



АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ

4/2011

<http://aktivnipotrosaci.info>

Садржај



www.aktivnipotrosaci.info



Основна права
потрошача

2



ПРЕДСТАВЉАМО
Финансијска едукација
потрошача

3



15. МАРТ СВЕТСКИ ДАН
ПОТРОШАЧА

4



ИЗБОР ДИМЉЕНИХ ПРОИЗ-
ВОДА ДОБАР – КВАЛИТЕТ
ЗАДОВОЉАВА

6



КУПОВИНА ЕЛЕКТРИ-
ЧНИХ УРЕЂАЈА

8



РЕКЛАМЕ И ДЕЦА

12



САОПШТЕЊЕ ЗА
ЈАВНОСТ ЦЕНТРА ЗА
ЗАШТИТУ ПОТРОШАЧА
ФОРУМ НИШ

13



КОМЕНТАР
И ЗАКОНИ МОГУ ДА...

14



БЕЗ КОМЕНТАРА:
НОВЕ ВОЗАЧКЕ
ДОЗВОЛЕ НЕ...

15

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 нанужних 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.



ПРЕДСТАВЉАМО...

Искуства из Бугарске:

Финансијска едукација потрошача

Светска банка саветује да се потрошачима омогући благовремени приступ едукацији у области финансија

Скоро да није потребно образлагати неопходност претходне обуке потрошача у области финансија. У извештају Европског парламента из октобра 2008. године указује се на чињеницу да компетентни и образовани потрошачи помажу развој конкуренције, побољшање квалитета и увођењу новина у банкарству и област финансијских услуга. Бугарска је и формално уврстила финансијску обуку становништва као део законске заштите потрошача, али је то остало празно слово на папиру. Право на обуку регулисано је Законом о заштити потрошача. И поред тога међутим и даље је изражена “веома ниска потрошачка култура” и низак ниво обавештености грађана.

У Бугарској се реализује врло мали број активности на едукацији потрошача. Ограничени број листова нуди читаоцима корисне, али спорадичне информације. Министарство просвете и науке остварује у основним и средњим школама програм образовања помоћу преведених материјала асоцијација потрошача САД.

Израда ефикасних програма за финансијску едукацију није лак посао. Из искуства индустријских земаља последњих 30 година, а пре свега земаља у развоју долазимо до закључка о “ономе што делује и ономе што не делује” у области заштите потрошача, нарочито у сфери информисаности потрошача.

За разлику од информисаности, подизање нивоа финансијске компетентности код потрошача је дужи процес у коме, макар у индустријски развијеним земљама, није лако докучити шта је корисно (а шта не делује) када се ради о подизању нивоа компетентности потрошача у сфери финансија.

Последњих 30 година у САД, Европи и другим земаљама испробавано је двадесетак метода, односно техника финансијске едукације, али са још увек нејасним утицајем на повећање финансијске компетентности.

Још нејаснији је њихов утицај на понашање потрошача у различитим околностима.

Информисање, обука, консултовање

Потребно је разликовати три врсте програма:

- финансијска едукација,
- информисање и
- консултација.

Финансијска обука подразумева уводне информације потрошачима тако да они схватају опште појмове као нпр. да сви финансијски производи имају карактеристичне нивое доходности и ризика, при чему производи веће доходности (са мањим расходима) су повезани са већим ризиком. Ради се, дакле, о дугорочној инвестицији на стицању потребних животних умећа. Осим тога, техничка питања, као нпр. последице капитализовања сложених камата и начин њиховог обрачунавања (како инвестирања, тако и дуговања) такође би требало да буду део наставног програма у школама из математике.

Финансијском обуком у образовном систему обично се сматра званичном едукацијом, обухваћеном системом

школовања. Осим тога неформална едукација која се одвија у учионицама од стране професионалних асоцијација или чак надзорних агенција, такође би могла да постане значајна форма финансијске буке.

Информисаност потрошача подразумева пре свега детаље о финансијским производима и њиховим условима. Такву информацију потрошачима треба да дају продајци финансијских производа. Поред тога и невладине организације (у неким земљама и државни надзорни органи) могу сакупљати информације из разних финансијских институција како би их презентовале јавности и то на принципима упоређења. У том контексту потребно је потпуно раздвајање финансијске едукације и информисаност потрошача од финансијских консултација.

Јер финансијске консултације се односе првенствено на препоруке потрошачима у вези инвестирања и кредитних стратегија, као и на препоруке у вези са специфичним финансијским услугама или производима.

Финансијске консултације би требало да се дају пре свега на индивидуалним основама за поједине клијенте при чему су оне адаптиране (прилагођене) спецификама финансијских циљева, задатака и толерантности клијената на ризике. Такве консултације првенствено би требало да дају независни финансијски консултанти, школовани и са лиценцом за одређену врсту финансијских производа о којима дају консултације. Неопходно је осмислити улогу финансијских консултаната са идеалним циљем, који не ради за личну добит већ својим саветима помажу грађанима са великим дуговањима како да их превазиђу.



Препорука је Светске банке да се програми финансијске едукације схвате као дугорочна инвестиција. Због тога је неопходно да се она припремају веома пажљиво, да се тестирају у сваком погледу и да се

веома строго оцењују. Изузетно је значајно да се уведе пракса оцењивања резултата образовних програма како би се утврдили најефикаснији међу њима.

Значајно је такође вршити оцену финансијске компетентности потрошача у Бугарској. У ту сврху би могло да се користе регуларна анкетна истраживања. Анкетна истраживања представљају значајан инструмент мониторинга и процењивања програма обуке из финансијске писмености.

Та истраживања су у суштини разумна инвестиција, која ће омогућити да се идентификује онај део популације у Бугарској који је најосетљивији у том погледу, како би се дошло до одговарајућих програма финансијске едукације становништва.

15. МАРТ СВЕТСКИ ДАН ПОТРОШАЧА

15 март је *Светски дан потрошача*

– добар момената да се помену основна права потрошача.



По први пут овај празник је обележен 15 марта 1983 године и од тада постаје важан датум за све потрошачке организације у свету.

Две године касније, 9 априла 1985 године, генерална скупштина Уједињених нација одобрила је идеју да тај датум постане Светски дан заштите потрошача.

