потрошач може да одустане од овакве куповине, без навођења разлога због којих одустаје, уз обавезу да продавцу, о свом трошку, врати добијени производ и да од продавца захтева да му врату новац којим је платио купљени производ изван пословних просторија у року од тридесет дана. Ипак, саветујемо потрошачима да избегавају ове видове куповине, јер носе већи ризик од других видова куповине.

Потрошачи се жале и на све чешћу појаву непосредног оглашавања телефоном, факсом, поштом и доласком пред врата стана, без претходног престанка потрошача. Учесвала су узнемиравања потрошача телефоном. Понуђачи робе информичу потрошача да је срећни добитник награде, али је потребно да настави учешће у игри куповин нове групе производа. Потрошачи касно сазнају да су увучени у “игру” из које се тешко излази.

Заштита потрошача, шта то беше?

Посебну пажњу заслужују жалбе потрошача на функционисање система њихове заштите и рад организација потрошача. Жале се да не могу да добију Центар за заштиту потрошача на телефон 0800-103-104. Тврде да данима безуспешно покушавају да га добију. Још веће незадовољство изражавају због упућивања на мобилни телефон Центра за заштиту потрошача Србије-ЦЕПС-а. Траже да им објаснимо зашто се са ЦЕПС-ом може контактирати



ВЛАДА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Министарство пољопривреде,
трговине, шумарства и водопривреде

Одељење за заштиту потрошача
ЦЕНТАР ЗА ЗАШТИТУ
ПОТРОШАЧА

0800-103-104

Бесплатан позив

сваког радног дана од 9 - 16 часова

Информација, помоћ, савет за ваш
потрошачки проблем!

само телефоном и у времену од 10,00 до 14,00 часова. Потрошачи из унутрашњости се питају како ће да остваре контакт са Организацијом потрошача Србије у Јагодини и како му она може помоћи у решавању потрошачког проблема, с обзиром на удаљеност од преко стотине километара. Испољавају не-

задовољство због немогућности да остваре непосредан контакт са запосленим у Центру за заштиту потрошача при Министарству пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде. Траже објашњења зашто не могу да контактирају директно са саветодавним центрима, односно организацијама потрошача које су укључене у Пројекат Министарства. Било је више потрошача који су тражили телефоне и адресе одговорних за заштиту потрошача у надлежном Министарству. Повећан је број жалби потрошача суботом и недељом, у данима када имају потребу да се обрате за помоћ надлежном државном и регионалним саветодавним центрима, који не раде у данима вијенда. Овакав систем комуникације са потрошачима је прескуп, неефикасан, осмишљен да умањи могућност комуникације потрошачима са својим удружењима и да умањи ефикасност и ефективност неразвијеног система заштите потрошача у Србији.

Потрошачи се жале што их Тржишна инспекција упућује да се за помоћ обрате Центру за заштиту потрошача, који је, без довољно капацитета да извршава преузете обавезе, преузео део послова које је Тржишна инспекција годинама успешно извршавала. Знатан број потрошача стекао је поверење у рад Тржишне инспекције и прихватио је као део система који је у функцији заштите права и интереса потрошача. Њен Центар за потрошаче у Београду је радио од 8:00 до 20:00 часова свакодневно, радним данима, викендом и у дане државних празника. У Нишу, Крагујевцу и Новом Саду имали су развијеније функције центара, које су пратиле потребе потрошача. У градовима тржишни инспектори су пружали помоћ потрошачима у заштити својих права. Инспекције су постајале значајан део система вансудског решавања потрошачких спорова. Систем је показивао задовољавајућу ефикасност. Потрошачи су имали могућност да брже остваре своја права.



Тешко је прикрити намеру креатора овог модела информисања и саветовања потрошача. Смањењем времена у коме се потрошачи могу обратити надлежном државном органу за око четири пута, искључењем могућности да се лично обрате надлежном државном органу и својејем комуникације са потрошачима на телефонски позив и имеил, уз повећане трошкове ангажовања државних органа на овом послу, погоршане су могућности за заштиту права потрошача. Уместо да се развија и шири директна и индиректна комуникација надлежних државних органа са потрошачима, она се радикално смањује и отежава. Пратећи развој заштите потрошача у ЕУ и имајући у виду степен развијености комуникације тржишне инспекције



са потрошачима и реалне потребе Србије, било је нормално да се развијају и јачају регионални центри тржишне инспекције и, подразумева се, доследна примена Закона о заштити потрошача у делу информисања, обуке, образовања и саветовања потрошача.

