

АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ

11/2012

<http://aktivnipotrosaci.info>

Садржај



НАШ НОВАЦ НАШЕ ПРАВО!



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



Основна права потрошача

2



Проблеми потрошача у области услуга од општег економског интереса

3



Србија ће 2014. живети у мраку

3



Округли сто: Унапређење свести потрошача

4



Предизборни проглас потрошача

5



Ефекти уредбе Владе о ограничењу марже

6



Оплемените ваше окружење

8



Наш новац – Наше право

12



Одговоран потрошач за одрживу будућност

16



Статус енергетски заштићеног купца

17



Суд наложио промену декларације

18



Ко коме пече питу

19



Разликујмо спреј од антиперспираната

19

ОСНОВНА ПРАВА ПОТРОШАЧА

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

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

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

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

Основна права потрошача су:

ПРАВО НА ЗАДОВОЉЕЊЕ ОСНОВНИХ ПОТРЕБА

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

ПРАВО НА БЕЗБЕДНОСТ

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

ПРАВО НА ОБАВЕШТЕНОСТ

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

ПРАВО НА ИЗБОР

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

ПРАВО НА УЧЕШЋЕ

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

потрошача.

ПРАВО НА ПРАВНУ ЗАШТИТУ

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

ПРАВО НА ОБРАЗОВАЊЕ

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

ПРАВО НА ЗДРАВУ И ОДРЖИВУ ЖИВОТНУ СРЕДИНУ

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



У оквиру пројекта АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ који се реализује уз финансијску подршку ЕУ, Центар за заштиту потрошача ФОРУМ из Ниша, у сарадњи са Удружењем за трговину ПКС, организовао је:

ОКРУГЛИ СТО

На тему: “Проблеми потрошача у области услуга од општег економског интереса”

Округли сто је одржан дана 27.02.2012. године у Привредној комори Србије у Београду, Теразије 23, Сала број 1 на осмом спрату.

На округлом столу су говорили:

- Уводно излагање: Проблеми потрошача у области услуга од општег економског интереса. – менаџер пројекта м.сци. Јован Јовановић
- Конформна метода обрачуна затезне камате – један од узрока великих дугова према јавним предузећима – Михајло Цветковић, асистент на правном факултету у Нишу.
- Учешће потрошача у доношењу одлука које су важне за потрошаче у Бугарској – м.сци. Богомил Николов, Софија.
- Саопштење о студији и препорукама за поглавље о услугама од општег интереса у ЗЗП: ИПА пројекат “Јачање заштите потрошача у Републици Србији: - др Тјери Бургоањи, главни стручњак за правна питања - др Татјана Јованић, стручњак за правна питања
- Проблеми у области телекомуникација – Секретар регионалног саветовалишта Јелена Ђорђевић, дипл.правник
- Проблеми у области снабдевања електричном енергијом и природним гасом – м.сци. Јован Јовановић
- Проблеми у области снабдевања водом за пиће, одржавања чистоће и одлагања комуналног отпада – Секретар Центра ФОРУМ Перица Стојчев, дипл.правник
- Проблеми у области снабдевања топлотном енергијом – м.сци. Јован Јовановић



Скупу су поред представника организација потрошача присуствовали и представници: Привредне коморе Србије, Министарства пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде, Министарства рада и социјалне заштите и Републичке агенције за телекомуникације. Представници Агенције за енергетику као и представници јавних и јавнокомуналних предузећа се нису одазвали позиву, вероватно сматрајући да они немају шта да разговарају са потрошачима иако постоје због потрошача и од њих примају зараде.

Отворено писмо генералном директору ЕПС-а СРБИЈА ЋЕ 2014. ГОДИНЕ ЖИВЕТИ У МРАКУ

Поштовани господине Марковићу,

Ако се оствари ваш план, о коме су медији данас писали, да цена електричне енергије до краја 2014. године поскупи 60%, онда ће сасвим сигурно, у то време Србија живети у мраку. Ово се неће догодити, једино ако се у том истом периоду и зараде у Србији повећају најмање за исти проценат.

Али, пошто је ово друго немогуће, онда је наша констатација у наслову неизбежна.

Ако данас, и поред овако „ниске“ цене електричне енергије, не мали број грађана Србије живи без електричне енергије, јер немају могућности да плаћају рачуне, онда можемо замислити како ће то бити 2014. године.

А то, колика је цена електричне енергије, само ви у ЕПС-у знате. Из рачуна које добијају грађани то се не може утврдити. Наш покушај да дознамо колика је произвођачка цена електричне енергије у Србији, остао је безуспешан, јер то ни у Електро дистрибуцијама незнају.

Тражимо да се коначно обајви произвођачка цена електричне енергије у Србији, па да видимо колике су марже у сектору производње електричне енергије.

А упоређивање цене електричне енергије у Србији са ценама у земљама ЕУ је неприхватљиво ако се истовремено не упореде и зараде. Тачно је да је цена електричне енергије у земљама ЕУ два до три пута већа али је исто тако тачно да су и зараде у земљама ЕУ пет пута веће од зарада у Србији.

Такође вас подсећамо да се и у земљама ЕУ цене услуга од општег економског интереса, где спада и снабдевање електричном енергијом, не формирају слободно на тржишту, већ су под контролом регулаторних агенција у чијем раду учествују и представници организација потрошача.

Уједно Вас позивамо да будете учесник округлог стола под називом ПРОБЛЕМИ ПОТРОШАЧА У ОБЛАСТИ УСЛУГА ОД ОПШТЕГ ЕКОНОМСКОГ ИНТЕРЕСА, који ће се одржати у Београду, 27.02.2012. године у ПКС, Теразије 23 са почетком у 11,00 часова.

Ниш, 20.02.2012. год.

ПРЕДСЕДНИК
Мр. Јован Јовановић, дипл.инг.

Конференција за медије

ПОТРОШАЧИ БИРАЈУ ВАС! И ВИ БУДИТЕ НА СТРАНИ ПОТРОШАЧА!

Дана 14.03.2012. године Центар за заштиту потрошача ФОРУМ одржао је конференцију за медије у Медиа Центру Ниш, са почетком у 11,00 часова, а поводом 15. марта Светског дана потрошача и почетка предизборних активности

Организације потрошача ће тога дана, упутити проглас свим учесницима на предстојећим изборима, под називом: **ПОТРОШАЧИ БИРАЈУ ВАС! И ВИ БУДИТЕ НА СТРАНИ ПОТРОШАЧА!**

На конференцији је дат посебан осврт на ефекте примене Уредбе Владе Републике Србије о ограничењу марже у промету животних намирница.

У оквиру конференције је представљен нови број часописа: АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ, који се штампа у оквиру пројекта “Активни потрошачи”, те брошура ПРАВО НА ЈЕДНОСТРАНИ РАСКИД УГОВОРА, која се такође штампа у оквиру пројекта “Активни потрошачи” а све уз финансијску подршку Европске уније.

На конференцији су говорили:

- Председник Центра ФОРУМ: мр Јован Јовановић
- Проф. др Бобан Стојановић, вођа тима за мониторинг цена животних намирница
- Уредник часописа АКТИВНИ ПОТРОШАЧИ: Властимир Спасић, дипл.инг.
- Секретар Регионалног саветовалишта: Јелена Милосављевић, дипл.правник

ПРЕДСЕДНИК

Мр. Јован Јовановић, дипл.инг.



Поводом 15.марта Светског дана потрошача, Министарство пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде у садањи са тимом ИПА пројекта “Јачање заштите потрошача у Србији” је организовало:

ОКРУГЛИ СТО

На тему: “Унапређење свести потрошача у Србији”

Округли сто је одржан дана 13.03.2012. године у хотелу Москва у времену од 11,00 до 15,00 часова.