Непосредан повод за одређивање овог датума за светски дан потрошача је то што је 15 марта 1963 година тадашњи амерички председник Џон Кенеди објавио пред Сенатом идеју о доношењу Закона о заштити потрошача.

Кенеди истиче ‘четири основна права потрошача’: право на безбедност, право

на информисаност, право избора и право да се чује глас потрошача.

Касније су додата још четири права: право на задовољење основних потреба, право на обештећење, право на образовање и право на здраву животну средину.

Ових осам основних прва потрошача у суштини чине Правила за заштиту потрошача, која су прихваћена од ОУН.

Покушаћемо да сагледамо стање основних потрошачких права у Србији са гледишта Центра за заштиту потрошача ФОРУМ.



Потрошачко право	Коментар
Право на задовољење основних потреба	Због великог броја незапослених и ниских зарада ово право је великом броју грађана Србије недоступно.
Право на безбедост	У све више глобализованој економији, ризици од куповине опасних производа се повећавају. Ту се поставља питање ефикасне контроле безбедности производа. Основна одговорност је на ономе ко пушта робу на тржиште, али не треба да се рачуна само на то, јер на тржишту могу да учествују и недобронамерни произвођачи. Због тога државна контрола треба да буду добро организована, да уноси респект код произвођача и поверље код потрошача. Још много треба да се ради на информисању потрошача о контролној делатности институција.
Право на обавештеност	Трговац увек зна више о производу који нуди од потрошача. То ствара информациону асиметрију и представља ризик за потрошаче да дођу у ситуацију да купе производ, који не одговара његовим жељама и намерама. Из ових разлога законом је установљена обавезна информација која треба да прати робу и услуге на тржишту. Када она није довољна за појашњење карактеристика и квалитета производа, организације потрошача спровode упоредне анализе квалитета истих. Проблем је што организације потрошача немају новчана средства за реализацију упоредних анализа производа и услуга на тржишту.
Право на избор	Ово право је у Србији угрожено од стране државних монопола (јавна и јавнокомунална предузећа) као и велики трговачких ланаца који диктирају цене на тржишту.
Право на учешће	Државне институције у Србији још увек не схватају значење овог права и доносе одлуке не консултујући потрошачке организације. Свака форма дијалога са грађанским друштвом сматра се непожељном, у регулаторним агенцијама нема представника организација потрошача а Национални савет за заштиту потрошача који је прописан новим Законом о заштити потрошача још увек није формиран.
Право на правну заштиту	У Србији су формирана 4 регионална саветовалишта потрошача али Влада издваја недовољна финансијска средства за њихов рад.
Право на образовање	Образовање потрошача је у надлежности организација потрошача али за реализацију те активности не постоји никаква финансијска подршка.
Право на здраву и одрживу животну средину	Све је више производа на тржишту са натписима као што су ‘ЕКОЛОШКИ’ или ‘ЕКО’. У већини случајева ради се о једностраним тврдњама произвођача, које немају јасну потврду и потпору у стварности. Одговорност за чистију и здравију животну средину је и на свима нама јер не водимо довољно рачуна о нашој околини, што доказује смеће на улицама и велики број дивљих депонија.

Обележен Светски дан потрошача

И ове године је у Србији обележен 15. март Светски дан потрошача.

Централно обележавање светског дана потрошача организовано је у Привредној комори Србије.

Обележавању Светског дана потрошача су присуствовали: Министар пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде господин Душан Петровић, Председник Привредне коморе Србије господин Милош Бугарин, представници

организација потрошача, представници привреде и други.....

Тема обележавања Светског дана потрошача је била: МЕДИЈАЦИЈА КАО МОДЕЛ РЕШАВАЊА ПОТРОШАЧКИХ СПОРОВА.

Након уводног излагања директорке Центра за медијацију годпође Ксеније Максић, о начину спровођења медијације су говорили њени сарадници.



Асоцијација потрошача Србије је истог дана организовала конференцију за медије у Медиа центру у Београду, где је представила резултате упоредног тестирања јестивог уља.





ИЗБОР ДИМЉЕНИХ ПРОИЗВОДА ДОБАР – КВАЛИТЕТ ЗАДОВОЉАВА

Испитивањем квалитета димљених производа од стране Градске организације потрошача Лесковац, а у сарадњи са Центром за заштиту потрошача „Форум“ из Ниша, Републичком ветеринарском инспекцијом и Ветеринарским специјалистичким институтом у Нишу извршено је испитивање димљених производа који су се нашли на тржишту југа Србије. Ови производи присутни су и у другим местима Републике Србије. Испитивање квалитета димљених производа треће је по реду које се финансира из Пројекта ЕУ. И овог пута није вршено циљано испитивање, већ је исто обављено по мониторинг систему. Сазнали смо да је у продавницама премало производа доброг квалитета, преовлађују они који задовољавају тек минималне услове. Највише узорковања производа обављено је у продајним објектима Метро Cash & Carry и „Темпо“ у Нишу. Од тридесет производа, пет производа не испуњавају услове по Правилнику. Намеће се озбиљна потреба за испитивањем стања у домаћој индустрији производа од меса, јер је 15% испитаних производа неисправно за људску исхрану. Чести су случаји да продавци лоше чувају, односно нестручно и необавештено стављају све производе у расхладне витрине. Неки производи се чувају на собној температури, на промајном месту. У продавницама се најчешће тога не придржавају, јер чувају ове производе у расхладним витринама, из сасвим одређених разлога, како они не би губили у тежини (иако им произвођачи признају тај губитак). У питању је већа зарада, па се не обазире на то што ове намирнице таквим чувањем губе у квалитету и постају хигијенски неисправне. Често ни потрошачи не знају како ове производе да чувају код куће. Многи имају навику да све што купе ставе у фрижидер. Продавци вам, најчешће о овоме неће пружити никаква обавештења, а ни произвођачи се нису потрудили да помогну потрошачима, да у декларацији на производу напишу и нешто о најприкладнијем чувању.