Вансудско поравнање или медијација

Потрошачима, носиоцима заштите потрошача, удружењима потрошача и њиховим савезима нису дате информације о новом систему вансудског решавања потрошачких спорова. Њега чине: Центар за заштиту потрошача у саставу Одељења за заштиту потрошача у Министарству пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде, три регионална саветовалишта потрошача, У Београду у саставу ЦЕПС-а, за потрошаче са подручја града Београда, у Новом Саду, у саставу Организације потрошача Војводине, за подручје Војводине и у Јагодини, у саставу Организације потрошача Србије, за територију Србије без Војводине и града Београда. По пројекту Министарства потрошачи треба да се обраћају за помоћ државном орга-

ну-Центру за заштиту потрошача. Центар, у зависности од врсте и локације проблема, упућује потрошача на једно од три регионална саветовалишта, или на надлежну инспекцију. Потрошач добија број под којим је евидентиран његов предмет и број телефона надлежног регионалног центра или инспекције. Потрошачи из Београда зову на мобилни телефон Регионално саветовалиште у Београду, које преузима предмет на решавање. Ако се не нађе решење између потрошача и трговца, уз помоћ регионалног саветовалишта, потрошач се упућује на медијацију, за чије је ангажовање потребна и добра воља трговца. Агенција за медијацију је државни орган. Има своју мрежу на територији Републике Србије. Ради у складу са Законом о медијацији. Финансира се од накнада учесника у решавању спорова медијацијом. По ценовнику трошкови медијације су 16.000,00 динара. Актом Агенције за медијацију је утврђено да странке у спору учествују у финансирању трошкова медијације са по 8.000,00 динара. Бесмисленост овог решења види се на први поглед. Јасно је због чега је изазвало бурна реаговања потрошача, представника удружења потрошача и дела њихових савеза и научне и стручне јавности.

Модел илуструјемо једним примером из недавне праксе: Потрошачи који су купили неисправну робу, чија је цена била између 8.000,00 и 16.000,00 динара, ако покрену и реше спор медијацијом, могу да добију обештећење између једног и 8.000,00 динара, дакле да добију обештећење до половине суме новца коју су дали за несаобразну робу. Решавање потрошачких спорова медијацијом, чија је вредност испод 24.000,00 динара бесмислена је за потрошаче, јер ће изгубити једну трећину од суме новца којом су платили купљену робу. Потрошач је, по овом решењу губитник.

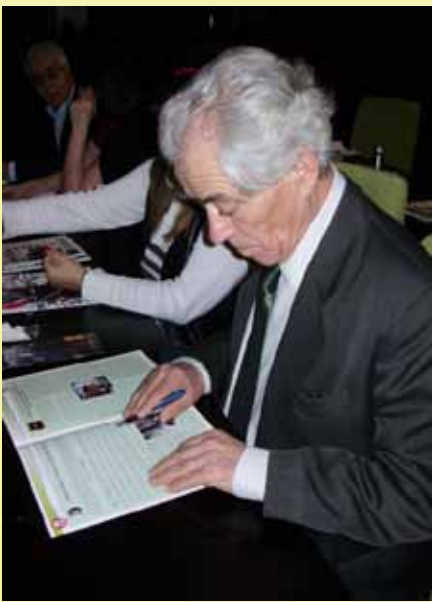
Центар за заштиту потрошача Србије (ЦЕПС), ангажован на Пројекту Регионалног саветодавног центра за београдски регион, у додатку "Потрошач", у дневном листу "Политика"- у договору са државним Центром за заштиту потрошача у Одељењу за заштиту потрошача, дао је правно тумачење да трговац има право да врати новац на нивоу цене у моменту враћања новца. Ово је још једно лоше искуство у примени новог Закона, на штету потрошача.

Законска одредба о износу враћеног новца није изум Србије. То је општепознато решење у свету, срачунато да заштити економски интерес потрошача у условима високе инфлације. Пошто Србија већ деценијама живи у условима високе инфлације, оваква одредба имала је, а и сада има пуно економско и друштвено оправдање. Смисао те одредбе јесте да омогући потрошачу да купи такав производ код другог трговца, ако продавац није у могућности да изврши замену, а несаобразност не може да се отклони поправком. Уместо веће правде за потрошаче, тумачењем непостојеће одредбе у закону, потрошачи трпе недопустиве штете, а држава подстиче увоз робе нижег нивоа квалитета.



Стратегија заштите потрошача

Примена новог Закона о заштити потрошача и других потрошачких закона је изразито актуелна. Још није донета Стратегија заштите потрошача и Акциони план за њено остваривање, Национални програм заштите угрожених потрошача, који би требало да заштити сиромашне потрошаче од новог таласа економске кризе, који већ озбиљно заплјускује осиромашене потрошаче у Србији. Није формиран Национални савет за заштиту потрошача. Скоро да је престала комуникација Министарства са удружењима потрошача и њиховим савезима. Активности које подржава Министарство свеле су се на подршку регионалним саветодавним центрима за: Београд, Војводину и Ужу Србију.



Прошле године финансирана су четири регионална центра, за Београд, Војводину, Источну и Западну Србију. У Националном програму заштите потрошача, који је усвојила Влада Р. Србије и на који се често позива Министарство, предвиђено је шест регионалних центара и један кол-центар. Без икаквих објашњења, Министарство је смањило број саветодавних центара и уместо потрошачког-хибридног

кол-центра, формирало државни Центар за заштиту потрошача у саставу Одељења за заштиту потрошача. Овим се додатно потврђује чврста опредељеност Министарства да не дозволи формирање и рад независних, невладиних, ванстраначких, непрофитних удружења потрошача и њихових савеза.