На округлом столу су говорили:

• Уводно излагање: Резултати истраживања “Унапређење свести потрошача у Србији” - Гразина Рокицка, главни експерт за заштиту потрошача ИПА пројекта “Јачање заштите потрошача у Србији”.

• Представници организација потрошача су давали коментаре на приказано истраживање.

Скупу су поред представника организација потрошача присуствовали и представници више Министарстава надлежних за област заштите потрошача.



ПОВОДОМ 15. МАРТА СВЕТСКОГ ДАНА ПОТРОШАЧА

Дана 15.03.2012. године одржана је конференција за медије:

- Место одржавања: Медиа Центар Београд,
- Време почетка конференције: 11,00 часова,
- Тема конференције:

Поводом 15. марта Светског дана потрошача и почетка предизборних активности у Србији, организације потрошача су тога дана, упутиле проглас свим учесницима на предстојећим изборима, под називом:

ПОТРОШАЧИ БИРАЈУ ВАС! БУДИТЕ И ВИ НА СТРАНИ ПОТРОШАЧА!

На конференцији су говорили:

- Председник АПОС – а Нови Сад: Едина Попов,
- Председник Центра ФОРУМ - Ниш: мр Јован Јовановић
- Председник Покрета потрошача Београд: Петар Богосављевић
- Председник Организације потрошача Србије – Јагодина: Љубиша

Андрејић



Поводом 15. марта Светског дана потрошача и почетка предизборних активности у Републици Србији,

Асоцијација потрошача Србије – Нови Сад,
Покрет потрошача Србије – Београд,
Организација потрошача Србије – Јагодина и
Центар за заштиту потрошача Форум - Ниш

упућују **Проглас свим учесницима на предстојећим изборима:**

Potrošači biraju vas! I vi budite na strani potrošača

Formirajte Ministarstvo za zaštitu prava i interesa potrošača

Efikasnom i dobro organizovanom Vladom, obezbedite institucionalni okvir za transparentan socijalni dijalog i efikasnu međuresorsku saradnju, kao preduslov za dobre zakone i još bolju praksu, na dobrobit svih građana i učesnika na tržištu. Jer, potrošači su svi građani – i proizvođači, trgovci, uvoznici, poljoprivrednici, bankari, lekari i pacijenti, profesori i učenici, zanatlije itd. Nadležnosti ministarstva treba da omoguće da se tokom donošenja i primene zakona uvažavaju interesi i prava svih. Bez socijalnog dijaloga nema pravedne i odgovorne države, niti uspešnog društveno ekonomskog razvoja, kao i društveno odgovornog poslovanja. Formirajte gradske Ombudsmane - Zaštitnike prava i interesa potrošača, kao samostalna i nezavisna tela.

Obezbedite da se čuje glas potrošača u donošenju odluka

U skupštinskim odborima, u regulatornim telima i javnim agencijama, u nadležnim ministarstvima, na lokalnom nivou, omogućite zastupljenost interesa potrošača u procesu donošenja i sprovođenja politike zaštite potrošača, kao i razvoja novih proizvoda i usluga.



Obezbedite efikasnu i dostupnu pravdu potrošačima:

- a) Jasnim definisanjem i podelom nadležnosti svih nosioca zaštite potrošača: ministarstva, inspeksijskih organa, lokalne samouprave i nevladinog sektora
- b) Intenzivnom međuresorskom saradnjom svih ministarstava, kako bi usklađeno radili i kako bi se svi zakoni koji se odnose na potrošače, primenjivali.
- c) Vansudsko rešavanje potrošačkih sporova u tipskim ugovorima učinite realnim i sprovodljivim, a odluke koje proističu iz njih, obavezujućim, efikasnim i izvršnim

Obezbedite uslove za usvajanje standarda

Standardi po kojima će se proizvoditi, uvoziti i prodavati, jer bez njih nema prave konkurencije, niti potrošači mogu ostvariti svoja osnovna prava: da za svoj novac dobiju robu i uslugu garantovano dobrog kvaliteta i po pristupačnoj ceni. Mogućnost izbora između više proizvoda i usluga. Dobijanje pravedne naknade za lažno prikazivanje svojstava proizvoda i usluga, nekvalitetnu robu ili nezadovoljavajuće usluge. Zaštitu od proizvoda, proizvodnih procesa i usluga štetnih po život i zdravlje.

Omogućite osposobljavanje potrošača za ravnopravno učešće na tržištu roba i usluga

U planove i programe obrazovanja za sve uzraste uključite osnovne pojmove o potrošačkim pravima, finansijsko opismenjavanje, unapređenje životne sredine i odgovornog poslovanja.

Omogućite ostvarivanje prava na zdravu životnu sredinu

Uvedite „zelene javne nabavke” i tako pomozite kompanijama koje poštuju ekološke standarde. Obezbedite novim zakonom o oglašavanju pravila, koja potrošača neće dovesti u zabludu. Učinite da informacije budu dostupne potrošačima i omogućite im ekološki izbor. Obavezite kompanije da u reklamnim porukama uključe informacije o ekološkim komponentama kao što su zaštita životne sredine, ušteda, reciklaža i dr.

Pružite podsticajne subvencije za uvoznike i potrošače.

Poštujte evropske standarde u primeni Zakona o zaštiti potrošača

Uvedite princip redovnih konsultacija sa potrošačima. Propišite sprovodljive i jasne kriterijume za Evidenciju organizacija potrošača, kako bi omogućili predstavnicima potrošača da ih predstavljaju i štite njihova prava i interese. Formirajte Savet potrošača od predstavnika organizacija potrošača.

ЕФЕКТИ УРЕДБЕ ВЛАДЕ О ОГРАНИЧАВАЊУ МАРЖИ

на основу истраживања студената Економског факултета у Нишу

Главни циљ овог истраживања је да се добију поуздани подаци о месечним издацима за снабдевање основним животним намирницама трочлане породице у Србији и да се реално прикаже животни стандард становништва. То се постиже праћењем вредности редуковане просечне потрошачке корпе која обухвата само храну и пиће и висине зараде, те израчунавањем куповне моћи у следећим градовима у Србији: Ниш, Лесковац, Јагодина, Нови Сад и Београд.

У децембру 2011. године Влада Републике Србије је донела Уредбу о посебним условима промета одређених производа која подразумева ограничавање укупне стопе марже у висини од 10%). Производи обухваћени Уредбом су:

- 1) пшенично брашно, тип «400» и тип «500»;
- 2) јестиво биљно уље, сунцокретоно;
- 3) кравље млеко, термички обрађено (пастеризовано, стерилизовано) и јогурт;
- 4) шећер, бели кристални;
- 5) свеже месо, свињско, говеђе и кокошје, и слатководна риба.

У оквиру свог истраживања редуковане потрошачке корпе, студенти Економског факултета у Нишу посебно прате ефекте Уредбе на заштиту животног стандарда становника. Као и у свим досадашњим истраживањима, прате се кретања цена конкретних производа који су присутни у свим малопродајним објектима и наведеним градовима. Производи који су присутни у редукованој просечној потрошачкој корпи која се користи у истраживању, а на које се ова Уредба односи, су: бели хлеб, пшенично брашно Данубиус, свињско месо БК, пилеће месо-цело пиле Агрожив, јестиво уље-Дијамант 1 л, стерилизовано млеко локалне млекаре (на пр. У Нишу-Нишка млекара), млеко 2,8% мм Моја кравица, Јогурт 2,8% мм Моја кравица и шећер Суноко.

