

АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ

7/2011

<http://aktivnipotrosaci.info>

Садржај

Упоредни



ДИГИТАЛНИХ ФОТО АПАРАТА



Основна права потрошача 2

Први састанак пројектног тима
и конференција за медије 3

Истицање цена 5



Туристичка путовања 6

Упоредни тест дигиталних
фото апарата 8

Актуелности из света 12



Средства за сунчање 16



Ђачке торбе 18

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 нанужнијих 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“ представљен јавности

ПРВИ САСТАНАК ПРОЈЕКТНОГ ТИМА И КОНФЕРЕНЦИЈА ЗА МЕДИЈЕ

Дана 20. јула 2011. године у седишту Центра за заштиту потрошача ФОРУМ у Нишу, одржан је први састај пројектног тима пројекта „Активни потрошачи“, који се реализује уз финансијску подршку ЕУ. Партнери у пројекту су градска организација потрошача Лесковац и Бугарска национална асоцијација „Активни потрошачи“ из Софије. У реализацију програмских активности биће укључени и регионални центри за заштиту потрошача из Јагодине, Београда и Новог Сада.



- Изузетно смо задовољни што су фондери препознали као добар и изабрали да подрже управо пројекат „Активни потрошачи“, јер је он заправо логичан наставак првог који је завршен средином јуна ове године и носио је назив „Подршка одрживости организација потрошача“. За разлику од првог пројекта који је био намењен и реализован на територији југоисточне Србије, овај други пројекат, који је стартовао крајем јуна, биће реализован на територији целе Србије - казао је Јован Јовановић, директор Центра за заштиту потрошача „Форум“ из Ниша.

Пројектом је предвиђено да преко регионалних центара за заштиту потрошача из Јагодине, Београда и Новог Сада, пружамо информације потрошачима о конкретним питањима, прикупљамо информације о специфичним проблемима на тржишту, будемо у сталном контакту са медијима, наставимо са издавањем часописа „Активни потрошачи“, који ће излазити двомесечно, који ће се сада дистрибуирати на простору целе Србије.

Програм предвиђа и мониторинг цена прехранбених производа на свака три месеца под вођством проф. др Бобана Стојановића, са Економског факултета у Нишу. Биће рађена и анализа нефер уговора, а потрошачима ће путем медија бити скренута пажња на оне одредбе уговора које су на њихову штету. Пројекат, такође, предвиђа одржавање семинара за потрошачку кампању, медије, произвођача и трговаца, а све у циљу едукације потрошача о њиховим правима.

За Љубишу Андрејевића из Организације потрошача Србије из Јагодине, ово је одличан вид сарадње са потрошачким организацаијама, којима се грађани по правилу обраћају са сличним или истим проблемима, без обзира да ли живе на северу, југу или у централној Србији.

Петар Богосављевић, председник Покрета за заштиту потрошача Србије из Београда, известио је, да се највећи број притужби односи на лош квалитет рачунарске опреме, машине за веш и замрзиваче. Последњих дана, све је више притужби на лош рад сервисера за поправку или монтажу клима-уређаја. Он сматра да ће реализација пројекта „Активни потрошачи“ у многоструке допринети подизању свести грађана о потрошачким правима.

Дана 01.08.2011. године Центар за заштиту потрошача ФОРУМ одржао је прву конференцију за медије у оквиру пројекта „Активни потрошачи“. Конференција је одржана у Медиа центру у Нишу.

Теме конференције биле су:

1. ЕУ подржала нови пројекат Центра за заштиту потрошача ФОРУМ Презентација пројекта "АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ"

2. АКЦИЈА за обману потрошача

ИДЕА мисли о Вама – уштедите више од 2.000 ДИН! КУПОВИНОМ ОВИХ 8 АРТИКАЛА



На конференцији су говорили:

Председник Центра ФОРУМ: мр. Јован Јовановић: Приказао је комплетне активности пројекта

Секретар Центра ФОРУМ: Перица Стојчев, дипл.правник: Водио конференцију

Професор др Бобан Стојановић: Представио је Методологију мониторинга цена животињских намирница

Уредник часописа АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ: Властимир Спасић, дипл.инг: Представио је изглед и садржај часописа АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ





ИСТИЦАЊЕ ЦЕНА

Закон о трговини је ступио на снагу 01.01.2011.године и објављен је у “Службеном гласнику 53/2010”.

У члану 41.поменутог Закона, одређује се обавеза трговца да на јасан, несумњив, лако уочљив и читљив начин истакне продајну и јединичну цену робе и услуга које се нуде у трговини на мало, у валути платног промета. За просечног потрошача важно је значење појмова продајна и јединична цена. Продајна цена је укупна цена производа по јединици робе и ова цена је коначна, док је јединична цена робе цена која је коначна али по јединици мере (килограм, литар и остале уобичајене мере). Уколико се роба која се нуди у продаји налази у расутом стању њена цена је увек јединична цена. Истицање јединичне цене није потребно посебно истакати ако је једнака продајној цени. Трговци самостално бирају у којој ће јединици мере приказати своју цену, у зависности од врсте робе и природе робе које су се у досадашњој трговачкој пракси показале као погодне.

Закон о заштити потрошача, који је ступио на снагу истог датума као и претходно поменути Закон о трговини посебно регулише истицање цена у угоститељским објектима. Трговац је дужан да у угоститељском објекту за пружање услуга исхране и пића на столовима истакне и преда ценовник свакоме пре пријема поруџбине, а на захтев потрошача и приликом плаћања. Ценовник мора бити истакнут и на улазу у угоститељски објекат. Посебна обавеза трговца

у угоститељском објекту за смештај је да истакне продајну цену смештаја, пансиона и полупансиона на видљивом месту, износ боравишне таксе у свакој соби и на рецепцији, као и продајну цену хране и пића у ценовницима који морају бити доступни потрошачима.

Исти Закон одређује да трговац који се бави пружањем услуга има обавезу да сачини ценовник и тарифник услуга који је дужан да истакне у излогу, односно пословним просторијама или на другом месту на коме нуди вршење услуга.

Посебно је важно да је трговац који продаје робу или пружа услуге по умањеној цени дужан да на недвосмислен начин, лако уочљив и читљив, истакне цену која се примењивала пре умањења и умањену цену. Ова одредба је новина у Закону и колико можемо приметити у пракси још није заживела, обзиром да је велики број трговаца, посебно мањи продајни објекти, са мањим избором артикала, не поштују.

Трговац који нуди или оглашава вршење услуге трајног снабдевања струјом, гасом, водом или централним грејањем путем цевовода дужан је да у понуди или огласу јасно истакне јединичну цену потрошене струје, воде, гаса или централног грејања, укључујући порезе и дажбине. Осим тога дужан је да истакне и цену која се не рачуна према потрошној мерној јединици, укључујући цену која се плаћа за прикључење на дистрибутивну мрежу.





ТУРИСТИЧКА ПУТОВАЊА

Законски прописи који регулишу туристичка путовања донели су одређене новине у остваривању права потрошача која произилазе из односа трговца туристичким путовањима и потрошача. Раније важеће одредбе су замењене новим које се у многоме разликују, те их је добро знати.