Законом о општој безбедности производа, Законом о Влади Р. Србије, Законом о безбедности хране, Законом о туризму, Нацртом закона о инспекцијском надзору и другим прописима, дефинисана је улога и надлежност инспекција. Министарство је, вођено искуствима у појединим земљама ЕУ које имају другачију организацију заштите потрошача, искључило тржишну инспекцију из вансудског решавања потрошачких спорова. Ту функцију пренело је на Центар за заштиту потрошача у саставу Одељења за заштиту потрошача и три регионална саветодавна центра. Ова структура нема кадровске, организационе и техничке капацитете да покрије ни пет одсто потреба за ефикасно вансудско решавање потрошачких спорова. Питање је да ли се ради о недовољно сагледаном проблему и решењу, или о свесно креираном моделу којим се успоставља спор, неефикасан и уз то врло скуп систем вансудског решавања потрошачких спорова.

Ако се има у виду врло добро ангажовање Тржишне инспекције и у решавању потрошачких спорова, као и организација која од недавно постоји у ЕУ у форми РАПЕКС система, тешко је не поверовати да је ово решење креирано да би се омогућила већа продаја робе нижег нивоа

квалитета, на штету интереса Р. Србије, добрих привредника и потрошача, а у корист привредника са ниском корпоративном одговорношћу. Када је реч о овом проблему, из анализе не треба искључити и друге механизме који увећавају проблеме потрошача. Овде конкретно мислимо на успостављену медијацију, као део државне структуре, која се укључује у решавање потрошачких спорова за заштиту потрошача. Министарство надлежно за заштиту потрошача није обезбедило ни минимум координације рада надлежних државних органа у овој области и увид у регулативу у локалној самоуправи, која се односи на заштиту потрошача. На основу непотпуних сазнања, мали број статута општина и градова спомиње заштиту потрошача, а у њеној су надлежности услуге од посебног интереса за потрошаче. И када се спомиње заштита потрошача, то се ради на неприхватљив начин. Илустрације ради, у Статуту града Београда је дефинисано да се заштита потрошача остварује у месним заједницама. Када се зна коју улогу имају месне заједнице и да не постоје појединим општинама, није тешко закључити какав третман имају потрошачи у Статуту главног града, који је дуго био пример добре праксе развоја заштите потрошача.

Заштита потрошача у Србији је уставна категорија. Устав Србије гарантује заштиту права потрошача. На више места (шеснаест) директно и индиректно третира делове појединих основних права потрошача.

Србија је преузела сва најбитнија међународна акта о људским правима и правима потрошача. Из њих произлазе права и обавезе државних органа и облика организовања потрошача да иницирају и креирају решења примерена условима, потребама и могућностима Србије. Евидентно је да се овим послом не баве надлежни државни органи, пре свих Влада и Министарство надлежно за заштиту потрошача.

Закључак

Заштита потрошача у Србији не прати савремена кретања у свету. Док у свету јачају капацитети независних потрошачких организација, на које се преносе јавна овлашћења, у Србији се законом пренета овлашћења на организације потрошача враћају у надлежност државних органа.

Потрошачи су збуњени организацијом потрошача у Србији, информацијама које добијају преко медија о правима, институцијама, поступцима решавања потрошачких проблема. Траже објашњења за наметнуту индиректну везу са саветодавним центрима потрошача који треба да им помогну у решавању потрошачких проблема. Испољавају незадовољство због беспотребног индиректног начина комуникације, који их у старту обесхрабрује да се ангажују у заштити и остваривању својих права и интереса.

У овом осврту дат је приказ најчешћих жалби и реакција потрошача на свој положај на тржишту и њихова виђења рада носилаца одговорности за заштиту потрошача у Србији. Из жалби се виде свакодневни проблеми потрошача, којима се не посвећује дужна пажња. Напротив. Они су подцењени. Државни органи и бизнис сектор игноришу свакодневне жалбе које потрошачи упућују својим организацијама. Евидентирају, решавају и уважавају само жалбе које су директно добили. Због непотпуног обухватања жалби потрошача, формирају погрешно мишљење и стварају лажну слику о сасвим добром стању на тржишту у Србији.

МОБИЛНА ТЕЛЕФОНИЈА - УГОВОРИ ПО МЕРИ ПОТРОШАЧА

АПОС је у сарадњи са колегама из Центра за заштиту потрошача „ФОРУМ“ из Ниша у циљу побољшања услуга за потрошаче и њихов равноправни однос на тржишту организовао панел дискусију на тему „Колективна заштита потрошача - неправичне уговорне одредбе и непоштена пословна пракса“, којој су поред сва три оператора мобилне телефоније у Србији учествовали представници РАТЕЛ-а, ресорног министарства, Европске делегације у Србији, медија и јавности.



Асоцијација потрошача Србије – АПОС је указала да типски уговори оператора мобилне телефоније у Србији треба на јасан, читљив и лако разумљив начин да садрже све специфичне карактеристике услуге која се купује, а не да их потрошачи као до сада сами проналазе у општим условима пословања и ценовницима.