Основна сврха димљења меса јесте постизање одређених органолептичких особина производа. Димљењем се постиже, пре свега, стварање специфичног укуса, мириса и ароме. Осим тога, дим утиче на боју, сјај и конзистенцију производа. Међутим, димљењем се постиже и конзервишући ефекат, јер дим садржи у малој количини већи број супстанција са бактерицидним или бактериостатичким дејством. У диму је откривено око двеста разних једињења. Топлим димљењем производ се уједно и суши, због чега се ова метода сврстава у физичко-хемијске.

За димљење производа од меса у великим произвођачким компанијама, дим се производа у посебном генератору, одакле се цевоводима одводи у пушницу. Најчешће се добија делимичним сагоревањем букове струготине или струготине осталог дрвећа. Доказано је да дим садржи извесне опасне супстанције (бензопирен и др.). Многи научници сматрају да би димљење прехранбених производа требало избегавати, а нарочито ако је температура сагоревања материјала при стварању дима висока. Из тих разлога се препоручује димљење на хладном диму, који садржи мање опасних састојака.

Ови производи по квалитету морају испуњавати следеће услове: да им је површина чиста и сува, по којој могу бити местимично и у тањем слоју мање насlage плесни; да имају мирис и укус својствене за тај производ, и врсту употребљеног меса, а ако су димљени и на дим; да су што правилнијег облика, уредно обрезаних рубова и без засека; да су меснати делови производа светлоцрвене до затвореноцрвене боје, али да периферни делови могу бити тамније боје; да је масно ткиво пластично и беле боје, а површински слојеви могу имати жућкасту нијансу; да су довољно осушени и да изглед, мирис, укус, конзистенција и друга својства одговарају односном производу, а ако су димљени, да имају мирис и укус на дим.

Карактеристично је да при испитивању квалитета, свих пет производа који не испуњавају услове по Правилнику, пронађено је у продајним објектима у Лесковцу (прилог: табела). Мислимо да ће ветеринарска инспекција предузети мере у складу са законом.



ИСПИТИВАЊЕ КВАЛИТЕТА ДИМЉЕНИХ ПРОИЗВОДА

Ред. бр.	Назив производа	Произвођач	Продајни објекат	Органолептички преглед	Физичко-хемијско испитивање
1	Хамбуршка димљена сланина	ДОО „Браћа Ђокић“ Лесковац	„Браћа Ђокић“ Лесковац	одговара	усаглашено
2	Димљена буткица	„Месокомбинат промет“ ДОО Лесковац	„Месокомбинат промет“ Лесковац	одговара	усаглашено
3	Димљена свињска печеница	СМР „Србија“ Лесковац	Продавница „Спин“ Лесковац	одговара	усаглашено
4	Димљена свињска образина	„Пакс“ Параћин	„Орион маркет“ Лесковац	одговара	усаглашено
5	Печени врат	„Макинтернационал“ Ниш	„Златан траг“ хипермаркет, Лесковац	одговара	усаглашено
6	Месната сланина, вакум	И.М. „Матијевић“ Нови Сад	„Матијевић“ прод. бр. 69, Ниш	одговара	усаглашено
7	Димљени каре	И.М. „Матијевић“ Нови Сад	„Матијевић“ прод. бр. 69, Ниш	одговара	усаглашено
8	Димљени врат у мрежици	И.М. „Матијевић“ Нови Сад	„Матијевић“ прод. бр. 69, Ниш	одговара	усаглашено
9	Екстра сланина, вакум	„Јухор“ Јагодина	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
10	Димљена месната сланина в.п. вакум	„Котекс“ ДОО Сурчин	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
11	Месната сланина, вакум	ИМ „Топола“ Бачка Топола	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
12	Месната сланина, вакум	„Гомбит“ ДОО Београд, Земун	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
13	Димљени врат, б.к.в.п. вакум	„ЛТС“ ДОО Ловћенац	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
14	Димљени врат вакум	„Гомбит“ ДОО Београд, Земун	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
15	Димљени свињски врат	„Котекс“ ДОО Сурчин	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
16	Димљена печеница	„Гомбит“ ДОО Београд, Земун	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
17	Свињска печеница	ИМ „Топола“ Бачка Топола	„Темпо“ Ниш	одговара	усаглашено
18	Димљена месна сланина вакум	„Котекс“ ДОО Сурчин	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
19	Пикант сланина вакум	„Агримес“ ДОО Нови Београд	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
20	Бекон Симимпекс сланина у комаду	„Симимпекс“ Ниш, Бела Паланка	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
21	Димљена свињска печеница вакум	ЗЗ „Трлић“ Уб	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
22	Димљено месо вакум	„Гомбит“ ДОО Београд, Земун	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
23	Комадно свињско месо димљено вакум	ИМ „Недељковић“ Шашинци	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
24	Димљени врат вакум	ИМ „Ким“ Ратина	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
25	Димљени врат вакум	„Гомбит“ ДОО Београд, Земун	Метро Cash & Caryl Ниш	одговара	усаглашено
26	Ролована екстра сланина	„Месопроект компани“ ДОО Јагодина	„Месопроект компани“ Лесковац	не одговара, на појединим местима појава плесни	усаглашено
27	Димљени врат без кости	„Недељковић“ Шашинци	Cash & Caryl Roda, Лесковац	одговара	није усаглашено, више укупних фосфата
28	Димљена печеница	„Гомбит“ ДОО Београд, Земун	Идеа, Лесковац	одговара	није усаглашено, више укупних фосфата
29	Димљена печеница	И.М. „Матијевић“ Нови Сад	„Матијевић“ прод. бр. 98, Лесковац	одговара	није усаглашено, више укупних фосфата
30	Димљени свињски врат	„Ниш продукт“ ДОО Меровина	„Ниш продукт“ Лесковац	одговара	није усаглашено, више укупних фосфата

СУПЕРАНАЛИЗА

Ред. бр.	Назив производа	Произвођач	Продајни објекат	Органолептички преглед	Физичко-хемијско испитивање
1	Димљени врат без кости	ИМ „Недељковић“ Шашинци	Cash & Caryl Roda, Лесковац		Не испуњава због повећаног садржаја укупних фосфата
2	Ролована екстра сланина	„Месопроект компани“ ДОО Винорача, Јагодина	„Месопроект“, прод. Бр. 16, Лесковац		Не испуњава услове због употребе боје Е-120
3	Димљени каре	И.М. „Матијевић“ Нови Сад	„Матијевић“ прод. бр. 98, Лесковац		Не испуњава због повећаног садржаја укупних фосфата

КУПОВИНА ЕЛЕКТРИЧНИХ УРЕЂАЈА

Машина за прање веша

Тражите ону машину која има малу потрошњу ел. енергије и има следеће карактеристике:

- Контролу нивоа воде или мали бубањ за прање, односно ону која омогућава мању потрошњу воде за мања пуњења.
- Могућност избора температуре воде, најмање: вруће, топле и хладне воде.