Трговац је, пре свега, обавезан да испоштује законом одређено, предуговорно обавештавање потрошача, односно да му пружи одговарајуће информације пре него се потрошач одлучи за конкретно туристичко путовање. Поменуте информације се најпре тичу укупне цене туристичког путовања и тачан распоред отплата цене као и износ, затим прецизне податке о превозу и путу, свеобухватне податке о смештају, осигурању, излетима уколико су урачунати у укупну цену, условима који су потребни да би се остварило право на здравствену заштиту, условљавања реализације туристичког путовања уколико таква ограничења постоје и о административним формалностима који су неопходни, да би се путовање успешно обавестило. Након прецизних и трговца, потрошач доноси туристичко путовање под или наставља да трага за Ова обавештења су и оба неопходна потрошачу.

Уколико се потрошач одлучи да прихвати трговца, следећа обавеза обавести, дакле сада, приговора о туристичком представнику или може затражити помоћ, хитне случајеве. Локални локална агенција има обавести на притужбе потрошача одступање од закљученог шач укаже приликом саме ког путовања.

Наведене обавеза туристичког путовања ставника односно локал новину у закону. Важно мора пружити без накнаде или трајном носачу за симболима који су исте ру. Оно што је сигурно је да ће се поштовањем ове одредбе смањити број потрошача који нису били упознати са свим условима уговора а трговци ће морати да измене раније типске уговоре.

Сваки уговор о туристичком путовању мора бити закључен у писменој форми или на трајном носачу записа. Потрошач добија најмање један примерак уговора, а поменута предуговорна обавештења постају његов саставни део, све из разлога да потрошач добије оно што је с почетка преговора желео.

Уколико ипак дође до неких промена услова пре самог закључења уговора а после пружених предуговорних обавештења, трговац има обавезу да на исти начин обавести потрошача о тим изменама благовремено, односно пре закључења уговора.

Потрошач може пре отпочињања туристичког путовања, али у примереном року пре почетка путовања, да одреди друго лице које уместо њега има право да користи уговорене услуге ако задовољава посебне захтеве предвиђене за одређено туристичко путовање и у том случају, трговац може да захтева накнаду искључиво трошкова који настану заменом.



У случају да је трговац принуђен да измени неке услове путовања који су могли бити од утицаја или су утицали на потрошача да пристане да закључи уговор туристичком путовању, те измене саопштава на исти начин као и за све остале услове, дакле писмено. Потрошач може да прихвати или не прихвати измењене услове без икаквих последица. Уколико потрошач не прихвати измене обавештава трговца, без одлагања, о својој одлуци и то на исти начин, писменим путем.

У ранијој пракси закључења ових уговора велики проблем представљао је одустанак потрошача од пута. Разлози за одустанак могу бити различити, некада оправдани некада не, те се тако испоставило да је тај случај потребно изричито регулисати законом. Нови Закон о заштити потрошача, који је ступио на снагу 01.01.2011.године детаљно регулише овај случај. Потрошач може благовремено одустати од пута и у том случају плаћа само административне трошкове и то до 5% вредности туристичког путовања. У супротном, дакле у случају неблаговременог одустајка, плаћа накнаду сразмерно преосталом временском периоду до отпочињања путовања.



да пружи туристичко путо-
словима и напред наведеним
сноси одговорност.

Могуће је да се иако је све
ликом реализације самог ту-
услуге које су обећане не могу
због којих ће се то догодити
ни пружаоци услуга са којима је трговац уговарао те услуге. За потрошача ове информације немају
важност. У том случају трговац је дужан да предузме све мере како би или извршио обећану услугу
или заменио другом одговарајућом услугом. Уколико у томе не успе потрошач по повратку може за-
хтевати сразмерно умањење цене, као и право на повраћај средстава по основу уговора кад је одсту-
пање такво да претставља неизвршење или делимично извршење. Потрошач има обавезу да све ове
несаобразности благовремено предочи трговцу.



Све притужбе потрошач мора да упути трговцу писмено или на одговарајући начин и то у року
најкасније од месец дана од дана утврђивања недостатка. Потрошач често није упознат са свим својим
обавезама иако економски слабија уговорна страна он је и поред ове дужности заштићен јер је о овој
дужности и последицама пропуштања ове дужности дужан да га обавести управо трговац и то пре
отпочињања путовања. У супротном, потрошач неће сносити штетне последице пропуштања те дуж-
ности. Ако потрошач, иако је био упозорен ипак пропусти да обавести трговца благовремено не може
захтевати раскид уговора, умањење цене или накнаду штете.

Закон о заштити потрошача је свакако прецизно решио многе могуће спорне ситуације између
трговца туристичким путовањима и потрошача, али оно што свакако преостаје сваком потрошачу и
поред ових одредби у Закону је да се пре потписивања и плаћања путовања добро информисе о свим
детаљима и пажљиво прочита сва обавештења и уговорне одредбе како касније у току реализације
путовања не би било неспоразума. Уколико је добро обавештен, потрошач зна шта да очекује и на ос-
нову тога одлучује и прихвата понуђене услове. Трговац је, са друге стране, у обавези да уговорено и
испуни.

У случају оправданог раскида уговора потрошач и тр-
говац увек могу да се договоре око замене туристичког пу-
товања за одговарајуће путовање како би уговор опстао а
потрошач био задовољан и то тако да прихвати замену за
путовање бољег квалитета и доплати разлику или прихвати
путовање слабијег квалитета и захтева накнаду за разлику у
цени. Уколико адекватне замене нема у понуди трговца мо-
гуће је да се потрошач одлучи
за коначан раскид уговора и за-
хтева повраћај новца који је ра-
није уплатио..

У случају да уговор оста-
не на снази трговац је дужан
вањеквако је обећао, према
обавештењима. У супротном

уредно договорено, да се при-
ристичког путовања догоди да
бити и извршене. За разлоге
могу бити искључиво одговор-

УПОРЕДНИ ТЕСТ ДИГИТАЛНИХ ФОТОАПАРАТА

Сезона је годишњих одмора и путовања на којима фотоапарати имају важну улогу. Због тога је сада право време за упоредни тест „приступачних“ дигиталних фото апарата.

За тест смо обезбедили дигиталне фотоапарате ниже класе, а приступачне цене, који су квалитетни и врло употребљиви са ценом од 100 до 250 еура.

Упоредни тест дигиталних фото апарата који не прелазе цену од 250 еура сада као резултат нуди велики број квалитетних и врло употребљивих апарата, тако да чак и они „најприступачнији“ дигитални фотоапарати имају доста добрих особина. Време је учинило своје и зато можемо да кажемо да се данас помало изгубила грозница и жар за куповином дигиталних фото апарата који је био присутан током ступања дигиталне ере на сцену. Многи су набавили дигиталце с којима су потпуно задовољни, а многи су схватили да данашњи фотоапарати сем јефтиног снимка, јер не плаћамо филм, не доносе толико новина као некада и то јесте истина...