Чланица УО АПОС-а Борислава Дејановић је, отварајући дискусију у Медија центру, истакла и да је код сва три оператора основни уговор садржао само личне податке претплатника, назив пакета који се купује и потврду корисника да је упознат са општим условима пословања и прихвата их као саставни део уговора, што потрошачу не ствара праву слику о купљеној услузи.

- У уговору треба дати могућност кориснику да се определи на кој начин жели да буде обавештен о намерама променама цене, спецификацији за уговорене услуге или другим битним елементима уговора: поштом, уз рачун, СМС-ом или е-маилом, додала је Дејановић.

Председник Центра за заштиту потрошача „ФОРУМ“ Ниш Мр.сци. Јован Јовановић типске уговоре са телефонским апаратом оценио је као „уговоре о лизингу“, јер како је објаснио потрошач нема могућност раскида, најчешће у периоду од 24 месеца, када уједно и телефон који купује „само за један динар“ тек тада постаје његово власништво.

- Проблем је и немогућност једностраног раскида, јер потрошач мора да исплати све преостале рате да би раскинуо уговор. Такође је непоштена одредба у којој оператор ослобођен одговорности уколико плаћена услуга није испоручена, односно уколико нема сигнала или је немогуће успоставити позив или послати смс - закључио је Јовановић

Руководилац Сектора правних послова ВИП-а Вељко Илић је обавестио присутне да је након истраживања АПОС-а ВИП оформио тим стручњака из Сектора правних послова Сектора производа и услуга и корисничког сервиса у циљу имплементације сугестија АПОС-а.

“Унапредили смо информисање корисника при изласку из земље као и информације о евентуалном нежељеном интернет саобраћају. Такође смо прихватили и предлог АПОС-а о пружању информације кориснику да се у случају спора може обратити РАТЕЛ-у”.

Срђан Фемић из компаније Телеком Србија, такође је обавестио учеснике округлог стола да је та компанија усвојила скоро све од препорука АПОС-а и уврстила их у типске уговоре и опште услове пословања, међутим, како је рекао, њихово објављивање ће сачекати наредни период.

Теленор је већ 31. јула ове године уврстио све препоруке АПОС-а у типске уговоре у опште услове пословања, истако је Срђан Шишић, члан правног тима Теленора. Он је додао да је Теленор чак и раније имао клаузулу да уколико се покаже да услуга није испоручена или је некавалитетна корисник за исту неће и платити, као и да је корисник у случају нерешеног спора упућен на РАТЕЛ.

Директор Републичке агенције за електронске телекомуникације (РАТЕЛ) Милан Јанковић је оценио да око 200 приговора потрошача на мобилне оператере РАТЕЛ-у, који је стигао од почетка године “није велики”, с обзиром на број корисника.

Србија ће од 2012. поново имати инспектора који ће надзирати област телекомуникације, изјавио је саветник у Управи за дигиталну агенду Министарства за културу, информисање и информационо друштво Слободан Марковић на округлом столу “Колективна заштита потрошача - неправичне уговорне одредбе и непоштена пословна пракса”, који је организовао АПОС у београдском Медија центру.

Потрошачки интернет активизам

Дан након округлог стола АПОС-а о мобилној телефонији Жарко Птичек, један од учесника, покренуо је на свом блогу (blog.pticek.com) праву лавину реакција након што је и своја лична искуства са уговорима мобилних оператора објавио под насловом „Општи неуслови“.



“Овај округли сто, као и оно о чему је било речи ме је подстакло да самоиницијативно, одмах по завршетку, обиђем оближње пословнице оператора мобилне телефоније и затражим им Уговор. Желео сам само да добијем конкретан текст конкретног Уговора са конкретним оператором, како бих могао да их на миру прочитам, растумачим и упоредим. Једноставно, зар не? Не - истакао је Птичек.

У даљем тексту Жаркова искуства изазвала су велики број коментара не само потрошача, него званичних представника мобилних оператора у Србији који су се укључивали у дебату обавештавајући да су уговоре објавили на својим сајтовима. Дебата се ускоро преселила и на друштвеној мрежи „Твитер“ и укључила још већи број људи. Ово је још један од примера који је доказао да Интеракција коју нуди Интернет, али појединац који зна своја права може да учини много за заједницу

Комплетан текст, као и реакције на њега прочитајте на <http://blog.pticek.com/opsti-neuslovi/>

Објављен најновији „Европски дневник“ намењен средњошколцима:

У ДЕЛУ О ПРАВИМА ПОТРОШАЧА ПОТКРАЛЕ СЕ ГРЕШКЕ

С обзиром да је ова публикација намењена ученицима других разреда четворогодишних и трогодишњих средњих школа у Србији, у циљу информисања младих потрошача АПОС је одмах реаговао и издавачу указао на грешку. Делегација Европске уније у Србији, која издаје ову публикацију затражила је од АПОС-а детаљну анализу уз обећање да ће исте бити прослеђене свим наставницима и професорима у школама које су добиле дневник.