Ако имате мања пуњења, одговара Вм мања машина. Овакви уређаји користе мање енергије по једном циклусу прања. Са друге стране, за прање веће количине веша такве машине користе укупно више енергије за дату количину веша и захтевају више манипулација — пуњења.

Према томе, прави избор зависи од ваших потреба.

Да би видели будућност свог вешераја, американци бацају поглед на Европу, где скупа енергија и вода већ годинама утичу на усавршавање уређаја за прање.

У Европи више од 90% веш машина имају хоризонталну осу (Х-осу) бубња за прање. У Америци, мање од 5% машина користи ову технологију. Иако постоје и друге ефикасне технологије, чини се да ће машине са Х-осом ипак преовладати.

У типичној машини са вертикалном осом (В-оса) бубањ се пуни са водом, у којој веш плива и врти га посебна мешалица. Х-осне машине држе воду само на дну бубња, а веш се тумба окретањем бубња. Овим се веш боље пере јер је већа турбуленција.

Мање воде

В-осне машине узимају око 12 литара воде по једном прању, док Х-осне машине узимају 30-50% мање. Коришћењем ефикасне машине једно домаћинство може годишње да уштеди 900-1.400 литара воде.

Мање енергије

Већина енергије код прања веша се користи за загревање воде. То значи: мање воде - мање утрошене енергије.

Мање хемикалија

Мање воде - значи мање коришћења хемикалија: детерџента, омекшивача, изблеђивача и сл. На годишњем нивоу то може да донесе уштеду и до 20 кг хемикалија. Значајно је и то да се тиме мање хемикалија излива у еко-систем

Брже сушење

Типична В-осна машина центрифугира веш са 600 обртаја/минуто. Већина Х-осних машина

центрифугира веш са 1.500 и више обртаја/минуто. То наравно истискује више воде из веша, тако да треба мање енергија за машину за сушење веша, чак ста више, доста потрошача веш суши природно - на ваздуху.

Цена

Цене за Х-осне машине се крећу од 700-2.000 €, а В-осних машина од 400-750 €. Ту разлику у цени треба упоредити са нивоом уштеда за просечан век машине и наравно са вашим куповном моћи у тренутку куповине машине

Предности Х-осних машина:

- Штеде воду и енергију
- Штеде потрошњу хемикалија
- Смањена количина и загађеност одводне воде
- Приступачнија за децу и хендикепиране особе
- Заузимају мање простора јер се могу сместити испод радних површина или viseћих елемената
- Боље амортизују небалансирана пуњења
- Често имају финије подешавање температуре воде
- Одећа дуже траје, јер је смањено увијање приликом прања
- Боље перформансе прања

Слабе стране:

- Просечни модели имају нешто мању запремину бубња
- Већа набавна цена
- Дуже време једног циклуса прања, иако новији модели имају опцију „убрзаног прања“

ОДЛУКА ЈЕ НА ВАМА !!!



КОРИСТИТЕ ИСПРАВНО !

Велика количина енергије коју троши машина за прање веша одлази на загревање воде. Зато, смањите ниво загревања воде приликом прања. То значи перите са хладном водом, када год је то могуће. Савремени детергенти су иначе формулисани за прање са хладном водом.

Када год је могуће, перите количину веша којом је бубањ оптимално попуњен. Ако већ перете мање количине, подесите одговарајући ниво воде.

Избалансирајте количину и врсту веша. Небалансирано пуњење, због већег увртања уништава веш.

Користите предпрање само за јако прљав веш.

Машина за прање посуђа



КУПУЈТЕ ОНО ПРАВО !

Бирајте енергетски ефикасну машину:

Што мања количина утрошка воде. Око 80% енергије коју троши машина одлази на загревање воде, а поједини модели узимају

и више од два пута воду током једног циклуса прања.

Ако имате мања пуњења, одговара мања машина.

Овакви уређаји користе мање енергије по једном циклусу прања.

Са друге стране, за прање веће количине посуђа такве машине користе укупно више енергије за дату количину посуђа и захтевају више манипулација - пуњења.

Прави избор зависи од ваших потреба.

КОРИСТИТЕ ИСПРАВНО !

- Ако машина има више програма за прање, експериментишите са њима да одредите најекономичније решење.
- Ако имате могућност, за напајање машине водом користите већ предгрејану воду из вашег система. При томе она би требало да буде око 55°C.
- Када год је могуће, перите количину посуђа којом је машина оптимално попуњена.
- Пре прања очистите посуђе од превеликих остатака хране.
- Редовно чистите филтер да би вам машина радила исправно.

- Сушите посуђе на ваздуху, са отвореним вратима машине. То вас не кошта ништа.
- Ако машина има временско подешавање аутоматског укључивања, подесите је да пере у време јефтиније електричне енергије.

Расвета



Потрошња зависи од врсте сијалице:

Користити сијалице које омогућавају уштеду електричне енергије: коштају више, али такође трају око осам пута дуже од обичних сијалица, и што је најбитније троше 70% мање. То исто важи и за неонске сијалице, које

су међутим предвиђене само за одређене амбијенте.

Халогене сијалице трају много дуже у односу на класичне сијалице, али због врсте светлости коју емитују намењене су за осветљивање посебних места.

Имати на уму да једна сијалица од 100 W даје светлост као шест сијалица од 25 W, али оне троше 50% више електричне енергије, тако да је много боље имати једну лампу или лустер у центру просторије.

Фрижидер



КУПУЈТЕ ОНО ПРАВО !