Фотоапарати су и даље занимљивија и врло продавана роба. Постоји више разлога зашто је интересовање и даље велико. Пре свега, нису баш сви купили дигиталне фотоапарате. Још увек има корисника који их немају, а и оних који се и даље упорно боре са филмовима, и развијањем слика. Затим, велики део потрошача који су међу првима узели дигитални фотоапарат и до сада га нису мењали, свесни су чињенице да би било добро када би се поновили. Ту су, наравно, и фотографи са озбиљном опремом, а њима би добро дошао неки обичан апарат у ситуацијама када квалитет опреме није битан или када је апарат потребно дати деци или пријатељима које би просто бунела озбиљна опрема.

Ми смо зато по методи случајног узорка из мноштва дигиталних фото апарата које нуди тржиште издвојили неколико дигиталних фотоапарата познатих марки који спадају у групу приступачних да би их тестирали.

Ово није тест најјефтинијих дигиталних фото апарата који постоје и нисмо узели за тест фотоапарата које искључиво препоручује назив најзвучније робне марке.

Мишљења смо да ови компактни Canon, Nikon и Olympus апарати који су се нашли на овом тесту јесу оно испод чега по квалитету не треба ићи. Чак и да вам буџет не дозвољава да потрошите више од 100 евра за фотоапарат, увек је боље снаћи се и набавити додатни новац, него куповати неке непознате робне марке за чији квалитет и дуговечност нико не може да гарантује (а обично се испостави да од квалитета и дуговечности нема ништа).

Летња куповина : дигитални фото апарати у класи од 100 до 250 еура

Припреме за годишњи одмор одавно су почеле... Срећни појединци се већ одмарају и фото опремом за нека будућа времена бележе најсвежије успомене...

Припремајући се за нова искуства питали су се „Шта је потребно понети на годишњи одмор?“ Обавезно је да се не заборави добро расположење и да се буде у добром друштву. Све остало ће само доћи на своје. Али свакако постоји једна „ситница“ без које би одмор брзо пао у заборав, а сећања на њега временом избледела. У питању је фото апарат, магична „справица“ којом ћете забележити те незаборавне и непоновљиве тренутке на које ће те се сећати гледајући фотографије које више не бледе временом јер су забележене у дигиталном формату.

С обзиром на то да на тржишту постоји велики избор модела свих ценовних категорија, одлука о куповини није једноставна. Тестирали смо за вас неколико апарата ценовне категорије од 100 до 250 еура. Овај тест не узима у обзир скупе апарате, потребно је оставити новца и за добар провод

Canon PowerShot A2200



Canon је компанија која има велики број успешних модела у компактној класи. Модел A2200 је један од јефтинијих компактних апарата из понуде ове компаније. Налази се у пластичном кућишту просечне израде. Дизајн му је коректан. Избор режима фотографисања се врши помоћу тачкића са горње стране, без потребе уласка у мени. Тастери су доброг квалитета, мада су врло малих димензија. Апарат солидно лежи у руци с обзиром на своје димензије. Има USB и AV конектор који се налазе испод гуменога поклопца.

Сензор је резолуције 14 мегапиксела, а екран је дијагонале 2,7 инча, резолуције од само 230.000 пиксела. Нажалост, овај апарат нема оптичку стабилизацију слике. Canon PS A2200 има „П“ режим рада у којем такође можете подешавати основне параметре (ISO, WB, начин мерења, компензација експозиције, начин окидања, итд.)

Фотографије са овог модела су веома добре. Уочљива је zasiћеност и изражајност боја карактеристична за Canon апарате. Хроматске аберације су приметне, као и шум при минималним вредностима ISO осетљивости. Баланс беле боје је коректан.

Canon PowerShot A3200



Смештен је у чврсто пластично кућиште, а распоред тастера је као на моделу А2200. Апарат добро лежи у руци, а избор режима рада се обавља помоћу тачкића који се налази уз десну ивицу апарата, поред тастера окидача. Зумирање се врши помоћу зум прстена.

По спецификацији идентичан је јефтинијем А2200 моделу, али са другачијим распона 28-140 мм који омогућава 5х оптички зум. Има стабилизацију слике.

Квалитет фотографија је готово исти као на раније испитаном Canon PS A2200. У тестирању се показао брзим, а исто важи и за фокус који се готово тренутно успоставља. Присутан је и светлосни показивач за помоћ при фокусирању у слабијим светлосним условима. Рад са блицем је врло добар.

Canon PowerShot A3200 такође можемо препоручити, нарочито уколико цените мало већи распон објектива. Генерална критика тестираним моделима А серије је та што распон објектива почиње од 28 мм, а не од 24 мм, а као што знамо ширина кадра је увек добродошла. Када све узмемо у обзир (укључујући и цену од око 145 евра), тестирани модел је један од најбољих на тесту.

Canon IXUS 115 HS



Први од два IXUS апарата на нашем тесту је модел 115 HS. Компактност и квалитетна израда су му главне карактеристике. С обзиром на димензије, солидно лежи у руци, а мању замерку упућујемо тастеру окидача који је исувише увучен у кућиште и потребан је мало већи притисак од уобичајеног да бисте извршили фокусирање.

Имају CMOS сензор резолуције од 12 мегапиксела што је добар однос између резолуције и величине сензора. Додатак HS у називу апарата говори да је интегрисан Canon-ов HS систем који у комбинацији са CMOS сензором и Digic IV процесором пружа боље резултате при фотографисању у славим светлосним условима. Иако звучи необично и важно, не представља ништа спектакуларно.

Екран дијагонале 3 инча је чак и код IXUS модела, чија је цена премашила границу од 200 евра, задржао резолуцију од само 230.000 пиксела што није похвално. Распон објектива је скроман и омогућава оптички зум од 4х

Квалитет фотографија је у складу са предпостављеним Canon квалитетом. Фотографије су живих боја, добре за класу компактних апарата. Рад са блицем је врло добар. Да је цена нижа и да је екран више резолуције, Canon PowerShot IXUS 115 би могао да буде међу најбољима. Са друге стране, CMOS сензор, добре перформансе и квалитет фотографија му омогућавају додељивање карактеристике “Дигитал ОК”.

Canon IXUS 220 HS



Апарат је врло сличан претходно описаном IXUS 115 моделу. Да ли ће вам се више визуелно допасти IXUS 220 HS или IXUS 115 HS зависи искључиво од вашег укуса. Оба су подједнако допадљива и атрактивна, али је 220 HS за нијансу мањи.

Основна разлика између поменутих два модела је у објективу. Модел IXUS 220 HS има већи распон објектива па самим тим и већи оптички зум (5х).

Тестирани модел је и најскупљи апарат са теста. Колико је виша цена у односу на IXUS 115 апарат, толико је и добитак у квалитету и функцијама.

Nikon CoolPix S3100



Најтањи апарат на тесту, такође је смештен у метално кућиште квалитетне израде. Тастери су за корак лошије израде у односу на кућиште, али је зум прстен као и окидач квалитетан. Врло је атрактивног дизајна. С обзиром на габарите, добро лежи у руци. Поседује само USB и AV прикључак.