У најновијем „Европском дневнику“ за 2011/12. годину поткрала се једна ненамерне грешка. На самом почетку у делу о правима потрошача који објашњава право на рекламацију стоји да је „трговац дужан да на рекламацију одговори у року од 8 дана“, што је вазило по Закону из 2005. године, док актуелни Закон о заштити потрошача предвиђа рок од 15 дана (чл.58).

О ЕВРОПСКОМ ДНЕВНИКУ

Покривајући теме од запослености па до животне средине, од концепта грађанства до проширења Европске уније “Европски дневник” помаже младима да се припреме за живот и улоге радника, потрошача и грађана у друштву које се мења.

Права потрошача су публиковане на десетак страна под називом “Помоћ за потрошаче од А до ...?” и на прилагођен начин описују шта млади људи треба да знају о заштити потрошача, употреби интернета и мобилних телефона.

Српско издање је прво и једино издање објављено изван ЕУ. Ово је треће издање Европског дневника на српском језику које је подељено свим ученицима других разреда четворогодишних и трогодишњих средњих школа у Србији.

Европски дневник садржи 98 страна уреднички приређеног текста, који је написан специјално за српско издање. Поглавље које се бави односом између ЕУ и Србије је готово у потпуности сачинила Канцеларија за европске интеграције Владе Србије. Остала поглавља су припремиле двадесет и једна Генерална дирекција Европске комисије и Делегација Европске уније у Републици Србији. Приручник за наставнике садржи предлоге активности у вези са уреднички приређеним садржајем.

Европски дневник у Србији финансира Европска унија, а производи, издаје и дистрибуише Делегација Европске уније у Србији уз подршку Министарства просвете Републике Србије и Канцеларије за европске интеграције Владе Србије.

Грешке на које смо указали по захтеву Делегације Европске Уније у Србији

На 40. страни ЕВРОПСКОГ ДНЕВНИКА, одељак који се односи на ПРАВА ПОТРОШАЧА, после текста: „Права потрошача у Србији нису ни из далека тако ефикасно заштићена као права потрошача у земљама ЕУ, али чак и она права која имамо не користимо довољно. Будите генерација обавештених потрошача“, треба да стоје информације у складу са новим Законом о заштити потрошача, који је ступио на снагу у октобру месецу 2010.године, а почео да се примењује 1. јануара 2011.године. То су следеће информације:

Потрошач има право да изјави рекламацију трговцу, како би остварио своја права. Трговац је дужан да без одлагања одговори потрошачу, а најкасније у року од 15 дана од пријема рекламације. У одговору трговац је дужан да се изјасни о поднетом захтеву потрошача и да предложи решење.

Уколико испоручена роба није саобразна уговору или извршена услуга није саобразна уговореној, потрошач има право да захтева од трговца да се отклони несаобразност, без накнаде, на првом месту оправком или заменом (потрошач бира једно од та два), а ако није могуће оправком или заменом, онда потрошач има право да захтева умањење цене или раскид уговора (потрошач опет бира једно од та два).

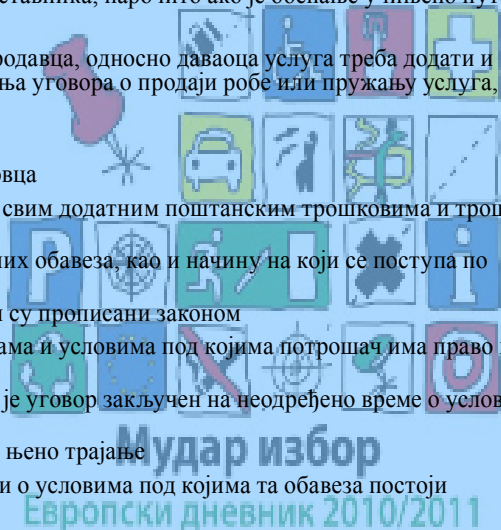
Трговац је одговоран уколико се несаобразност робе појави у року од 2 године од дана када је потрошач купио робу. А ако несаобразност настане у року од 6 месеци од куповине, претпоставља се да је несаобразност постојала још приликом куповине. У првих 6 месеци терет доказивања је на трговцу. За половну робу законска гаранција није две године, већ износи 1 годину.

Када је роба саобразна уговору?

Ако одговара опису који је дао трговац и ако има својства робе коју је трговац показао потрошачу као узорак или модел, ако има својства потребна за нарочиту употребу за коју је потрошач набавља, а која је позната трговцу или му је морала бити позната у време закључења уговора, ако има својства потребна за редовну употребу робе исте врсте, ако по квалитету и функционисању одговара ономе што је уобичајено код робе исте врсте и што потрошач може основано да очекује с обзиром на природу робе и јавна обећања о посебним својствима робе дата од стране трговца, произвођача или њихових представника, нарочито ако је обећање учињено путем огласа или на амбалажи.