Посматрајући просечне цене ових девет артикала на нивоу Србије, уочава се следеће:

- Просечна цена белог хлеба у фебруару износила је 41,11 дин. То је смањење од 3,66% у односу на цену у децембру 2011. године, а повећање за 1,14% у односу на цену у јануару,
- Просечна цена брашна „Данубиус“, тип 400 у фебруару је износила 47,42 динара. То је смањење од 12,14% у односу на цену у децембру 2011. године и 8,47% у односу на цену у јануару,
- Просечна цена свињског меса, која је у фебруару износила 423,38 динара повећана је у односу на цену у децембру за 0,63% и 1,43% у односу на цену у јануару,
- Просечна цена целог пилета у фебруару износила је 252,07 динара. То је повећање за 1,83% у односу на цену у децембру, а смањење од 0,46% у односу на цену у јануару,
- Просечна цена уља Дијамант у фебруару износила је 120,81 динара. У односу на цену у децембру 2011. године, цена је нижа за 3,63%, а виша за 0,17% у односу на цену у јануару.
- Просечна цена млека локалних млекара

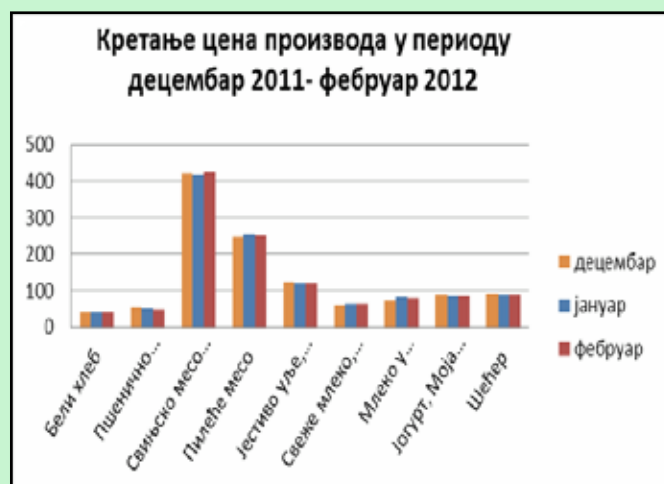
у фебруару износила је 63,54 динара. То је повећање за 6,45% у односу на цену у децембру и смањење за 0,48% у односу на цену у јануару,

- Просечна цена млека „Моја кравица“, 2,8%мм, која је у фебруару износила 80,96 динара повећана је за 11,63% у односу на цену у децембру, а снижена за 1,34% у односу на цену у јануару,

- Просечна цена јогурта „Моја кравица“ у фебруару износила је 85,34 динара. Она је смањена за 2,95% у односу на цену у децембру и 0,87% у односу на цену у јануару,

- Просечна цена шећера у фебруару износила је 89,96. То је смањење за 2,97% у односу на цену у децембру и 0,39% у односу на цену у јануару.

ТАБЕЛА 1. Кретање цена производа из редуковане просечне потрошачке корпе на које се односи Уредба о ограничавању маржи, у периоду децембар 2011. – фебруар 2012.



На основу скенирања цена по градовима и рачунања просека за сваки град, уочава се да је у Нишу, у односу на децембар 2011. Године, када није још била донета Уредба, највише снижена цена брашна, 11,01%, а да је највећи пораст цене код млека локалне млекаре, за 6,48%. У Београду је такође дошло до пада цене брашна за 11,43%, али је млеко локалне млекаре поскупело 12,40%.

У Новом Саду је брашно јефтиније за 20,92% у односу на децембар 2011, млеко Моја кравица поскупело је 21,84%. У Јагодини је цена брашна мања за 5,4%, а цена пилећег меса порасла је 13,74%. Шећер је у Лесковцу јефтинији за 4,13% у односу на цену пре доношења Уредбе, али је млеко локалне млекаре скупље за 24,06%.

Ограничавање маржи које се рачунају и додају на цене ових основних животних намирница из структуре редуковане просечне потрошачке корпе имало је мало утицаја на вредност редуковане просечне потрошачке корпе па се тако удео ових девет производа обухваћених Уредбом у укупној вредности потрошачке корпе променио са 7.451,71 динара, колико је износио у децембру 2011. године, на 7.403,61 дин. у јануару и 7.412,71 дин. у фебруару 2012. год. Овакви резултати су последица чињенице да су Уредбом ограничене марже, а не и набавне цене, што је и поред

ограничавања маржи довело до поскупљења неких производа. Истраживање је показало да су укупни ефекти донете Уредбе у прва два месеца 2012. године веома скромни.

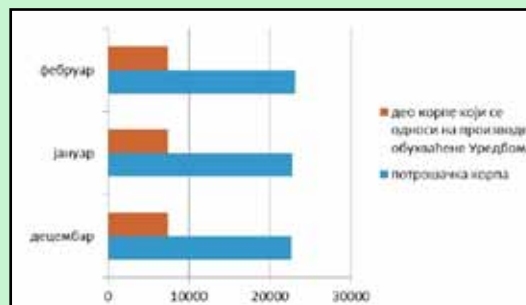
Вредност редуковане просечне потрошачке корпе се кретала од 22.662,63 динара у децембру до 22.722,46 динара у јануару и 23.110,30 динара у фебруару.

Очигледан је раст вредности потрошачке корпе упркос смањењу маржи. Уз наведене податке, за сагледавање пада куповне моћи треба узети у обзир и пад вредности динара према другим валутама, смањење просечне зараде и раст цена производа који нису обухваћени истраживањем, а налазе се у званичној потрошачкој корпи коју утврђује Завод за статистику Републике Србије.

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

Ментор тима студената је проф. др Бобан Стојановић. Истраживање су реализовали студенти четврте године Економског факултета у Нишу: Милан Марковић и Зорана Костић, студенти треће године: Инес Пријић, Милена Аранђеловић, Јелена Илић и Никола Тодоровић и студенти друге године: Мартина Веселиновић, Милица Јанић, Наташа Ранђеловић, Николета Ђорђевић и Милица Марковић.

ТАБЕЛА 2. Приказ вредности редуковане просечне потрошачке корпе и дела вредности који се односи на производе обухваћене Уредбом у периоду децембар 2011.-фебруар 2012.



22. март СВЕТСКИ ДАН ВОДЕ - ВОДА ЗА ХРАНУ



Вода је најважнија материја за настанак и одржавање живота свих живих бића. Незаменљива је у размени материја у свим живим организмима, одржавању свих хигијенских процеса (личне и опште хигијене), у производњи намирница, привреди, индустрији и пољопривреди.

Неопходна је не само као свакодневна физиолошка потреба људи, животиња и биљака, већ и за многе послове и индустријске процесе.

На светски дан воде неопходно је још једном скренути пажњу јавности на међусобни однос воде и безбедности хране, јер је вода, поред осталог, и намирница која подлеже правилнику о хигијенској исправности воде за јавно снабдевање становништва, као вода за пиће, али и као вода коју употребљавамо у процесу производње животних намирница намењених продаји.

Очекивани раст становништва, урбанизација и климатске промене основни су фактори несташнице воде која би могла да угрози безбедност хране. Интересантан је податак да је за индустријску производњу једног литра пастеризованог млека неопходно утрошити 7 литара воде, што подразумева хигијенску припрему машина пре и после производног процеса.

За производњу једног килограма пшенице потребно је 1.000 од 1.500 литара воде, а за један килограм говедине – 15. 500 литара. Још је занимљивије то што за производњу намирница, дневно потребних једном једином људском бићу, према подацима светских организација, трошимо 2.000 до 5.000 литара воде.