Има сензор од 14 мегапиксела. Екран је исте резолуције и дијагонале као на Canon A2200 апарату. За похвалу је и могућност избора позиције фокусног поља, што је опција којупоседују мало скупљи апарати Nikon S3100 је пружио најбоље резултате од свих тестираних апарата.

Nikon CoolPix S6100



Nikon CoolPix S6100 нас је у току теста изненадио пријатним осећајем под прстима, јер је пластика кућишта пресвучена танким слојем материјала који даје утисак гумираности. Апарат добро лежи у руци, а са естетске стране нема се шта замерити.

Nikon CoolPix S6100 поседује екран осетљив на додир, потребно је извршити велики притисак на екран да би се поједина опција за избор радног режима активирала. Екран је иначе дијагонале 3 инча и резолуције 460.000 пиксела што је за сваку похвалу. Nikon S6100 је са резолуцијом сензора 16 мегапиксела, а ни распон објектива му није занемарљив јер је оптички зум 7x.

Квалитет фотографија је у самом врху ако га поредимо са осталим апаратима са теста. Добра оштрина, веран приказ боја и добро контролисане хроматске аберације с обзиром на распон објектива су позитивне карактеристике овог апарата. Треба поменути и добре карактеристике блица.

Olympus VG-130 (VG-120)



Добро дефинисаних димензија и заобљених ивица, доста солидно лежи у руци. Похвалићемо то што је Olympus код најјефтинијег тестираног модела користио метал у изради кућишта. Кућиште је робусно и квалитетно, али су зато тастери пластични и не толико квалитетни. Интегрисан је сензор резолуције 14 МП. Врло је похвално, за овај ценовни ранг, присуство екрана дијагонале 3 инча али не и резолуције од 230.400 пиксела. Од опција за повезивање поседује само комбиновани USB/AV конектор.

Апарат је врло брз у раду, брзо фокусира, а кретање по менију и опцијама је врло брзо.

Када је квалитет фотографија у питању, VG-130 се показао сасвим просечно. Нити је у врху од тестираних модела, нити је најлошији.. Позитивно је то што је оштрина по ивицама фотографије веома коректна, чак и боља од скупљих апарата из овог теста. Рад са блицем је једна од најлошијих ставки код овог апарата. Снага блица је таква да готово увек подекспонира снимак.

Општи утисак је да је Olympus VG-130 за своју ценовну категорију сасвим коректан апарат. За око 100 евра добијете апарат у металном кућишту, солидног квалитета фотографија, са великим екраном који је доста једноставан за коришћење, што је више од онога што се за та новац очекује, па га топло препоручујемо уколико сте ограничени буџетом.

Olympus SZ-20



Ово је модел који подсећа на озбиљније ултразум компактне апарате. Квалитет израде је врло добар иако се налази у пластичном кућишту.

На апарату се налази рукохват и мало испупчење за палац поред екрана тако да апарат доста добро лежи у руци. Блиц је искачућег типа. Тастери су солидни. Поред Nikon S6100 и Olympus има сензор резолуције 16 мегапиксела, CMOS технологије и екран резолуције 460.000 пиксела, дијагонале 3 инча. Такође има и највећи распон објектива од тестираних модела (24-300 мм) што пружа оптички зум од 12,5x. Похвално је то што распон креће од 24 мм па ћете имати и довољну ширину кадра уколико ситуација то захтева.

Olympus SZ-20 је врло брз апарат. Spreman је за рад за око 1 секунду, а аутофокус је такође завидне брзине. Кретање кроз мени је течно и брзо. Похвалићемо доста брзо зуми-

рање. Квалитет фотографија је врло добар. Мерење светла је коректно. У раду са блицем се добро показао.

Olympus SZ-20 је апарат богат функцијама. Када би имао могућност ручног подешавања отвора бленде и брзине затварача био би заиста потпуно заокружен модел. Уколико се одлучите за њега бићете веома задовољни, а омогућиће вам да са летовања донесете одличне фотографије. Врло добар квалитет фотографија, велики распон објектива, CMOS сензор, богатство функција и одличне видео могућности заслужују "Best buy" награду у класи тестираних апарата изнад 180 евра.

Закључак

Након теста извукли смо закључак који се и раније најчешће потврђивао: углавном се сви Canon апарати држе одређених стандарда и тешко да ћете наћи модел који ће вас разочарати, па куповина било ког фотоапарата компаније Canon представља најмање ризичну инвестицију, иако често нису најјефтинији у класи.

Ако волите да фотографишете пејзаже одаберите модел чији распон објектива почиње од 24 мм (IXUS 220 HS или Olympus SZ-20).

Ако често фотографишете у условима вештачке расвете, Nikon S6100 ту односи убедљиву победу.

Ограниченост буџета свакако наводи на набавку Olympus VG-130 или евентуално Canon PS A2200.

За апарат који бисте увек носили у џепу треба одабрати IXUS моделе, док за највећу флексибилност и добар квалитет дефинитивно се треба одлучити за Olympus SZ-20.

Надамо се да смо вам барем мало помогли у избору вашег сапутника за предстојећи летњи период.

Модел	CANON A2200	CANON A3200	IXUS 115 HS	IXUS 220 HS	NIKON S3100	NIKON S6100	OLYMPUS VG -130	OLYMPUS SZ-20
Ефективна резолуција	14.1 MP	14.1 MP ^а	12.1 MP	14.1 MP	14.0 MP	16.0 MP	14.0 MP	16.0 MP
Величина фотографије	4320x3240 pix	4320x3240 pix	4000x3000 pix	3648x2736 pix	4320x3240 pix	4608x3456 pix	4288x3216 pix	4608x3456 pix
Екран дијагона-ла/ резолуција	2,7"/230.300 pix	2,7"/230.400 pix	3,0"/230.000 pix	2,7"/230.000 pix	2,7"/230.000 pix	3,0"/460.000 pix	3,0"/230.400 pix	3,0"/460.000 pix
Осетљивост ISO	80--1600	80--1600	100 --3200	100 --3200	80--1600	100 --3200	80--1600	80--3200
Експозиција (s)	1/1600 -- 4	1/1600 -- 15	1/1500 -- 15	1/2000 -- 15	1/2000 -- 4	1/2000 -- 4	1/2000 -- 4	1/2000 -- 4
Бленда	f/2,8 --5,9	f/2,8 --5,9	f/2,8 --5,9	f/2,8 --5,9	f3,2 --6,5	f3,7 --5,6	f2,8 -- 6,5	f/3,0 --5,9
Објектив (35 mm екв)	26 --112 mm	26 --140 mm	28 --112 mm	24 --120 mm	26 --130 mm	28--196 mm	26 --130 mm	24 --300 mm
Оптички зум	4x	5x	4x	5x	5x	7x	5x	12,5x
Тежина (gr)	135	149	140	141	118	175	125	186
Цена (euro)	125	145	200	235	130	180	100	225

АКТУЕЛНОСТИ ИЗ СВЕТА



XX Конгрес Потрошачке Интернационале

У Хонг Конгу је од 3. до 6. маја 2011. године одржан XIX Конгрес Потрошачке Интернационале.