На 41. страни поред наведених информација под насловом Законске обавезе продавца, односно даваоца услуга треба додати и дужности по чл.16 Закона о заштити потрошача. Трговац је дужан да пре закључења уговора о продаји робе или пружању услуга, потрошача на јасан и разумљив начин обавести о:

1. основним обележјима робе или услуге
2. адреси и другим подацима који су од значаја за утврђивање идентитета трговца
3. о продајној цени или начину на који ће се продајна цена обрачунати, као и о свим додатним поштанским трошковима и трошковима транспорта и испоруке
4. начину плаћања, начину и року испоруке, начину извршења других уговорних обавеза, као и начину на који се поступа по призубама потрошача
5. постојању права потрошача на једнострани раскид уговора под условом који су прописани законом
6. подршци коју трговац пружа потрошачу после продаје, уговорним гаранцијама и условима под којима потрошач има право на уговорне гаранције
7. времену на које је уговор закључен ако је закључен на одређено време, а ако је уговор закључен на неодређено време о условима за раскид уговора
8. минималном трајању уговорне обавезе потрошача ако је потребно одредити њено трајање
9. обавези потрошача да пружи било који облик обезбеђења на захтев трговца и о условима под којима та обавеза постоји



Мудар избор
Европски дневник 2010/2011

БЕЗБЕДНОСТ ИГРАЧАКА

Од јула 2011. године у земљама ЕУ важи нова Директива о играчкама. Она се још не може у потпуности применити, хемијски захтеви важиће тек од јула 2013. Увелико смо ушли у период куповине поклона, посебно за најмлађе, зато је важно имати на уму ове савете.

Питајте: Пре куповине, добро погледајте играчку, које све функције има, да ли је прикладна за ваше дете. Обратите пажњу на упозорења, као и педагошка упутства о узрасту које је дао произвођач. Тражите и савет од продавца.

Осетите: Проверавајте свим чулима. Помиришите, протрљајте, вуците и цимајте играчку. Уколико мирисе непријатно, опадају делови, одвајају се шавови или конци - најбоље је да производ остане у продавници. Обратите пажњу да ли има оштрих ивица и шиљастих делова.

Пластичне играчке: Дајте предност играчкама од чврсте пластике, израђене од полипропилена (ПП) или полиетилена (ПЕ). Фталати - омекшивачи, материје штетне по здравље, могу се наћи у меканом ПВЦ. Препознајте их по симболу троугла за рециклажу са бројевима 03 и ознаком ПВЦ.

Играчке од дрвета: Добре играчке су од нелакираног пуног дрвета. Штетне материје се углавном налазе у лаку. Иверица може да има везивне материјале у којима има формалдехида.



Симбол: Ознаком ЦЕ произвођач вам гарантује да се држао законских прописа.

Пошаљите назад: Основно је правило, уколико сте производ наручили путем интернета, телефоном или преко поште, можете

до две недеље након пријема пошиљке, робу да вратите.

Недостаци: Интензиван непријатан мирис, ситни делови који се одвајају од играчке или присуство штетних материја, који по прописима не би смеле да буду у играчкама, све су то недостаци.

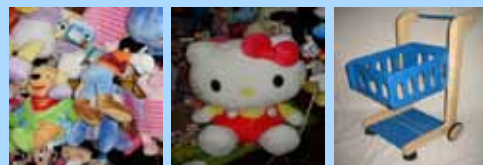
ОПАСНОСТИ КОЈЕ ВРЕБАЈУ У ИГРАЧКАМА

Путем медија често имамо прилику да чујемо о опасним играчкама, али не и информације о озбиљним последицама које оне могу имати по нашу децу. Ево кратког прегледа утицаја које одређене супстанце могу имати на ваше дете.

Фталати (супстанца која омекшава пластику, може се наћи и на пливачким играчкама од ПВЦ-а или винила): Ове супстанце утичу на хормонски систем особа свих доба, а посебно деце у развоју. То може довести до неплодности, а утиче и на рад других хормона, рецимо оних који регулишу рад штитне жлезде и слично.

Олово: Може довести до поремећаја у неуролошком развоју.

Полициклически ароматични угљоводоници: ове материје делују канцерогено, утичу на промену генетског



материјала који се преноси на будуће генерације, а смањују и плодност. Могу се наћи понајвише у играчкама од гуме или еластомера.

Верујемо да је већина вас, читајући ове редове, помислила на своје дете или на своје нећаке и унуче. Разлози су оправдани, јер се по статистичким прорачунима, дете до своје шесте године игра близу 15.000 сати. Предлажемо вам још неколико савета како да избегнете могућност суретета вашег детета са овим опасним материјама.

Избегавајте производе од пластике, винила и ПВЦ-а. Обратите пажњу ако купујете бижутерију намењену деци, јер то су производи који најчешће садрже велику количину олова.

У случају да купујете дрвене производе, водите рачуна да буду нелакирани. Уместо вештачких материјала, окрените се вуни, памуку, природном латексу.

Уместо да помогнете беби при расту зуба помоћу пластичних играчака за грижење, понудите му замрзнуту памучну крпу. Ове и многе друге корисне савете можете пронаћи на сајту healthystuff.org. Ту можете наћи податке о штетности преко 8000 играчака.

Знакови упозорења и мере предострожности

ЦЕ знак: Обавезан је за сваку играчку. То је изјава произвођача. Он тиме потврђује да се држао свих ЕУ директива које се односе на тај производ. Али се у то можемо слабо поуздати, како то потврђује и тест играчака.