Спречавање губитка хране за исхрану светског становништва једна је од тема FAO Media Centra, који

упозорава на опасност да преко 1.3 билиона тона хране за људску употребу може да буде уништено.

Институт за храну и биотехнологију у Шведској (SIK) је у студији Сачувајмо храну на Интернационалном конгресу у Дизелдорфу, одржаном 16. и 17. маја 2011. године, као и на Интернационалном сајму индустрије за паковање, изнео следеће закључке:

- Индустријске земље и земље у развоју наводе да је опсег губитка хране између 630 и 670 милиона тона;

- Сваке године потрошачи из богатих земаља расипају скоро 222 милиона тона хране, колико износи целокупна производња хране у делу Африке (230 милиона тона);

- Воће и поврће се, у односу на осталу храну, најчешће и највише бацају;

- Губици и расипање хране сваке године једнаки су половини годишње светске жетве (2.3 билиона тона у 2009/ 2010. години).

Расипање хране је највећи проблем у богатим земљама, где је потрошач охрабрен да купује више хране него што му је потребно (на акцијама типа „купи три, плати два“, или кроз велика паковања индустријски произведене готове хране).

Подизање свести потрошача и обраћање пажње на ове проблеме могући су кроз едукацију и политичке иницијативе, усмерене на промену става потрошача кроз планирање њихових стварних потреба.

Неопходно је темељно информисати становништво о томе да су могућности природних ресурса ограничене, те да је губитке хране нужно много ефикасније редуковати, а уместо повећања производње услед природног прираштаја становништва.

Губици и расипање хране, поред осталог, битно троше ресурсе, укључујући, пре свега, воду, земљу, енергију, лабораторије и ефекте емисије гасова, што нарочито повећава глобално загревање и климатске промене.

Драгана Јанковић, дипл.хемичар, спец.хиг.



Избор биљака за кућне и канцеларијске просторе

ОПЛЕМЕНИТЕ ВАШЕ ОКРУЖЕЊЕ



Савремени начин живота за већину људи значи обавезу да се радни дан проведе испред екрана рачунара у канцеларији и зато је важно стварање што угоднијег радног окружења. Зато нам се собне биљке намећу као неизоставни елемент уређења кућног и канцеларијског простора, јер самом својом присутношћу оплеменењу простор, уносећи у њега нежност и топлину.

Приликом избора биљака за уређења интеријера потребно је да се ускладе природни услови у кућном и канцеларијском простору и потребе биљака (светло, температура и потребе за водом). Треба да се изаберу оне биљке које ће у датим условима најбоље да успевају. Другим речима, ако је температура у соби превисока или прениска, ваздух превише сув или превише влажан, а место веома мрачно или превише осунчано, лепа, али погрешно одабрана биљка коју уносите у ваш дом или радни простор врло брзо ће усахнути. На срећу, избор собних биљака је велики, и за већину канцеларијских простора могу да се нађу квалитетна и естетски прихватљива решења која ће сигурно оплеменили простор и утицати на повећање продуктивности, која се данас све чешће тражи.

Правилно и добро изабране биљке освежиће простор, прочистиће ваздух и смањиће буку ако их ставите поред прозора.

Најбоље је изабрати врсте које неће захтевати велику бригу и које су отпорне на животне услове канцеларијског простора.

Биљне врсте које могу послужити за ову сврху



Бршљан (*Hedera helix* i
Hedera canariensis)



Монстера (*Monstera* sp.)



Слонова нога (*Nolina* sp.)

Змајевац (*Ficus* sp.)



Фикус (*Ficus* sp.)



Заједничко свим овим врстама је да су то лиснате саксијске биљке које воле засенчено место и влажан компост, али не превише влажан. У нашим условима не цветају и поред заливања и прихране не траже већу негу.

Поред ових биљака у хладнијем или тамнијем простору канцеларија добро ће успевати *aspidistra*, док ће у топлијем простору добро успевати филадендрони и палме.



Аспидистра



Палма

Најбоља су места са много светлости (али заштићена од директног сунца), даље од радијатора и клима уређаја, на којима ће успевати готово свака врста. За канцеларијске просторе важно је одабрати биљке које нису осетљиве на могуће померање и промају. У такве просторе обично се постављају лиснате собне биљке (dracaena, уисса) а ређе цветајуће саксијске биљке и нежнији фикуси. Данас су због своје издржљивости посебно популарне sansevierije и poline, а за прекривање зидова највише се користе различите врсте бршљана, који се, уколико су правилно његовани, врло брзо претварају у праве зелене оазе.



Бршљан

Како ће се биљка прилагодити на неки простор умногоме зависи од избора саксије, која може да истакне биљку и да омогући леп развој биљке. Планирањем простора за постављање посуда са биљкама требамо да изаберемо она места која биљкама одговарају, али која омогућују одржавање биљака, односно где можемо да приђемо ради једноставног заливања, прихрањивања и чишћења. Приликом избора собних биљака за неки канцеларијски простор, можемо да се одлучимо за појединачну садњу (обично су то веће биљке, наглашене структуре) или пак на мешовиту садњу – користећи разноврсне биљке у једној саксији. У том случају, осим естетских потреба, требамо да задовољимо и природне захтеве сваке од биљака. Другим речима, заједно се могу садити само оне биљке које имају приближно исте захтеве за температуру, садржај земље, светло и воду.

Собне биљке за чистији ваздух

Собне биљке исправно гајене у кући или канцеларији могу да имају врло позитивно деловање на квалитет животног простора. Оне прочишћавају и обнављају ваздух тако што га чисте од отрова и угљен диоксида који издишемо, и замјењују га кисеоником. Неке су биљке изузетно успешне у процесима прочишћавања ваздуха. Најуспешније при уклањању формалдехида су:

Filadendron - Веома лепа декоративна биљка тропских предела, добро позната и врло раширена собна биљка, која се гаји у саксији. Род Филадендрона садржи тридесетак врста зимзелених тропских биљака са острва Западне Индије и из Централне Америке. Филадендрон се гаји због свог декоративног лишћа. Врло је отпоран, не воли јако светло, па зато може да успева и на нешто тамнијем, али не и на сасвим мрачном месту.

За време раста треба га обилно заливати тако да му је земља стално влажна: зими се нешто мање залива али све то зависи од температуре просторије у којој је смештен. Треба га чешће

прскати чистом устајалом водом и с времена на време опрати лишће од прашине. Доста добро подноси и разлику у температури, тако да врло добро успева при температури од 10 до 25 степени.

Размножава се изданцима тако да свака резница мора да има бар по један пупољак који се укопа косо у песак, песковити тресет или у земљу на дубину један центиметар испод површине, где брзо пушта жилице и надземне изданке.



Филадендрон



Клорофитум

Kloroftum – Пореклом је из Јужне Африке. Биљка врло погодна за гајење. Идеална као канцеларијска биљка. Расте скоро свуда и веома је декоративна са својим зеленим или зелено – белим листовима. Ствара дуге изданке са малим белим цветовима. На крају изданака стварају се мале лиснате ружице (нова мала биљка). Потребно је редовно заливати и ђубрити а у летњим месецима чешће туширати. Сваке године треба је пресадити. Размножава се тако што се мале ружице које се стварају на дугим изданцима одсеку и посаде у земљу, или оставе у води да пусте корен, па тек онда посаде. Добро подноси сунчана места а исто тако воли и хлад.

Scindapsus – Веома лепа и модерна собна биљка пењачица у сродству је са филадендромом. Пореклом је из источне Индије и Соломонских острва.

Као собне биљке пењачице углавном се узгајају две сорте: Scindapsus pictus var. Argyracus са малим шиљасто-срцастим лишћем и беличасто-сребрним шарам и друга, веома лепа сорта, Scindapsus aureus са нешто већим златно-жутим шарам на лишћу.