Бирајте енергетски ефикасан фрижидер:

Први корак код куповине фрижидера је одређивање његовог капацитета. Са превеликим фрижидером губите и новац и енергију, док са мањим можете изазвати већи утрошак енергије ако га препуните, а при томе ће и краће трајати. За комбиновани фрижидер-замрзивач одговарају следећи капацитети:

За тро-четворочлану породицу одговара уређај од 390-480 л.

За сваког додатног члана домаћинства додајте још 55 л.

Оријентационо: сваки литар запремине годишње односи 1 kWh енергије.

Иако за вас то може бити само естетска компонента, веома је важна и конфигурација



фрижидера. Популарни двокрилни фрижидери (пола фрижидер, пола замрзивач) троше око 12% више енергије од оних са замрзивачем на врху. Модели са замрзивачем на дну су негде између.

Грејачи који спречавају кондензацију и „залеђивање“ фрижидера повећавају потрошњу енергије за 5-10%. Код савременијих фрижидера ова функција се може искључити када је сув ваздух и тиме остварити уштеда у енергији. Наравно, нико не гарантује да ће се корисник сетити да је поново укључи када буде требало.

Фрижидери са ледоматом троше 14-20% више енергије

Уређај за узимање хладне воде и леда кроз отворе на вратима повећава потрошњу више од 10%. Међутим, како се због тога смањује број отварања врата фрижидера, ово се може оценити са неких 6% повећања потрошње.

КОРИСТИТЕ ИСПРАВНО !

- Не терајте фрижидер да ради јаче него што треба постављајући га поред радијатора, шпорета, машине за прање веша и других уређаја који исијавају топлоту
- Ако фрижидер поседује, укључите грејач који спречава кондензацију
- Ако фрижидер нема аутоматско одлеђивање, одледите га чим се на унутрашњој страници створи лед дебљине 7 мм
- Садржај у фрижидеру организујте тако да се обезбеди циркулација ваздуха између артикала
- Замрзнуту храну открављујте у фрижидеру. Тиме хладите фрижидер, а требаће вам мање енергије за евентуално додатно открављивање у микроталасној пећници
- Проверите да ли врата фрижидера добро дихтују. Узмите лист хартије и затворите врата са папиром на додирној ивици између врата и тела фрижидера. Ако лако извучете папир, подесите врата или промените магнетну гуму око врата
- Смањите време отварања фрижидера, можете уштедети до 5% енергије

Пре стављања у фрижидер, оставите храну да се прохлади до нивоа собне температуре.

Без обзира на изабрани тип и величину, пресудан фактор за економичан рад је простор на коме ћете сместити фрижидер. Код савремених кухиња фрижидер је најчешће окружен кухињским елементима.

За његову максималну оперативност обавезно оставите доста простора око свих страница фрижидера да би обезбедили довољну циркулацију ваздуха око њега.

Ако сте стешњени простором а имате могућности за то, обезбедите додатне вентилационе отворе или канале иза фрижидера.

Замрзивач



КУПУЈТЕ ОНО ПРАВО !

Први корак код куповине замрзивача је одређивање његовог капацитета. Добра водиља у овом смислу је капацитет до 130 Л по особи домаћинства. Са превеликим замрзивачем губите и новац и енергију.

Као и код фрижидера, такође треба водити рачуна о простору у коме ћете поставити замрзивач, тј. за његову максималну оперативност обавезно оставите доста простора око свих страница замрзивача да би обезбедили довољну циркулацију ваздуха око њега.

За разлику од фрижидера, овде постоји олакшавајућа околност да замрзивач не мора бити постављен у кухињи јер се не користи истим интензитетом.

Ако имате довољно простора, изаберите положени замрзивач (сандучар) због својих предности које има у односу на стојећи (налик фрижидеру). Најпре, приликом отварања поклопца овај замрзивач губи мање хладног ваздуха него што је то случај код отварања врата на стојећем замрзивачу.

Тakoђе, положени замрзивачи се по правилу ручно одлеђују па немају грејач који спречава кондензацију и залеђивање и самим тим троше мање енергије.

КОРИСТИТЕ ИСПРАВНО !

Не терајте замрзивач да ради јаче него што треба постављајући га поред радијатора, шпорета, машине за прање веша и других уређаја који исијавају топлоту

Проверите да ли поклопац-врата замрзивача добро дихтују. Узмите лист хартије и затворите врата са папиром на додирној ивици између врата и тела фрижидера. Ако лако извучете папир, подесите врата или промените магнетну гуму око врата

Ако замрзивач нема аутоматско одлеђивање, одлеђујте га периодично да би обезбедили ефикасније хлађење

Сортирајте храну коју смештате у замрзивач, а ону коју пакујете у пластичне кесе обавезно означите налепницом или фломастер маркером, како би брже пронашли оно што тражите у замрзивачу.

- чешће проветравати и чистити цеви да би се избегло таложење каменца који омета проток воде, што повећава потрошњу;
- подесити термостат лети на 45°C, а зими на 60°C.

Усисивач



Потрошња електричне енергије је око 0.8-1.5 kw/h (неки чак и до 2.2 kw/h).

Обратите пажњу на следеће напомене:

- да не би усисивач остао упаљен без потребе, пре него што се почне са усисивањем претходно поспремити и довести у ред амбијент да би чишћење било брже;
- Усисивач на пару, много више троши електричне енергије од класичних усисивача због неопходног времена за загревање, тако да се његово коришћење препоручује само када је цела кућа доведена у ред и спремна за чишћење са паром. Такође обратити пажњу на одржавање овог апарата (највећи непријатељ је каменац).

Електрични шпорет



Потрошња електричне енергије је око 2.3 kw/h. Треба посебно обратити пажњу на следеће:

приликом кувања врло мало отворити поклопац од шерпе;

смањити шпорет непосредно пре него је кување завршено;

сваки пут после употребе очистити шпорет.

Бојлер

Потрошња електричне енергије зависи од врсте апарата, али просечан троши око 1-1.5 kw/h.