Ознака „0 – 3“ указује на то да деца испод три године не треба да се играју са тим играчкама.



ГС знак: Стоји као „проверена безбедност“. Ова ознака не представља обавезу за произвођаче. Она се ставља уколико је играчка проверена на једној од верификованих независних институција за проверу и тестирање. Важно је напоменути

да овако добијена ознака мора редовно да се обнавља. Актуелне објаве РАПЕКС-а: једном недељно Европска комисија објављује листу са опасним производима. Играчке се редовно налазе на листи РАПЕКС-а, међу производима које су због опасних својстава повучени са тржишта Европске уније.

Прва помоћ: Уколико се неки ситан делић играчке несрећно заглави у душнику вашег детета, веома је важно да вас не обузме паника. Дете нежно пребаците преко ваше подлактице или надколенице ка поду и лагано га потапшите, пет пута, у пределу између његових лопатица. При томе не смете бити превише груби. Страно тело би под дејством земљине теже само требало да испадне из уста. Тек уколико прва помоћ не даје никакве резултате - позовите хитну помоћ.

ЗНАТЕ ЛИ САМИ ДА ОДАБЕРЕТЕ ИСПРАВНО МЕСО



Када кренете у набавку намирница, поведите рачуна о квалитету, што знаћи да обратите пажњу на боју, изглед, мирис и рок трајања. Правилан избор намирница је врло важан, а приликом куповине треба водити рачуна о изгледу, року употребе и начину чувања. Коришћењем здравствено исправних и квалитетних намирница обезбеђујемо не само потребан енергетски унос за свакодневне

активности већ, што је још важније, штитимо здравље.

ПИЛЕЋЕ МЕСО

На основу следећих параметара можете да процените старост живинског меса: ако је прсна кост мекана и савитљива, реч је о младој живини, осим тога, боја ногу би требало да буде светла и глатка. Код старе живине је изразито тамна и хрпава.

СВИЊЕТИНА

Најбоље је узимати свињско месо светлије боје које није премасно. Црвена боја меса указује на то да је свиња стара јер је месо суво, котлет је већи, а бели обруб масноће дебљи. Месо је прошарано крупнијим масним жилама.

ТЕЛЕТИНА

Најбоље је да изаберете месо светлоружичасте боје, без масноће и веома влажно. И говеђе и јунеће и телеће месо морају да одлеже неколико дана да би била мека и спремна за припремање. Можете их држати у уљу и зачинама, што ће им дати посебну арому и леп укус.

ГОВЕДИНА

Обратите пажњу на следеће појединости. Од продавца тражите јунетину тамноцрвене боје, да изгледа једро и да буде прошарана ситним жилицама, а не дебелим. Грубе и жуте масне жиле упућују на то да је месо вероватно од старијег грла.

ЈАГЊЕТИНА

Она је светлоружичасте боје, а код младог овна или овце светлоцрвене. Месо старије животиње препознаћете по томе што је тамноцрвене, чак смеће боје. Осим тога, овчији дој се код меса младих животиња стврдњава већ на собној температури, а код старијих на 36 степени.

РИБА

Обратите пажњу на следеће карактеристике: свежа риба има сјајну светлу боју, шкрге су сочно црвене, кост од шкрга чврсто прилеже, месо је чврсто, очи су бистре и веома мало испупчене.

Риба мора да буде глатка и чврста. Риба која не одговара овом опису обично непријатно мирише и не треба је куповати. Добра смрзнута риба мора бити чврста. Купљену рибу требало би држати у најхладнијем делу фрижидера. Пре спремања опрати је под млазом хладне воде и осушити папирним убрсом.

FOODWATCH УПОЗОРАВА НА 'НАШМИНКАНО' МЕСО

Већина великих трговинских ланаца свеже месо продаје у паковањима са модификованом атмосфером, слично оном са снимка који је узнемирио јавност. Иза овога се често крије мешавина гасова обогаћена кисеоником која чини да месо споља изгледа свеже, док је изнутра жилаво или чак бајато. Захваљујући и специјалној мешавини гасова месо, данима, па чак и месецима задржава вештачку свежину, показале су анализе организације Foodwatch.



Трговци не само код нас, већ и широм света, оптички улепшавају месо да би га боље продавали. Иако постоје тврдње да овај метод чува свежину хране, недавне анализе Foodwatch-а уз коментаре стручњака тврде супротно.

Модификована атмосфера са козметичким дејством Паковање у модификованој атмосфери, је чаробна реч на многим етикетама.

Али под тим називом се могу крити разне мешавине гасова, којима су пуњење херметички затворене чиније.

Лабораторијски тест организације Foodwatch показује да велики ланци у Немачкој код свих истражених производа користе мешавину са високим уделом кисеоника. Без те реакције, месо би постепено постајало сивкасто-смеће. Козметички ефекат је намеран, црвено месо важи за свежије и лакше и дуже се може продавати.