Scindapsus треба сместити на добро осветљено место али га треба заштитити од директног сунца. У недовољно осветљеној просторији може да изгуби лепе шаре на лишћу и тада лишће постаје зелено. Поред тога, ако биљка нема довољно светла, растојања међу листовима су већа. Врло добро подноси сув ваздух, али га повремено треба орошавати устајалом водом. Лишће често треба да се брише влажним сунђером. Scindapsus се врло лако гаји, врло брзо расте и не тражи много заливања. Залива се врло опрезно меком водом само онда кад му је горњи слој земље у саксији сув.

Због његовог брзог раста није препоручљиво да се прихрањује, сем ако биљка из било ког разлога није заостала у расту.

Scindapsus не захтева често пресађивање. Пресађује се тек онда кад су жиле сасвим прорасле и почеле да избијају из саксије. Саде се у нешто веће саксије у лаку пропусну и плодну мешовиту земљу.

Код пресађивања на дно саксије треба да се стави доста црепчића или ситног шљунка, јер се тиме осигурава отицање сувишне воде из саксије.

Размножава се врло лако у пролеће резницама. Резнице дугачке 10 до 15 центиметара секу се од вршних изданака и засаде одмах у саксију напуњену мешавином тресета и песка. Саксије са засађеним резницама треба добро залити устајалом водом и сместити их у топлу и светлу просторију. Кад се кроз 3 до 4 недеље ожиле, засадити их појединачно у саксијице са квалитетном саксијском земљом.



Сциндапсус

Три собне биљке – **Апека палма** (*Chrysalidocarpus lutescens*), **Сабљица или Свекрвин језик** (*Sansevieria trifasciata*) и **Бршљан** (*Epipremnum aureum*) – посебно су добре у одржавању собног и канцеларијског ваздуха свежим и чистим. Апека палме обилно производе кисеоник. Свекрвин језик претвара угљен диоксид у кисеоник, посебно ноћу. Бршљан филтрира формалдехид и остале штетне органске састојке из ваздуха. Према истраживањима спроведенима у хотелима и фирмама у чијим су канцеларијама постављене ове биљке, код запослених и гостију пријављено је мање иритације очију, мање респираторних проблема и мање главобоља.

Апека палма – Може да израсте два до три метра, у природи и четири. Не подноси јако сунце на јужном прозору, дакле, боље је место на источном прозору. Температура простора у коме борави не би требала да буде испод 15 степени. Лети тражи обилно заливање. Сваких десет дана потребна је прихрана. Зимом не тражи прихрану и врло мало је треба заливати. Младе палме пресадити сваке две године, а старије три до четири године. Суве листове сећи.

Размножавање: је семеном и изданцима из земље који често израстају.



Апека палма
(*chrysalidocarpus lutescens*)

Сансеверија - Врло је омиљена и честа као собна биљка, посебно у модерним ентеријерима. Листови су загаситозелени са сивим попречним пругама и на врховима су шиљати. Сансеверија има златножуте пруге по крајевима зелених листова.

Саксију са сансеверијом сместите на светло место. Температура просторије не треба да буде нижа од 15 степени

За сађење ове биљке користите тресетни супстрат. Саксија нека буде велика јер ова биљка брзо расте и има јак корен који може да сломи мању саксију.

Лети је редовно заливајте и не дозвољавајте да земља буде сува. Зимом значајно смањите заливање. Ова биљка не тражи превише влаге. Довољно је једном месечно да је прихраните. Сансевијерија се размножава семеном у пролеће или пресађивањем изданака. Пресађивање немојте да вршите све док корен не испуни саксију.



Свекрвин језик
(*Sansevieria trifasciata*)

Бршљан - је вишегодишња дрвенаста зимзелена биљка, врста лијане, која се пење уз дрвеће, камење, зидове и друге различите подлоге, за које се причвршћује накнадно развијеним (адвентивним) коренима, који служе као ослонац. Листови су кожасте, док су млади обрасли длачицама, а касније голи.

Гаји се и као украсна биљка, погодна за покривање зидова, фасада, вењака и сл. Воли влажна и засењена места. Цвета од септембра до новембра. Размножава се резницама и семеном.

Мада је бршљан врло скромна биљка, нарочито онај са зеленим лишћем, ипак му је потребна нега. Захтева засењено светло место, свеж и влажан ваздух, а лети редовно, али не обилно заливање. Понекад му лети треба оросити лишће чистом устајалом водом.

Зими може да буде и у хладнијем простору, где је заштићен од смрзавања, али успева врло добро и у топлој просторији. Треба му лака и плодна земља са мало речног песка.



Бршљан
(*Epipremnum aureum*)

Билке за уклањање бензена

За уклањање бензена најбоље су се показали гербери и хризантеме.

Бензен или бензол је најједноставнији ароматични угљоводоник. То је безбојна течност карактеристичног мириса и мале вискозности. Отрован је и канцероген и у течном и у гасовитом стању

Гербер - је собна биљка која је врло лака за гајење и даје предивне цветове у разним нијансама пастелних боја. Најчешће боје су: жућкаста, наранџаста, бела, розе и црвена.

Гербер је из породице Asteraceae, потиче из Африке, Мадагаскара и из тропских делова Азије. Расте грмолико и то 20-40 центиметара у висину и 30 до 45 центиметара у ширину. Има велике зелене листове, из којих израђају предивни цветове.

Врло је лак за гајење и не тражи велику негу. Воли сунчана и топла места и добро подноси велике врућине преко лета. Треба припазити да се земља никада потпуно не исуши и потребно је стално одржавати влажном али тако да не буде превише влажна.

Редовно га треба прихрањивати и то једном у две недеље, поготово лети када је време цветања. Док преко зиме треба изоставити прихрањивање и смањити заливање водом. Треба додавати само онолико воде колико је потребно да се земља кроз не исуши. Температура ваздуха у просторији у којој се гербер налази зими може да буде хладнија. Најбоље да буде негдје око десет степени.

Размножава се на два начина: деобом корена или сејањем семена. Уколико се размножава деобом корена то треба спровести у пролеће у нове саксије са мешавином песка и тресета. Добро залите нову биљку и оставите на сунчано место.



Гербер

Хризантеме - спадају у породицу главочика – Asteraceae, најважнија врста је *Chrysanthemum indicum*. Основна карактеристика мултифлора хризантема је округла лоптаста форма пречника 45-50 центиметара с мноштвом цветова.

Основни услови за успешно гајење мултифлора хризантема:

- Користити порозну земљу за одвод вишка воде
- Одржавати земљу стално влажном,
- Осигурати биљкама довољно прихране,
- Садити тако да се само прекрије корен и обавезно садити у влажану земљу и
- Никада се не сме дозволити да биљка остане без воде, нарочито у раним фазама.



Хризантеме



О нашим собним пријатељима – биљкама можемо још дуго да пишемо, али смо задовољни ако смо и са овако мало информација пробудили Вашу жељу за улепшавањем кућног и канцеларијског простора.