Конгрес је у целости био посвећен оспособљавању потрошача сутрашњице. На Конгресу су изнета најновија достигнућа и најновији приступи процесу оснаживања потрошача у свету. Њих треба користити за дефинисање и имплементацију политике и стратегије заштите потрошача у Републици Србији.

Конгрес је размотрио шест крупних светских тема. Све су посебно актуелне у Србији.

Прва тема Конгреса била је: **„У сусрет фер финансијским услугама“**. Тражен је одговор на питања: Како



е ф е к т и в н а финансијска заштита потрошача може да утиче на стварање фер и стабилних тржишта и на који начин може да помогне и да спречи следећу светску е к о н о м с к у

кризу?

Актуелност теме свакодневно се потврђује испољавањем дубоке светске финансијске, економске и друштване кризе. Финансијска криза Грчке, Сједињених Америчких Држава, више земаља еврозоне и нема сумње Србије, потврђује да је досадашња „терапија“ недовољна и неадекватна.

Потрошачка Интернационала је 2009. години покренула и водила кампању под називом „Мој новац-моје право“. У овој години, покренула је и води кампању: „Поделите жуте картоне финансијским организацијама“, са

циљем да потрошачима, финансијским организацијама, надлежним државним органима и јавности скрене пажњу на озбиљност и величину проблема. Указано је на дубину и жаришта светске финансијске кризе и где треба тражити највећи део решења.

У Србији се потцењује дубина финансијске кризе и одлажу неизбежне мере. Пренаглашава се утицај спољних, а умањује дејство унутрашњих узрочника кризе. Такав приступ је не одржив јер не води одрживом решењу. Индикативно је да средства информисања у Србији нису подржала отварање ове теме, утолико пре што су је удружења потрошача, поводом 15. марта – Светског дана права потрошача, покренула. То указује на потребу да се створе услови за трајно и редовно издавање потрошачког гласила, које ће, из потрошачке перспективе, покретати и водити и дијалоге о суштинским друштвеним проблемима, који увек, незаобилазно, погађају потрошаче. Организовани потрошачи треба да нуде одговорну и активно учествују у спречавању светске економске кризе. Залагањем за слободно тржиште финансијског капитала, на коме „господари“ фер конкуренција, уз праведну расподелу тешког терета, који потрошачи нису створили, свођење потрошње у реалне оквире и повећање друштвене ефективности организовани потрошачи могу и треба да дају свој допринос изласку из кризе и успостављању новог праведнијег система односа.

Друга тема Конгреса била је: **„Одржива потрошња и екологија“**. Тражен је одговор на питања: Зашто су неопходне озбиљне промене у нашој потрошњи и ко води овај важан прелаз?



Видне климатске промене све чешће се испољавају широм планете. Последица су неодговорног друштвеног односа према остваривању и заштити



**П р а в а
п о т р о -
ш а ч а н а
з д р а в у
ж и в о т н у
с р е д и н у
— ж и в о т
и р а д у
о к р у -
ж е њ у к о ј е
н е п р е д -
с т а в љ а
п р е т њ у
з д р а в љ у
с а д а ш њ и х
и б у д у ћ и х
п о к о -**

лења. Промене у потрошњи су неопходне због потребе да се зауставе све видљивије климатске промене, које већ остављају стравичне последице широм планете. Угрожен је опстанак све већег броја биљних и животињских врста и, подразумева се и човека, који носи одговорност за очување највеће и непоновљиве вредности живота у благостању.

Прелаз на промењену структуру потрошње, усклађену са еколошким законитостима треба да предводе: наука, покрет потрошача, предвођен Потрошачком Интернационалом, владе и бизнис сектор. Они имају своје одговорности и потребу за синхронизованим радом од локалног, преко националног до глобалног нивоа.

Одржива потрошња је први корак на тешком путу заустављања и изласка из еколошке кризе. Она је услов одрживој производњи и одрживом развоју. На њој се успоставља и развија нова развојна филозофија. Из ње произлази потреба за променом свести и понашања потрошача. Потрошачи треба да постану свесни својих могућности и одговорности за неопходне промене, да их иницирају, покрећу и у њима ак-

тивно учествују. Њихове одлуке о избору робе и услуга су импулси за производњу и развој нових производа.

Свест о могућем утицају на врсте и структуре производње, допринеће да потрошачи препознају своју одговорност за заштиту и очување квалитета животне средине.

Трећа тема Конгреса била су: „**Права потрошача и корпоративна друштвена одговорност**“.



Тражен је одговор на питања: Зашто је корпоративна одговорност основа поверења потрошача и на који начин интернационални стандарди у тој области могу ојачати потрошаче?

Поверење потрошача, које поклањају производима и услугама корпорација, стиче се и одржава поштовањем и свакодневним потврђивањем истинитости изнетих тврдњи. На њима се заснива поверење потрошача. Оно се губи када потрошач сазна да је преварен. Свесне тога корпорације треба да дефинишу своју корпоративну друштвену одговорност, уз уважавање права и интереса потрошача и учине их доступним потрошачима. Покретањем теме корпоративне друштвене одговорности, отварају се могућности за успостављање и развој партнерске сарадње потрошачких организација и бизнис сектора.

Корпорације су носиоци одговорности за примену интернационалних стандарда о здравственој безбедности и квалитету својих производа и услуга, истинитост порука које упућују потрошачима, да би придобиле њихово поверење.



Четврта тема Конгреса била је: „Безбедна храна за све“. У оквиру ове теме



тражен је одговор на питање: На који начин можемо обучити потрошаче да се ухвате у коштац са изазовима 21. века

у вези хране и здравља?

Проблем безбедности хране у свету је веома изражен. Свет се суочава с глађу, недостатком хигијенски исправне воде за пиће, небезбедном храном, незаразним болестима, генетски модификованом храном, монополима у производњи и дистрибуцији хране, који потискују права и интересе потрошача...

У дефиницији теме препознаје се потрошачка политика којом се промовише обезбеђивање безбедне хране за све. Она произлази из суштине двају основних права потрошача, права на задовољавање основних потреба и права на безбедност. Ова права потрошача су предуслови праву човека на живот и људским правима и слободама. Без њих, друга потрошачка и људска права губе сваки смисао.



Пета тема Конгреса била је: „Потрошачи у дигиталном свету“. Тражен је одговор на питање: Како нови облици креативности бришу јасне границе између произвођача и потрошача и како то утиче на доступност и

власништво у ери Интернета?

Свет је дубоко закорачио у благодети научне револуције. Дигитална тех-



нологија је омогућила до недавно незамисливе комуникације. Оне се успостављају и остварују у реалном времену.

Електронска трговина постала је доминантан облик куповине у више најнапреднијих земаља света. Убрзано потискује друге облике трговања. Она доноси огромне предности, али и потенцијалне опасности за потрошаче, који немају довољно знања да равноправно учествују у сложеним операцијама избора, наручивања, плаћања, коришћења сервиса, приговора и др.