Корисно је:

- инсталирати апарат близу места где ће се користити да би се избегла дисперзија вруће воде приликом проласка кроз дугачке цеви;



Рекламе и деца

Макар и несвесно, деца постају потрошач и као такви имају своја права. Проблем је у томе, што због свог узраста она нису способна да се боре и да штите своја потрошачка права. То је, дакле обавеза одраслих. Постоје друштва у којима је спозната чињеница да ће права потрошача, укључујући и најмлађих, бити у потпуности заштићена уколико се у тај просец укључе и произвођачи и трговци.

Да ли постоји “добровољно одрицање” од дела трговачке зараде и профита у име ових циљева?

Хоће ли произвођачи и трговци подржати паролу “више права и сигурности за потрошаче”?

У неким земљама Европе организације потрошача и струковна удружења руку под руку штите права деце.

Примера ради у Шпанији је још 1993, године усвојен Професионални кодекс рекламе за децу. На самом старту тај програм подржали су асоцијација шпанских произвођача играчки и Савез потрошача Шпаније. Временом ту иницијативу подржали су и друге организације, чији је циљ био самоконтрола за добровољно одрицање од за децу неприкладних рекламних порука.

Кодекс обухвата рекламне поруке упућене деци, вредности које треба штитити, а пре свега истинитост информација у рекламама. Када неки произвођач играчака, који поштује кодекс својим учлањењем у струковну организацију, рекламира свој производ, дужан је да поштује одредбе кодекса. Овак кодекс свакако морају да прихвате и рекламне агенције као и емитери.

Контролу поштовања препорука из кодекса врше сами чланови, који су га подржали а у случају тежих повреда могу интервенисати контролни органи извршне и судске власти.

Организације потрошач у Србији могу извући поуку из овог искуства и покушати њихову примену у нашим условима. Оне то могу урадити полазећи од чињенице да је производ, који се рекламира, у конкретном случају играчка, кључан за физички и емотивни развој детета. Игра је начин на који дете изражава себе и сопствено поимање физичке и социјалне средине која га окружује, и средство за комуникацију и стицање нових сазнања. Кроз игру деца уче да изражавају своје емоције и да решавају конфликте са којима се сусрећу.

На тај начин ствара се веома јака веза између деце и рекламе, која допире до њих путем различитих медија, односно средстава за масовну комуникацију. Утицај рекламе на децу појачан је и чињеницом да због свог узраста нису у стању да се критички односе према порукама рекламе, не разликују стварно од имагинарног, великим поверењем према порукама кроз омиљену емисију и популарним херојима и личностима, њиховом неспособношћу да препознају ризик, склоношћу ка имитирањем и сл.

Телевизија је масовни медиј са најјачим утицајем да децу. Током 2007. године гледаоци узраста од 4 до 12 година провели су просечно дневно по 140 минута пред малим екраном.

Телевизији могу конкурисати само видеоигре и интернет.

Дакле, деца постају веома привлачна циљна група рекламног бизниса. То је тако не само због тога што захтевају велики број производа намењених њима самима, већ и због тога што изузетно много утичу и на своје родитеље приликом избора производа који купују.

Телевизијска реклама утиче не само на избор дтета и родитеља, већ као и сва друга средства за масовну комуникацију утиче и на формирање понашања, стварање стереотипа и опредељења. Да би привукла пажњу најмањег потрошача реклама користи велики спектар технике као боју, звук, ликове, риме, краткоћу и јасноћу поруке.

Изразна средства рекламе, којом се најбоље представља производ, могу бити разни хероји, са подељеним улогама, поступцима и сижеима, којима се даје емоционални садржај и контекст чиме се остварује утицај не на рационални, већ на емоционални избор потрошача



Корисне играчке

У сваком случају, деца треба да се играју и због тога је потребно да поседују различите играчке које ће стимулисати стицање различитих умећа. Игра са питањима (питалице), слагалице и сл. развијају код деце интелект, музички инструменти или игре са маскама потстичу машту и иноваторство, док игре које захтевају физички напор помажу развој тела и мишића.

Шта треба тражити од играчке:

1. Првенствено да је безбедна и да је израђена од безбедних материјала, да нема пртежа израђених на бази олова, антимоно или других штетних материја, да није запаљива, да нема шпицева или оштрих ивица.
2. Да је забавна и да дуже задржава пажњу детета.
3. Да је занимљива и да потстиче машту детета.
4. Да је лака за играње и разумевање.
5. Да није лако ломљива и да се може поправити.



ЦЕНТАР ЗА ЗАШТИТУ ПОТРОШАЧА "ФОРУМ" - НИШ

Генерала Боже Јанковића 9/III, 18.000 Ниш

Тел. 018 / 525 – 040, 064 / 11 – 97 – 301

www.forum-nis.org.rs, forumnis@open.telekom.rs

Саопштење за јавност

ФИКСНИ БЕЖИЧНИ ТЕРМИНАЛ HUAWEI ETS6008 ОПАСАН ПО

БЕЗБЕДНОСТ КОРИСНИКА И ЊИХОВУ ИМОВИНУ

Велики број грађана се свакодневно обраћа Центру за заштиту потрошача ФОРУМ због акције замене фиксних телефонских прикључака са Фиксним Бежичним Терминалом HUAWEI ETS6008, коју Телеком спроводи у селима у околини Ниша.

Примедбе се односе на поступак искључења из мреже њихових телефона, иако су они финансирани изградњу те мреже као и уградњу телефонских централа а затим и на лош квалитет услуге преко Фиксног Бежичног Терминала који су добили од Телекома.

После наше интервенције, Телеком је предузео мере за побољшање сигнала и поправљање квалитета услуге телефонирања.

Међутим, ко по обичају, ретко је који потрошач – корисник услуге прочитао Корисничко упутство које је добио уз Фиксни Бежични Терминал.

Кад је ових дана један корисник услуге фиксне телефоније прочитао то Корисничко упутство, одмах је вратио Фиксни Бежични Терминал Телекому.

Наиме у Корисничком упутству пише:

Под насловом Електронски уређаји:

*Искључите ваш бежични терминал уколико се налази у близини високо прецизних електронских уређаја. Терминал можеда утиче на рад ових уређаја. Ти уређаји могу бити слушни апарати, пејсмејкери, противпожарни системи, капије са аутоматским отварањем и остали уређаји који имају аутоматску контролу.