Осврт на настанак и развој потрошачког покрета у свету

НАШ НОВАЦ - НАША ПРАВА

Светски дан права потрошача је повод да се подсетимо на настанак и развој потрошачког покрета у свету. Први пут је обележен 1983.године, у знак сећања на 15.март 1962.г. када је бивши председник САД Џон Ф. Кенеди америчком Конгресу предложио Декларацију у којој су дефинисана четири права потрошача: Право на безбедност, Право на информисаност, Право на избор и Право да се буде саслушан. Две године касније, 9.априла 1985.г. Генерална скупштина ОУН је, на предлог Потрошачке Интернационале, усвојила осам Основних права потрошача. Кенеријевим правима потрошача, Међународна организација потрошача (ИОЦУ)-претходница Потрошачке Интернационале (ЦИ) и потрошачке групе широм света додале су и избориле се да буду прихваћена од Генералне скупштине УН још четири потрошачка права: Право на задовољавање основних потреба, Право на обештећење, Право на образовање и Право на здраву животну средину. Она су постала основа за дефинисање и јачање националних политика заштите потрошача и законске регулативе о заштити потрошача у свету.

У подсећању на настанак и развој савременог потрошачког покрета у свету истичемо неколико битних чињеница. Прво, борба за заштиту потрошача води се преко 130 година. Доживела је прави успон формирањем Међународне организације потрошача (ИОЦУ), пре педесет-две године. Формирале су је организације потрошача: Сједињених Америчких Држава, Велике Британије, Француске, Белгије, Холандије и Луксембурга. Данас међународни потрошачки покрет окупља око 220 организација из 115 земаља. Друго, речи Џ. Ф. Кенедија, изговорене у америчком Конгресу давне 1962.г. и данас су актуелне. Подсетимо се на њих: "Потрошачи по дефиницији укључују све нас. Они су највећа економска група, која утиче и на коју утиче готово свака јавна и приватна економска одлука. А ипак, они су једина значајнија група...чији се погледи често не чују". Треће, специјални извештај Комисије УН за људска права (М. Гањи), још 1975.године, у свом извештају о заштити потрошача, у првом учешћу УН у разматрању заштите потрошача нагласио је: "Људи мора да знају и примењују своја права као потрошачи, ако желе да добију максималну корист од развојног процеса". Четврто, 2011.година је посебно значајна за развој и афирмацију савременог покрета потрошача у свету. На XIX конгресу, у Хонг Конгу, су дефинисани стратешки правци развоја покрета у областима: финансијских услуга, одрживе потрошње и екологије, права потрошача и корпоративне друштвене одговорности, безбедне хране за све, потрошача у дигиталном свету и развоју потрошачких права данас и сутра.

Потрошачи и светска финансијска, економска и дужничка криза

Светска економска, финансијска и дужничка криза погодила је и погађа потрошаче. Потрошачка Интернационала је 2010.г. поводом Светског дана права потрошача покренула кампању: "Наш новац-наше право". Препоручила је чланицама да: истраже понуду финансијских услуга, применом методе "тајног купца", изврше упоредну анализу финансијских услуга/производа, анкетају потрошаче и организују јавне скупове на ову тему.

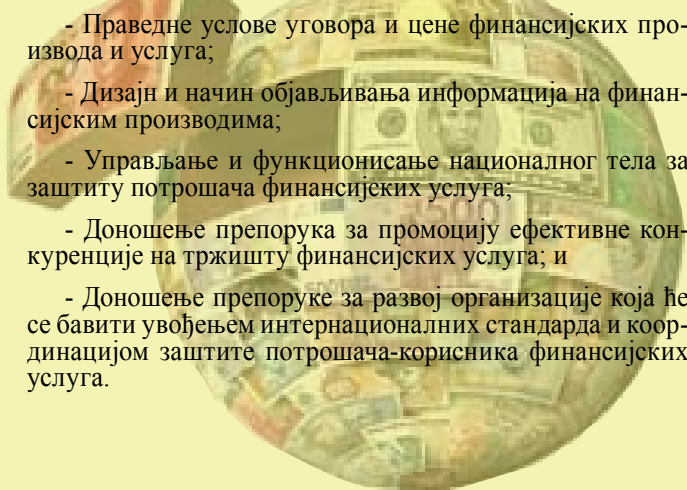
Лидери групе Г20 су, на састанку одржаном 2009.г. подржали иницијативу ЦИ и обећали да ће "штитити

потрошаче, штедише и инвестиције од лоше и увредљиве праксе и да ће промовисати стандард високог квалитета". Овом оценом лидери највећих економија света су лоцирали жариште светске економске, финансијске и дужничке кризе. Налази се у финансијском сектору. Велику могућност за излазак из светске економске, финансијске и дужничке кризе пружа опредељење лидера Г20 да промовишу стандард високог квалитета финансијских производа и услуга, који треба да допринесе успостављању система стабилних, сигурних и фер финансијских услуга, а тиме и заштити економских интереса потрошача и других корисника финансијских производа и услуга. Сада је време да се те речи претворе у дела, јер остваривање овог права корисника није значајно само за потрошаче. Битно је и за стабилност националних и светске економије.

У октобру 2010.г. Потрошачка Интернационала је позвала министре финансија из Г20 да се посвете заштити својих грађана од финансијских услуга које нису у интересу потрошача. Позивом су права и интереси потрошача у области финансија поново постала незаобилазна у тражењу решења за светску финансијску, економску и друштвену кризу. Из потрошачког угла јасно је да се терет изласка из финансијске и дужничке кризе не може преносити на садашње, а још мање будуће генерације потрошача. За то не постоје економски, друштвени и етички разлози. Потрошачи нису креирали кризу и од ње нису имали никакве користи. Напротив! Имали су и имају само штету.

Имајући у виду сложеност финансијских услуга, низак ниво финансијске писмености потрошача, недовољно информисање корисника финансијских услуга пре закључења уговора и потребна стручна знања за разумевање уговора са финансијским организацијама и доношење одлуке о потписивању уговора, уз потпуну свест о последицама које ће настати у времену његовог извршавања, Потрошачка Интернационала је сагледала потребу за формирањем експертске групе за заштиту потрошача - корисника финансијских услуга, које ће обезбедити да потрошачи имају приступ фер и конкурентским финансијским услугама и неопходним знањима и информацијама за правилан избор. Експертска група за финансијску заштиту потрошача треба да лобира да влада и народна банка усвоје минимум стандарда који се односе на:

- Праведне услове уговора и цене финансијских производа и услуга;
- Дизајн и начин објављивања информација на финансијским производима;
- Управљање и функционисање националног тела за заштиту потрошача финансијских услуга;
- Доношење препорука за промоцију ефективне конкуренције на тржишту финансијских услуга; и
- Доношење препоруке за развој организације која ће се бавити увођењем интернационалних стандарда и координацијом заштите потрошача-корисника финансијских услуга.





Поводом обраћања ЦИ министрима финансија Г20, мадам Кристијан Лагард, министарка финансија Француске, у својству председника Г20 министара финансија у 2011.г. на XIX конгресу ЦИ, изнела је своје лично мишљење

да “у току финансијске кризе нисмо уложили пуно времена и памети да помогнемо потрошачима. Повремено кажемо потрошачи су били жртве у многим приликама и у многим случајевима... фер је да се прихвате као део процеса обнове поверења и обнове прописа и уверења да се ситуација неће поновити”.

У образложењу потребе за формирањем експертске група, г-дин Џастин Макмилан, директор кампање у ПИ је нагласио: „Интернационалном сарадњом у области заштите потрошача финансијских услуга могу се остварити значајне уштеде за поједине земље. То се може постићи кроз координацију истраживања, развој стандарда и смерница, применом најбољих пословних пракси и превазилажењем кризе проузроковане трошковима.“

Чланице ЦИ сматрају да је светска економска, финансијска и дужничка криза изузетно важан проблем. Већина организација потрошача у свету је лобирала код својих влада и захтевала да се током дискусија о овом проблему разматра и положај потрошача. ЦИ је контактирала и председника Европског Савета и наставиће да се бори за промене све док у средишту индустрије финансијских услуга не буде задовољење потреба потрошача.