Интернет је отворио неслућене могућности за остваривање и заштиту права и интереса потрошача. Конгресне поруке упућују појединце и њихове асоцијације да се што брже оспособе да буду равноправни учесници у остваривању и заштити својих права и интереса.

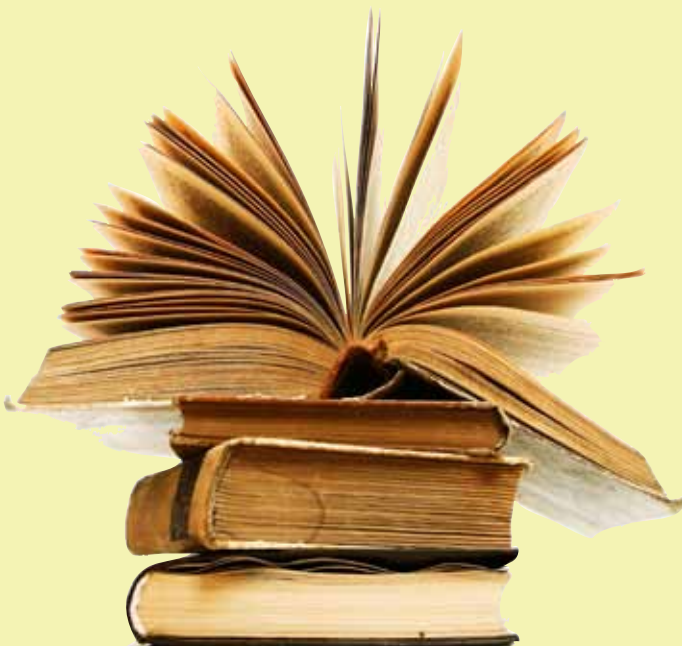


Шеста тема Конгреса била је: „**Права потрошача данас и сутра**“. Конгрес је трагао за одговорима на питања: У ком правцу иде потрошачки покрет и шта је оно што радимо данас да бисмо ојачали потрошачки покрет у будућности?



У документацији Конгреса дати су прилози из којих се види педесетогодишњи развојни пут угледног економско-социјалног покрета у свету. Дати су и прикази садашњих активности. У средишту пажње била су разматрања у ком правцу и како усмерити активности потрошачког покрета у свету.

На Конгресу су разматрана најактуелнија питања савременог међународног покрета за заштиту потрошача. Конгресна грађа биће од огромне користи не само организацијама потрошача у свету. Она садржи драгоцену сазнања која треба и могу да користе све владе у свету у дефинисању својих националних политика и стратегија заштите потрошача. И бизнис сектор је дошао до сазнања у ком правцу ће се кретати заштита потрошача и како треба да усмеравају и развијају своју



корпоративну одговорност за уважавање и заштиту права и интереса потрошача.

На Конгресу су учествовали лидери светског потрошачког покрета и светски признати појединци из бизниса, влада, универзитета, међународних и невладиних организација. Успостављен је дијалог о најактуелнијим питањима садашњости и будућности. У њему одговорну улогу имају и потрошачке организације.



Покрет за заштиту потрошача је добио позив за петочлану делегацију. Благовремено је предложио Министарству трговине да на Конгрес пође делегација Владе Р. Србије, у којој би били представници министарстава која се баве заштитом потрошача у областима које ће бити разматране на Конгресу.

Указано је да је Конгрес прилика да се Србија припреми за усклађивање политике заштите потрошача са новом визијом развоја заштите потрошача у свету и да свету представи своју визију развоја заштите потрошача.

Осим интересовања за додатне информације, других интересовања није било.

Тест је преузет из часописа тест 8/2007 уз сагласност издавача STIFTUNG WARENTEST (www.test.de). Цене производа се односе на тржиште Немачке

СРЕДСТВА ЗА СУНЧАЊЕ

Поштовани потрошачи,

Пред вама је тест производа са које сам сигурна да ће вам у току лета бити неопходни. Информације које преносимо помоћи ће вам да за себе изаберете најбоље и сигурније се осећате у ове вреле летње дане.



Средства за сунчање са заштитним фактором 10 такође се налазе у нашим продавницама, а има их од истих произвођача са вишим заштитним фактором од 10.

Цене су такође нешто више, па их можете повољније купити у местима где проводите одмор. Опет у зависности од тога где ћете провести одмор и каквоће ваше коже, треба да бирате и средство за сунчање.

Наравно да за осетљиву дечију кожу треба узети лосион са највишим заштитним фактором. При наношењу на тело оптимално је да потрошите око

3 супене кашике лосиона.

У табели ћете наћи и информације о тачности наведеног заштитног фактора на декларацији, надокнађивању влаге и коришћењу средстава на температурама од 20 до 40 степени Целзијуса, те микробиолошком квалитету.

При куповини обратите пажњу и на однос УВА према УВБ зрацима. Оптималну заштиту и од једних и од других зрака обезбеђује вам њихов однос 1:3 УВА према УВБ зрацима.

У табели ћете наћи и податке који нису очекивани, а могу вам користити. То су: водоотпорност, филтер за светлост, емулгатори, материје за бојење, парфем...

На дну табеле се налазе називи супстанци које се налазе у производу, податке који нису оцењивани, а могу вам користити. То су: водоотпорност, филтер за светлост, емулгатори, материје за бојење, парфем.

На дну табеле се налазе називи супстанци које се налазе у производу.

test sredstva za sunčanje

Може се купити само у Аустрији

	Lidl/Glen Sun Sonnenmilch Classic	Aldi(Nord)/Ombra Sun Care Sonnenmilch	Plus/Broncea Sun Milk	Sun Dream Feuchtigkeitss- Sonnenmilch (ponađeno u marketu Penny)	Muller/Cadeavera sun Sonnenmilch	Yves Rocher Protectyl vegetal Feuchtigkeitsspendende Sonenschutz-Milch	Ladival Sonnen-schutz Lotion Normale bis empfindliche Haut	Spar/Sun Kiss Sonnenmilch
Zaštitni faktor po ponudacu	10	10	10	10	10	10	10	12
Sadržaj u ml	500	500	400	500	200	200	150	50
Srednja cena u evrima	3,00	3,00	2,40	3,00	14,00	1,45	9,00	1,00
Cena za 100 ml u evrima	0,60	0,60	0,60	0,60	7,00	0,75	6,00	2,00

Jednakost po recepturi Sun Dream Feuchtigkeitss-Sonnenmilch i Robinsun Feuchtigkeitss-Sonnenmilch, ponađeno u marketu Rewe (200 ml / 2,00 evra)

1-OCENA KVALITETA 100% DOBRO (1,9) DOBRO (2,0) DOBRO (2,1) DOBRO (2,1) DOBRO (2,2) DOBRO (2,2) ZADOVOLJAVAJUĆE (2,8) DOBRO (2,3)