*Уколико користите аутоматски електронски медицински апарат, консултујте се са произвођачем уређаја и проверите да ли радио таласи имају утицаја на рад дотичног електронског уређаја.

Под насловом Радно окружење:

* Немојте стављати медије са магнетном меморијом као што су магнетне картице или дискете у близини фиксног бежичног терминала. Зрачење из терминала може да обрише податке који су на њима сачувани.

* Немојте стављати ваш фиксни бежични терминал, батерију или други прибор на места са jakim магнетним пољем као што је микроталасна пећница или електрични шпорет. Може доћи до прекида електричне енергије, пожара или експлозије.

*Немојте постављати и користити фиксни бежични терминал, батерију или струјни адаптер близу извора топлоте као што је ватра или пећ.

*Немојте постављати и користити фиксни бежични терминал, батерију или струјни адаптер



на места са запаљивим гасом или у близини електричних уређаја који емитују топлоту. У супротном може доћи до пожара, експлозије или кvara на терминалу.

* Искључите фиксни бежични терминал и спољашње напајање када пада киша или током грмљавине. Ако се у тим случајевима користи спољашња антена немојте додиривати терминал и антену.

*Држите ваш фиксни бежични терминал, батерију и струјни адаптер ван домаћаја деце. Деца могу да користе терминал, батерију или струјни адаптер само уз надзор одраслих.

Под насловом Хитни позиви:

* Ваш фиксни бежични терминал можете да употребите за хитне позиве. Ипак, успостављање везе под свим околностима није загарантовано. Никада немојте да се ослоните искључиво на терминал за битну комуникацију.

Читајући Корисничко упутство за Фиксни Бежични Терминал HUAWEI ETS6008 намеће се закључак да сем што он угрожава безбедност корисника и њихову имовину, није ни поуздан за употребу у моменту када вам је најпотребнији – Хитним случајевима.

Фиксни Бежични Терминал HUAWEI ETS6008 је упакован у картонску кутију на којој пише Телеком Србија а сем Корисничког упутства нема никакву другу документацију иако је за стављање у промет оваквих уређаја обавезано поседовање два атеста, који се издају на основу Правилника о електричној опреми намењеној за употребу у оквиру одређених граница напона и Правилника о електромагнетској компатибилности.

Због свега тога тражимо да се забрани употреба Фиксног Бежичног Терминала HUAWEI ETS6008 и да се повуче од корисника којима је дат на употребу а да се сви корисници фиксне жичане телефоније којима је ускраћено право на комуникацију одмах укључе на жичану мрежу, чију су изградњу они и финансирани.

ПРЕДСЕДНИК

Мр. Јован Јовановић, дипл.инг.

КОМЕНТАР

И ЗАКОНИ МОГУ ДА БУДУ УЗРОК ПОВЕЋАНОМ БРОЈУ РЕКЛАМАЦИЈА

У 2011. години је дошло до наглог повећања броја поднетих рекламација на квалитет акумулатора. Међуим овлашћени сервиси углавном не прихватају рекламације, па је просечни век употребе акумулатора мањи од законског гарантног рока од 24 месеци.

Оправдање за неприхватање рекламација, овлашћени сервиси су нашли у гарантним листовима произвођача.

Анализирајући поступке рекламације акумулатора утврдили смо следеће: Потрошач се више пута обраћа сервису због проблема са стартовањем аутомобила. У сервису мере квалитет пуњења акумулатора и углавном установљувају да је оно у реду али саветују потрошача да повремено допуњује акумулатор преко исправљача.



И поред допуњавања преко исправљача проблем са стартовањем аутомобила се и даље понавља, због чега потрошач од сервиса тражи да се изврши мерење квалитета самог акумулатора.

Пошто је акумулатор у гарантном року овлашћени сервис отвара налог и прима акумулатор на испитивање. Након неколико дана сервис позива потрошача и обавештава га да је акумулатор "истрошен", односно да је услед употребе дошло до истрошења плоча, због чега се према условима гаранције произвођача, рекламација не прихвата.

Анализирајући услове гаранције који су дати уз акумулатор, стиче се утисак да су заправо купци онемогућени да остваре било какву рекламацију,

јер су под насловом ГАРАНЦИЈИ НЕ ПОДЛЕЖЕ, наведени такви услови, тако да је практично за сваки недостатак на акумулатору обезбеђен алиби да се рекламација не прихвати.

Овакав однос према потрошачима где им је дато право на гаранцију од 24 месеци а постављена ограничења која им потпуно онемогућавају остварење било какве рекламације, према новом Закону о заштити потрошача спада у област НЕПОШТЕНОГ ПОСЛОВАЊА из члана 19. до 27. Закона, за шта су предвиђене и казнене мере.

Наводимо услове из гарантног листа произвођача акумулатора Фабрике акумулатора Сомбор, где под насловом Гаранцији не подлеже стоји:

- акумулатор код којег се купац за време експлоатације није придржавао приложеног УПУТСТВА ЗА УПОТРЕБУ И ОДРЖАВЊЕ СТАРТЕР АКУМУЛАТОРА,
- акумулатор без електролита,
- акумулатор који је препуњаван или недовољно пуњен због неисправности возила или пуњача,
- акумулатор у који је досипана неодговарајућа течност (дозвољена је само дестилована вода),
- уколико је акумулатор стајао у испразњеном стању дуже од 48 ч, акумулатор код којег је дошло до смрзавања електролита (испражњен акумулатор изложен температурама испод 0° Ц)
- акумулатор донет у овлашћени сервис са напонам испод 10,50 В и густином 1,1000 гр/цм³ и мањом у свим ћелијама,
- акумулатор код којег је дошло до повећане истрошености у тешким условима рада на возилима, такси возилима, аутобусима (дуга и честа стартовања, неподешено паљење, лоше гориво и друго..).

Користећи овако некоректне услове гаранције, овлашћени сервиси одбијају да прихвате рекламацију, због чега је век акумулатора смањен испод 24 месеци, што је неприхватљиво.

На овако увећан број рекламација акумулатора, сем могућег лошег квалитета, има утицај и нови Закон о безбедности саобраћаја на путевима.