Потрошачка Интернационала и 2012.г. се посвећује побољшању приступа стабилним, сигурним и фер финансијским услугама, не само у контексту глобалне финансијске кризе, већ и због суштинских промена положаја корисника финансијских услуга. Потрошачке организације у свету раде на обезбеђивању поузданих финансијских услуга. Ова област била обавијена велом тајни и митова. Неки су чак кривили потрошаче за светску финансијску кризу. Истицали су њихову несмотреност, претерано задуживање и незнање, као разлог за повећану тражњу кредита. У време економске, финансијске, дужничке и друштвене кризе, поново окривљују потрошаче, али сада због претеране обазривости и недовољне потрошње за неопходан привредни раст, истиче се у анализама бројних организација потрошача. Стварно стање је сасвим другачије. У контакту са представницима финансијског сектора потрошачи се сусрећу са различитим проблемима. Испољавају се кроз: неодговорно кредитирање, уз пренос одговорности искључиво на потрошаче, лоше типске уговоре, увек на штету потрошача, увредљиве оптужбе и необјективне савете потрошачима, у којима се могу препознати и елементи преварних радњи и злоупотреба недовољног потрошачког информисања и образовања.

Супротно тврдњама представника финансијског сектора, наше анализе показују да су потрошачи, осим ретких изузетака, изузетно одговорни, све образованији, информисанији, обазривији, реалнији у проценама, штедљивији, посебно у сиромашнијим земљама, у којим је степен штедње већи од штедње у богатијим земљама. Прошле године организације потрошача у свету су сим-

болично показале жуте картоне својим банкама и међународним финансијским организацијама, тако што су организовале окупљања својих активиста испред банака, или у финансијским центрима. Они су носили жуте картоне, били су обучени у судијске одоре, да би и на тај начин привукли пажњу јавности и указали на неповољан положај потрошача-корисника финансијских производа и услуга. На тај начин су светским и националним финансијским властима указали на недовољну сигурност корисника кредита, недовољну фер конкуренцију на финансијским тржиштима и потребу суштинских промена стања у области финансија.

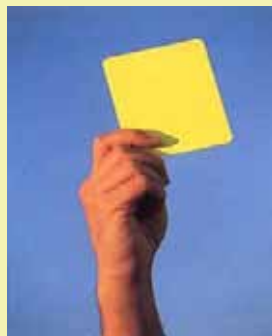
Кампања у Србији

Придружени чланови Потрошачке Интернационале из Србије и друга потрошачка удружења су се укључиле у кампању ЦИ. АПОС је истражио понуду финансијских услуга применом методе “тајног купца”. НОПС је са Удружењем банака и Народном банком Србије организовао расправу о Нацрту закона о заштити корисника финансијских услуга. Покрет за заштиту потрошача је, на основу жалби потрошача и увида у услове штедње и кредитирања, њихову организацију и деловање у Удружењу банака и привредних комора, препознао елементе картелског понашања банака; оне имају сличне понуде својих производа и услуга, камате на кредите су знатно веће од камата у развијеним земљама и матичним земљама иностраних банака у Србији, калкулације су им сличне, укључују скоро исте елементе, приближно истог интензитета: маржу, референтну каматну стопу, трошак извора, ризике земље, ризике ликвидности, обавезне резерве НБС, ризик пласираних средстава исказан кроз ненаплаћена потраживања и др. Не оспорава се потреба уважавања ових елемената, али је питање њихове реалности, због прецењености утицаја немерљивих утицајних фактора. Виде се у пословним резултатима банака. Посебно су прецењени ризици пословања банака у Србији. Они су извор високих профита, на штету потрошача-корисника њихових производа и услуга, слабијих резултата пословања привреде, споријег изласка из кризе...

У Београду, поводом Светског дана права, организована су четири скупа. АПОС је организовао конференцију за новинаре у Медија центру. Представио је резултате пројекта: “Наш новац-наше право”. НОПС је, са Удружењем банака и Народном банком Србије, организовао расправу о Нацрту закона о заштити потрошача. Министарство трговине и услуга је, са Привредном комором Србије и Републичком агенцијом за медијацију, представило модел вансудског решавања потрошачких спорова, укључујући и медијацију. Покрет је представио резултате кампања које је водио у протеклом периоду, резултате истраживања рекламирања нездраве хране деци и приоритетне активности у наредном периоду. Изразио је забринутост потрошача због неповољног положаја у коришћењу финансијских производа и услуга. Захтевао је приступ безбедном, фер конкурентном тржишту финансијских услуга



Подржао је кампању ЦИ: "Покажимо жути картон банкама и другим финансијским организацијама". Символично га је показао пословним и Народној банци Србије, Удружењу банака и другим формама њиховог пословног организовања. Разлози су били у недовољном уважавању права и интереса потрошача-корисника финансијских услуга. Тражили смо да Влада, банке и надлежне међународне институције потрошачима у Србији обезбеде сигуран приступ финансијским услугама и фер конкуренцију на тржишту финансијског капитала. Позвали смо медије да сликом и речју грађанима Србије приближе атмосферу обележавања дана права потрошача у свету, у време све оштрије финансијске и дужничке кризе. Први пут се десило да средства информисања, колико нам је познато, нису забележила одржавање овог скупа и пренела нашу поруку. Закључили смо да је утицај финансијског сектора на медије велики.



Кампања у 2012.години



Светски дан права потрошача у 2012.г. поново се обележава у знаку теме: "Наш новац-наша права". Глобални потрошачки покрет је уједињен у захтеву за прави избор за потрошаче. Могућност избора је темељно потрошачко право. У средишту пажње су услови за остваривање овог права. Закон о заштити корисника финансијских услуга повећао је могућности за остваривање право избора. Право

на одустајање од уговора и право на ранију отплату кредита повећавају могућности избора. Умањује га право банке да уступи своја потраживања од корисника другој банци.

Приступ стабилним, сигурним и фер финансијским услугама је веома важан за потрошаче. Потрошачи широм света су имали и имају неповољан положај у коришћењу финансијских услуга. Недостатак ефикасне тржишне конкуренције отежава и онемогућава избор другог даваоца финансијских услуга. У Србији послују 33 пословне банке. Посматрано кроз број банака, могло би се закључити да их је довољно за потпунију конкуренцију. Ако се анализира мрежа њихове распрострањености на територији Републике Србије, власничка структура, организованост у Пословном удружењу и привредним коморама, види се да корисници финансијских услуга још немају приступ стабилним, сигурним и фер финансијским услугама и да нема довољно ефикасне тржишне конкуренције.

Приказ Закона о заштити корисника финансијских услуга



У Србији је у 2011.г. донет Закон о заштити корисника финансијских услуга. У складу са Законом, донете су и две одлуке: Одлука о начину поступања банке и даваоца лизинга по приговору корисника финансијских услуга и начину

поступања Народне банке Србије по обавештењу тих корисника и Одлука о условима и начину обрачуна ефективне каматне стопе и изгледу и садржини образаца који се уручују кориснику. Законом је дефинисано да се на питања која нису уређена овим законом примењују одредбе прописа којима се уређује заштита потрошача, пословање банака, давалаца лизинга, односно платни промет у динарима и страним средствима плаћања, као и одредбе закона којим се уређују облигациони односи. Законом и подзаконским актима дефинисан је правни оквир којим се лакше остварују и потпуније штите права и интереса потрошача-корисника финансијских услуга. У Закону и подзаконским актима препознали смо елементе препоручених стандарда ЦИ: праведне услове уговора и цене финансијских производа и услуга и дизајн и начин објављивања информација на финансијским производима.