ТАЧНОСТ НАВЕДЕНОГ

ZAŠTITNOG FAKTORA (UVB)	35%	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)
UVA/UVB	0%	ispunjava	ispunjava	ispunjava	ispunjava	ne ispunjava	ispunjava	ne ispunjava
NADOKNAĐIVANJE VLAĞE	25%	dobro (1,9)	dobro (2,4)	dobro (2,4)	dobro (1,7)	dobro (2,3)	dobro (2,3)	dobro (1,8)
KORIŠĆENJE PRI TEM. od 20 do 40 C	20%	dobro (2,4)	dobro (1,9)	zadovoljavajuće (2,7)	zadovoljavajuće (3,0)	zadovoljavajuće (2,6)	zadovoljavajuće (2,7)	zadovoljavajuće (3,0)
UPUTSTVO ZA UPOTREBU	10%	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,5)	dobro (2,5)	jako dobro (1,5)	zadovoljavajuće (3,0)
DEKLARACIJA	5%	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)	dobro (2,0)
MIKROBIOLOŠKI KVALITET	5%	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,0)	jako dobro (1,0)	dobro (2,0)
VODOOTPORNOST	0%	Svi proizvodi su prošli test na vodootpornost						

ПОДАЦИ ПО ПОНУДАЦИ (није оцењивано)

Vodootporno	■	■	■	■	■	■	■	■
Filter za svetlost	■ a, f, g, h	■ a, f, g	■ a, b, c	■ a, f, g	■ a, b, m	■ a, d, g, l, m	■ a, d, g, n	■ a, d, g
Materije za konzervisanje	■ c, s(4), t	■ c, s(5)	■ r	■ c, s(4), t	■	■ c, s(5)	■ s(4)	■ r
Emulgatori	■	■	■	■	■	■	■	■
Materije za bojenje	■	■	■	■	■	■	■	■
parfem	■	■	■	■	■	■	■	■

Оцене за резултате испитивања:

Kod jednake ocene redosled po abecedi

++ = jako dobro (0,5 - 1,5),
+ = dobro (1,6 - 2,5),
○ = zadovoljavajuće (2,6 - 3,5),
⊖ = dovoljno (3,6 - 4,5),
- = nedovoljno (4,6 - 5,5).

■ ne
■ da

1) a=Butyl Methoxydibenzoylmethane, d=Ethylhexyl Triazone, c=Phenylbenzimidazole Sulfonic Acid, =Ethylhexyl Methoxycinnamate=Octyl Methoxycinnamate, e=Zinc Oxide, f=Titanium Dioxide, g=Octocrylene, h=Benzyl Salicylate, i=Terephthalylidene Dicamphor Sulfonic Acid, j=Benzophenone-3= Oxybenzone, k=Bis-Ethylhexyloxyphenyl Methoxyphenyl Triazine, l=Methylene Bis-Benzotriazolyl Tetramethylbutylphenol, m=Isomyl p-Methoxycinnamate, n=Ethylhexyl Salicylate,
2) r=Phenoxylethanol, s=Parabene, t=Benzyl Alcohol.
3) 200 ml košta 2,59 evra.

Заштитна средства за сунчање

Добра заштита од сунца не мора да буде и скупа, што доказује и други део теста лосиона за заштиту од сунца са заштитним фактором 10

После објављивања теста у издању 7/70, након што смо тестирали још 9 лосиона за заштиту од сунца са заштитним фактором од 10 до 12 (којих раније није било на тржишту). Цена лосиона је између 0.60 и 7 евра за 100 милилитара.

Заштитна средства за сунчање са релативно ниским заштитним фактором је пре свега за људе чија је кожа навикнута на сунце, која лако и без проблема потамни. Осталима се препоручује, посебно за почетак летовања, фактор заштите 20 и више у зависности од осетљивости и циља путовања. Скоро сви производи из теста испуњавају ове захтеве и оцењени су са „добро“, само је Yves Rocher оцењен са „задовољавајуће“. При високим температурама овај лосион се показао као веома течан, што отежава да га равномерно нанесете и декларација се налази на позадини у боји због чега је тешко читљива.

Обећавани заштитни фактор Yves Rocher испуњава.

За правилну заштиту важно је да нанесете дебљи слој средства, како бисте достигли жељене

ни фактор заштите. Као правило за одрасле особе важи да за цело тело треба да користе количину од три супене кашике ;уколико наносите мање средства и ефекат је слабији.

Заштитни фактор се односи само на заштиту од опекотина од сунца које су изазване ултравиолетним Б зрацима (УВБ). Важна је и заштита и од дуготаласних ултравиолетних А зрака (УВА). Сва средства из теста обећавају заштиту од овог опсега зрачења. По најновијим истраживањима, да би имали оптималну заштиту и од УВА зрака, треба да је однос УВА према УВБ фактору најмање 1:3. Тестирана средства која не испуњавају овај услов су: Ladival, Yves Roche и производ из Аустрије Spar; као и лосиони произвођача из претходног теста: Declare, Piz Buin, Dr.Hauschka i Annemarie Borlind.

Тест НАШ САВЕТ

Добра заштита од сунца не зависи од цене. То доказује тест из 7/70, а потврдио је и овај. Можете купити за мање од 1евра 100мл лосиона за сунчање који је оцењен са „добро“, а то су: dm/Sundance, Lidl/Cien Sun, Schlecker/AS, Aldi (Nord)/Ombra, Aldi (Sud)/Ombia, Plus/Broncea, Sun Dream и Muller/Cadeavera. Лосиони који добро влаже кожу су dm (0,70 евра) и Lancaster (13,25 евра).

test sredstva za sunčanje 7/07

	Zaštitni faktor	Sadržaj u ml/ srednja cena u evrima	UVA/UVB	Cena za 100ml u evrima	Tačnost navedenog zaštitnog faktora (UVB)	Nadoknađivanje vlage	Korišćenje pri tem. Od 20 do 40 °C	Uputstvo za upotrebu	Deklaracija	Mikrobiološki kvalitet	test-OCENA KVALITETA
Ocenjivanje			0%		35%	25%	20%	10%	5%	5%	100%
dm/Sundance Sonnenmilch	10	200/1,45	ispunjava	0,70	+	++	○	++	+	++	DOBRO (1,9)
Schlecker/AS Suncare Sun Sonnenmilch	10	250/1,90	ispunjava	0,75	+	+	+	++	+	++	DOBRO (1,9)
Lancaster Sun Care Tanning Lotion	8	200/26,50	ispunjava	13,25	+	++	+	+	+	+	DOBRO (2,0)
Rossmann/Sun Ozon Sonnenmilch	10	200/2,30	ispunjava	1,15	+	○	+	++	+	++	DOBRO (2,0)
Aldi (Sud)/Ombia Sun Sonnenmilch	10	500/3,00	ispunjava	0,60	+	+	+	++	+	++	DOBRO (2,1)
Ihr Platz drospu/alando sun Sonnenmilch	10	200/2,00	ispunjava	1,00	+	+	+	++	+	+	DOBRO (2,1)
Nivea Sun Pflogene Sonnenmilch	8	250/5,00	ispunjava	2,00	+	+	○	+	+	++	DOBRO (2,1)
Ambre Solaire delial Sonnenmilch	10	400/9,95	ispunjava	2,50	+	+	⊖	+	+	++	DOBRO (2,3)
L'Oréal Solar Expertise Sonnenmilch	10	250/9,00	ispunjava	3,60	+	+	⊖	+	+	++	DOBRO (2,3)
Hochentwickelter Schutz											
Declare Sun Milch	10	400/9,95	ne ispunjava	2,50	+	○	○	⊖	+	++	ZADOVOLJAVAJUĆE (2,7)
Piz Buin 1 day long long lasting protection	8	100/18,50	ne ispunjava	18,50	+	○	+	⊖	-	++	ZADOVOLJAVAJUĆE (2,7)
Dr. Hauschka Sonnenmilch	8	100/10,90	ne ispunjava	10,90	+	⊖	⊖	+	+	++	ZADOVOLJAVAJUĆE (2,9)
Annemarie Borlind Sonnen-Milch	10	200/9,50	ne ispunjava	4,75	+	○	+	⊖	+	⊖	DOVOLJNO (3,6)