Наиме чланом 77. Закона о безбедности саобраћаја на путевима прописана је обавеза да се и током дана аутомобили возе са упаљеним светлима.

Због вожње са упаљеним светлима у граду, где су релације кратке, долази до повећаног пражњења акумулатора, јер алтернатор не успе да изврши допуну акумулатора. На тај начин долази до убразаног пражњења акумулатора, што

је свакако један од разлога повећаног броја рекламација.

Према неким сазнањима, у неким земљама ЕУ укинута је обавеза вожње аутомобила са упаљеним светлима у градској вожњи.

Пошто је вожња у граду ограничена на брзину од 30 до 50 километара на сат, сматрамо да упаљена светла на аутомобилима немају никакав утицај на безбедност у саобраћају, а штета коју имају возачи је евидентна, па предлажемо да се укине обавеза вожње са упаљеним светлима у градској вожњи.

Уосталом и сам члан 77. Закона о безбедности саобраћаја на путевима није дефинисао да ли се то односи и на градску вожњу (вожњу улицама), јер ту обавезу дефинише као вожњу у саобраћају на путу, што би и могло да се тумачи да се то и не односи на вожњу у граду (вожњу на улици).

На потезу је комитет за безбедност саобраћаја, који треба да да препоруку за укидање обавезе вожње са упаљеним светлима у градској вожњи, што ће сасвим сигурно смањити број рекламација акумулатора и продужити век употребе акумулатора.

За ово коментар није потребан

НОВЕ ВОЗАЧКЕ ДОЗВОЛЕ НЕ ВАЖЕ ПРЕКО ГРАНИЦЕ

Нова возачка дозвола не само да је безвредна изван граница Србије, него је са њом и процедура добијања међународне путне исправе компликованија него раније.

За оне земље у којима је до сада бло потребно поседовати међународну дозволу, све је остало исто, док је за вађењ интернационалне исправе неопходан још и “папир” више.

Пут у иностранство требао је да буде знатно лакши са модерним и чипованим документом, али с обзиром на то да Србија није потписала споразум са другим земљама, све је остало по старом.

“Планирано је да нова дозвола постане валидна и ван наших граница, али ми

не знамо када ће то бити реализовано”, рекли су за “Новости” у Аутомото савезу Србије.



Пројекат "Consumers S.O.S." ЦЕНТРИ ЗА ЗАШТИТУ ПОТРОШАЧА

НИШ – Саветовалиште за заштиту потрошача
Седиште Саветовалишта:
Ул. Генерала Боже Јанковића 9/III
18 000 Ниш
Радно време Саветовалишта: Сваког радног дана од 10 до 14 сати
Телефон: 018 /525-040
Моб. 064 /11-97-301
Секретар Саветовалишта:
Јелена Ђорђевић, дипл.правник
Е-маил: forumsavetovaliste@open.telekom.rs

БОР – Повереништво за заштиту потрошача
Седиште повереништва:
Улица Моше Пијаде бр. 19,
30 000 Бор
Радно време Повереништва: Сваког радног дана од 10 до 14 сати
Телефон 030 /423-749,
Моб. 064 /29-35-876
Повереник Марија Пешић
Е – маил: office@arbor.org.rs

ЗАЈЕЧАР – Повереништво за заштиту потрошача
Седиште повереништва:
Насеље Краљевица, зграда Б – 3,
улаз бр. 1, стан бр. 15,
19 000 Зајечар
Радно време Повереништва: Сваког радног дана од 14 до 18 сати
Телефон 019 /430-229,
Моб. 064 /94-06-547
Повереник Миодраг Костић, дипл.еџ
Е – маил: kmiodrag@hotmail.com

 ВЛАДА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ
Министарство трговине и услуга
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!

ПИРОТ – Повереништво за заштиту потрошача
Седиште повереништва:
Улица Ђирила и Методија бр. 7,
10 000 Пирот
Радно време Повереништва: Сваког радног дана од 10 до 14 сати
Телефон 010 /310-901 i 311-943,
Моб. 064 /16-91-815
Повереник Слађана Манчић, дипл.еџ
e-mail: sladjana.mancic@pirgos.rs



ЛЕСКОВАЦ – Саветовалиште за заштиту потрошача
Седиште Саветовалишта:
Улица Војводе Мишића бр. 22
16 000 Лесковац
Радно време Саветовалишта: Сваког радног дана од 10 до 14 сати
Секретар саветовалишта:
Марија Марковић
Телефон 016 /256-859
Моб. 063 /85-80-205
Е – маил: milic.markovic@gmail.com

ПРОКУПЉЕ – Повереништво за заштиту потрошача
Седиште повереништва:
Улица Даринке Несторовић бр. 30
27 000 Прокупље
Радно време Повереништва: Сваког радног дана од 10 до 14 сати
Телефон 027 /321-637, 027 /324-731
Моб. 064 /20-77-003
Повереник Снежана Апостоловић, еџ
Е – маил: snezaoop@krstarica.com

ВРАЊЕ – Повереништво за заштиту потрошача
Седиште повереништва:
Улица Баба Златина бр. 23
17 000 Врање
Радно време Повереништва: Сваког радног дана од 10 до 14 сати
Телефон 017 /400-694
Моб. 063 /43-16-54
Повереник Живко Стаменковић, дип. еџ
Е – маил: zivkosvr@gmail.com

Издање:



Издавач:

Центар за заштиту потрошача ФОРУМ
Улица генерала Боже Јанковића 9/III
18000 Ниш
Телефон: 018 / 525 – 040
Мејл: 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
Милић Марковић
Богомил Николов

Секретар:

Јелена Ђорђевић, дипл.правник

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд
659

АКТИВНИ потрошачи / главни и одговорни уредник Живота Цветковић. - 2010, бр. 1- .
- Ниш : Центар за заштиту потрошача „Форум“, 2010-. - 28 cm
ISSN 2217-3811 Активни потрошачи
COBISS.SR-ID 179280652



Делегација Европске уније у Републици Србији
У оквиру пројекта „Јачање дијалога између организација цивилног друштва Србије и ЕУ“ који финансира Европска унија