КАКО ПРЕПОЗНАТИ ХРАНУ ИЗ ОРГАНСКЕ ПРОИЗВОДЊЕ



Потрошачи треба да знају да производи на којима су исписане речи: „биолошки“, „еколошки“, „природни“, „еко“ или „био“ - не морају у исто време и заиста бити органски производи.

Само знак уз баркод од овлашћеног Само знак уз баркод од овлашћеног сертификационог тела гарантује да се ради о органској храни. Органско свеже воће, поврће, месо или други производ мора бити одвојено од осталих производа које трговци продају. У овом случају, трговац је обавезан да видно истакне доказе да је производ органског порекла: национални знак са натписом „органски производ“, кодни број сертификационог тела и сертификат на којем су децидно наведени сви производи који су у понуди.

Органска производња у Србији није развијена нити масовно прихваћена од произвођача. За сада се она обавља на малим пољопривредним површинама или су обухваћена мала стада. Цене су још увек доста високе за већину потрошача. Углавном се могу наћи органске житарице, махунарке и понешто од прерађевина. Увезено свеже органско воће и поврће се може понекад наћи у мегамаркетима.

Да би наши произвођачи и потрошачи били заинтересовани за органску производњу односно производ, мора постојати озбиљна заинтересованост од стране државе. Држава треба да пружи подршку произвођачима кроз веће субвенције а едукацијом да обухвати и потрошача и произвођача.

Постоји 8 овлашћених организација за сертификацију органски произведене хране. Поред „Eurocerta“ у Београду су „SGS-Beograd“, „Југоинспект“, „Ecocert balkan“ Доо Београд, „Suolo e salute Balkan“ и „Bioagricert“, затим „Pancert“ у Новом Саду и „Organic control system“ у Суботици.

Препознатљив је приказани јединствени ЕУ лого, који се налази на увозној храни, пре свега из немачких говорних подручја и у ланцима малопродаје из ових земаља. Поред њега, ту су логотипи удружења Demeter, Bioland, BioHellas, Agriculture Biologique AB и многих других о којима се можете информисати путем интернета.

Пројекат ``АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ`` РЕГИОНАЛНИ ЦЕНТРИ ЗА ЗАШТИТУ ПОТРОШАЧА

РЕГИОН ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА – Ниш

Центар за заштиту потрошача ФОРУМ
Адреса: Улица генерала Боже Јанковића 9/III,
18000 Ниш
Радно време:
Радним даном од 09 до 14 сати
Телефон: 018/525-040, 064/11-97-301
E-mail: forumsavetovaliste@open.telekom.rs
Правни саветник:
Јелена Ђорђевић, дипл.правник
Председник: мр Јован Јовановић, дипл.инг.

РЕГИОН Град БЕОГРАД — Београд

Покрет за заштиту потрошача Србије;
Адреса: Улица Савска 9/III,
11000 Београд;
Радно време:
Радним даном од 8 до 16 сати;
Телефон: 011-76-21-338, 011- 76.16-338,
76-16-330,76-21-339;
Факс: 011-66-43-050;
Моб. Телефон: 064-40-66-842;
E-mail: pozap@sezampro.net ;
pokretp@InfoSky.net;
Главни менаџер:
дипл. инг. Марија Лончар;
Председник: Петар Богосављевић



РЕГИОН ЗАПАДНА СРБИЈА И ШУМАДИЈА – Јагодина

Организација потрошача Србије
Адреса: Улица Максима Горког бр. 5,
35000 Јагодина
Радно време:
Радним даном од 10 до 14 сати
Телефон: 035/24-15-16, 069/234-34-00
E-mail: office@japotrosac.org.rs
Правни саветник:
Зоран Дукић, дипл.правник
Председник: Љубиша Андрејић, дипл.инг

РЕГИОН ВОЈВОДИНА – Нови Сад

Асоцијација Потрошача Србије
Адреса: Улица Змај Јовина бр. 26,
21000 Нови Сад
Радно време:
Радним даном од 09 до 16 сати
Телефон: 021/66-22-895 и 44-74-88
E-mail: apos@apos.org.rs
Правни саветник:
Јованка Николић, дипл.правник
Председник АПОС-а Едина Попов

Издање:



Издавач:

Центар за заштиту потрошача ФОРУМ
Улица генерала Боже Јанковића 9/III
18000 Ниш
Телефон: 018 / 525 – 040
E-mail: forumnis@open.telekom.rs
Сајт: www.forum-nis.org.rs

**Садржај овог часописа је искључива
одговорност издавача и не одражава ставове и
мишљење Европске уније**

Уреднички колегијум:

Мр. Јован Јовановић
Богомил Николов

Милић Мића Марковић

Секретар:

Јелена Ђорђевић, дипл.правник

CIP - Каталогизација у публикацији

Народна библиотека Србије, Београд
659
АКТИВНИ потрошачи / главни и одговорни
уредник Властимир Спасић. - 2012, бр. 10- .
- Ниш : Центар за заштиту потрошача „Форум“, 2010-. - 28 cm
ISSN 2217-3811 Активни потрошачи
COBISS.SR-ID 179280652



*Пројекат финансира Европска унија у оквиру
програма „ Подришка цивилном друштву“*