Svi proizvodi su prošli test na vodootpornost

Ocene za rezultate ispitivanja:

Kod jednake ocene redosled po abecedi.

++ = jako dobro (0,5 - 1,5).

+

○ = zadovoljavajuće (2,6-3,5)

⊖ = dovoljno (3,6-4,5).

- = nedovoljno (4,6-5,5).

БАЧКЕ ТОРБЕ

Поштовани читаоци,

Редакција „Потрошачког Репортера“ наставља акцију подизања нивоа заштите најмлађих, овог пута објављивањем резултата тестирања школских торби. Управо почетак нове школске године и актуелност куповине ових производа нам је била параметар за одабир овог производа. Торбе су тестиране по стандарду ДИН 58124 који је за нас непознат. Стога смо помоћ затражили од Института за стандардизацију Србије (www.jus.org.yu). Од госпође Мирјане Коруновић, руководиоца Групе за безбедност, заштиту и животну средину, добили смо следеће обавештење: „



Стандард ДИН 58124 је немачки стандард из 2001 године који се односи на захтеве које треба да задовоље торбе, као и начине испитивања задатих карактеристика. У овом тренутку Институт за стандардизацију нема тај стандард, мада се у некој будућности може очекивати његова набавка. Не постоји ни српски стандард за такав предмет.“

Као што се из текста колега из Немачке биди, само половина ђачких торби на њиховом тржишту испуњава њихове стандарде. Каква је ситуација у Србији не знамо, али се надамо да ће вам овај тест помоћи да за своје дете изаберете праву торбу.

Резултате ових тестирања послаћемо увозницима, Привредним коморама и произвођачима у Србији, верујући да ће им бити од користи.

Верујемо да делите наше мишљење да би било веома добро ако би се ускоро на тржишту Србије појавиле школске торбе домаће производње са ознаком да су урађене у складу са најбољим европским стандардима.

Само половина пролази

НАШ САВЕТ

Детету за љубав купите школску торбу, која у потпуности испуњава норму за школске торбе. То се може препознати по ДИН и ГС-ознакама. Осим осталих карактеристика, ове школске торбе видљиве су у саобраћају и смањују ризик од удеса.

За класу најбољи у тесту су Scout-ранчеви Easy II и Maxi за 110 евра. Исто тако је добра и сигурна и торба Scout Easy I за 105 евра. Нешто је повољније торба Spiegelburg Felix, за 90 евра, али мање конфорна за ношење.

САВЕТИ

Торба би поред тога што је сигурна и модерна требала да буде практична и деци по вољи. Приликом куповине обратите пажњу на све то.

ПРОБА

Иако торба треба да буде поклон, добро је да поведете дете у куповину. Мора да се свиди детету, да добро на леже, не треба да штрчи са стране у односу на рамена и приликом ношења мора да се лако подешава. Деца торбу треба да пробају у мајци, и такође са јакном. Тако можете

Тест је преузет из часописа тест 4/2006 уз сагласност издавача STIFTUNG WARENTEST (www.test.de). Цене производа се односе на тржиште Немачке.



да утврдите да ли нешто виси или жуља. Обратите пажњу и на то, да ако су трегери предугачки, приликом ношења за ручку може се запети о њих.

ТЕЖИНА

Што дете има мање килограма то и торба треба да буде лакша. Стручњаци кажу да хроничне проблеме са леђима деца добијају пре од мањка физичке активности. Свеједно и даље важи правило: напуњена торба треба да тежи само десет до дванаест процената од тежине детета. Непотребно би требало да остане код куће. Торба сваког дана треба да се испразни и поново пакује.

ЦЕНЕ

Немојте се уплашити од високих цена. Квалитет код торби кошта. Сигурни и добри модели се ретко могу наћи испод 100 евра. Прошлогодишњи модели се могу наћи повољније. Погледајте и код специјализованих дистрибутера и на интернету. Можда је могуће да са родитељима друге деце направите групну наруџбину.

Само половина пролази



1) Scout Easy II, 110 евра
ДОБРО(2,0)



10) Esprit Easy I I, 175 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



2) Scout Maxi, 110 евра
ДОБРО(2,0)



11) Lego-Air Light Bionicle, 110 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



3) Scout Easy I, 105 евра
ДОБРО(2,0)



12) McNeill Ergo Light 900, 100 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



4) Spiegelburg Felix, 90 евра
ДОБРО(2,4)



13) McNeill Ergo Light 5, 110 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



5) Sammies Master DIN, 130 евра
ЗАДОВОЉАВАЈУЋЕ(2,7)



14) Sammies Master, 90 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



6) Skibby DIN by Hama, 105 евра
ЗАДОВОЉАВАЈУЋЕ(2,7)



15) schoolPax soft, 100 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



7) Herlitz Race, 50 евра
ЗАДОВОЉАВАЈУЋЕ(3,0)



16) School-Tool Timess, 95 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



8) McNeill Ergo Light 5 DIN, 110 евра
ЗАДОВОЉАВАЈУЋЕ(3,2)



17) Skibby by Hama, 105 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)



9) McNeill Ergo Light 900 DIN, 100 евра
ЗАДОВОЉАВАЈУЋЕ(3,4)



18) Step by Step by Hama, 90 евра
НЕДОВОЉНО (5,0)

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 ;
pokretr@InfoSky.net;
Главни менаџер:
дипл. инг. Марија Лончар;
Председник: Петар Богосављевић



РЕГИОН ЗАПАДНА СРБИЈА И ШУМАДИЈА – Jagodina

Организација потрошача Србије
Адреса: Улица Максима Горког бр. 5,
35000 Jagodina
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
Милић Марковић
Богомил Николов

Секретар:

Јелена Ђорђевић, дипл.правник

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд
659

АКТИВНИ потрошачи / главни и одговорни
уредник Властимир Спасић. - 2011, бр. 7- .
- 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 „ Подршка цивилном
друштву“ који финансира Европска унија