Закону недостају одредбе које се односе на препоруке за: формирање, управљање и функционисање националног тела за заштиту потрошача финансијских услуга, развој организације која ће се бавити увођењем интернационалних стандарда и координацијом са заштитом потрошача финансијских услуга и промоцију ефективне конкуренције на тржишту финансијских услуга. Доношењем Закона и подзаконских аката која га прате, учињен је велики напредак. Успоставља се и развија савремен систем заштите потрошача у Србији у области заштите корисника финансијских услуга и успоставља потпунији систем који прати развој заштите потрошача у свету. У функцији потпунијег информисања потрошача, даје се приказ Закона и подзаконских аката.

Основна начела Закона

У Закону о заштити корисника финансијских услуга утврђена су основна начела заштите корисника финансијских услуга:

- Право на равноправан однос с даваоцем финансијске услуге;
- Право на заштиту од дискриминације;
- Право на информисање;
- Право на одређеност или одређивост уговорне обавезе; и
- Право на заштиту права и интереса.

Основна начела заштите корисника финансијских услуга су добар оквир за потпунију заштиту права и интереса корисника финансијских услуга.

Закон обавезује даваоце финансијских услуга да финансијске услуге оглашавају на јасан и разумљив начин и да информације не могу стварати погрешну представу о условима под којима корисник користи ове услуге. Закон обезбеђује потпунију примену права потрошача на информисање, као предуслов за остваривање права на избор.

У разради начела одредивости, прописано је да уговорна обавеза мора бити одређена, односно одредива. Новчана уговорна обавеза је одредива, ако зависи од уговорених променљивих елемената, односно променљивих и фиксних, с тим што су променљиви елементи они који се званично објављују (референтна каматна стопа, индекс потрошачких цена и др.). За дискусију су променљиви елементи које дефинише давалац финансијских услуга, који



су недовољно познати кориснику у моменту закључења уговора. Начин одређивања променљивих елемената уговорне обавезе заслужује већу пажњу и ближе дефинисање њиховог интензитета. Потребно је у припремама допуна и измена Закона, у складу са међународним препорукама и стандардима, припремити предлоге и организовати јавну расправу у којој ће учествовати банке, надлежни државни органи и представници корисника финансијских услуга.

Новчана уговорна обавеза је временски одредива, јер се из уговорених елемената може утврдити када доспева. Закон обавезује даваоца финансијских услуга да обезбеди примену добрих пословних обичаја, добру пословну праксу и фер однос према кориснику, као и усклађеност ових услова са прописима.

Право на одустајање

Потрошач-корисник финансијских услуга има право да одустане од закљученог уговора о: кредиту, лизингу и финансијској погодби, дозвољеном прекорачењу рачуна, издавању и коришћењу кредитне картице, у року од 14 дана од дана закључења уговора, без навођења разлога за одустанак. Код уговора о кредиту који је обезбеђен хипотеком, као и код уговора чији је предмет куповина, односно финансирање куповине непокретности, корисник може одустати од уговора под условом да није почео да користи кредит, односно финансирање.

Корисник је дужан да пре истека рока за одустајање од закљученог уговора, о својој намери да одустане од уговора, обавести банку, даваоца лизинга, односно трговца. Обавештење се доставља у писаној форми или на другом трајном носачу података.

Корисник који одустане од уговора о: кредиту, дозвољеном прекорачењу рачуна, издавању и коришћењу

кредитне картице дужан је да одмах, а најкасније у року од 30 дана од дана слања обавештења, врати банци главницу и камату из основног посла за време коришћења кредита.

Право на одустајање од уговора представља битну новину којом се омогућава кориснику финансијских услуга да, да и уз стручну помоћ преиспита одлуку о коришћењу финансијске услуге и своју способност да уредно извршава уговорне обавезе. Овом законском одредбом штите се економски интереси потрошача и подстиче потпунија фер конкуренција финансијских организација. Корисници у законском року за одустајање од уговора могу прикупити и анализирати понуде других финансијских организација, ако то нису учинили пре закључења уговора. То је у интересу и финансијских организација, јер се смањује ризик у њиховом пословњу и обезбеђује већа фер конкуренција.

Информисање корисника финансијских услуга

Корисник има право да од даваоца финансијске услуге, без накнаде, добије у писменој форми, или на другом трајном носачу података информације, податке и инструкције које су у вези с његовим уговором.

Услови за запослене на пословима продаје финансијских услуга

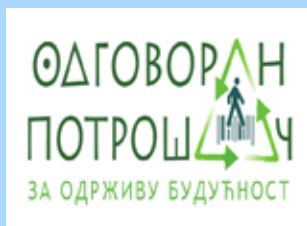
Запослени на пословима продаје финансијских услуга или пружању савета корисницима мора да поседују одговарајуће квалификације, знање и искуство, професионалне и личне квалитете, да поступају у складу с добрим пословним обичајима и пословном етиком, да поштују личност и интегритет корисника, као и да кориснике потпуно и тачно информишу о условима коришћења услуга које нуде.

Давалац финансијских услуга је дужан да обезбеди примену добрих пословних обичаја, добру пословну праксу и фер однос према кориснику, као и усклађеност датих услова с прописима. Ово су добра решења којим се обезбеђује висок степен заштите права и интереса корисника финансијских услуга.



АПОС започиње пројекат:

„ОДГОВОРАН ПОТРОШАЧ - ЗА ОДРЖИВУ БУДУЋНОСТ“



Асоцијација потрошача Србије - АПОС је једна од 15 невладиних организација која је потписала уговор о додели средстава за спровођење пројекта у оквиру програма подршке „Унапређивање грађанског друштва у Србији“

који спроводи Амбасада Краљевине Норвешке у Србији. Пројекат „Future sustainability is consumer's responsibility“ подржан је са 100 775 еура. Амбасада Краљевине Норвешке је за овај програм у првој години издвојила је 2,7 милиона евра. Ове године пријавило се готово 80 организација из целе земље.

Циљ пројекта АПОС-а је допринос укупном подизању свести о потреби заштите животне средине, са посебним акцентом на значај активне улоге потрошача како на тржишту тако и кроз државне институције. Пројектне активности допринеће мотивисању потрошача да се лично ангажују, едукацији релевантних стејкхолдера о потреби учешћа потрошача у доношењу закона и спровођењу политике заштите околине.

Предвиђено је да у пројекту „Одговоран потрошач - за одрживу будућност“ узму учешће и буду обухваћени сви релевантни актери из ове области и експерти за праћење и преношење европске добре праксе у Србију као и деловање на институције од локалне до републичке власти. Главне активности на пројекту, поред едукације потрошача усмерене су и на дијалог и сарадњу са произвођачима и трговцима у области екологије, како би потрошачи у Србији имали еколошки избор, доступност информацијама и друштвено одговорне компаније на тржишту.



Поред локалних организација АПОС-а у Шапцу, Бору, Пожаревцу, Вршцу и Новом Саду партнери у пројекту су и Центар за заштиту потрошача - Форум из Ниша, док су медијски сарадници Радио телевизија Војводине.

„Одговоран потрошач“ на РТВ Војводина

Од почетка марта, једном седмично, на јавном сервису РТВ Војводина у оквиру емисије Потрошачки Репортер емитоваће се рубрика о заштити животне средине „Одговоран потрошач“. Поред актуелности из области заштите потрошача у Србији и ЕУ, биће емитовани едукативни спотови и кампање на тему енергетске ефикасности и потрошача,

информацијама о значају истраживања предвиђења пројектом, ка и буђења еколошке свести потрошача и произвођача. „Одговоран потрошач“ биће емитован и на регионалним и локалним телевизијама у Србији.

Нова рубрика у Потрошачком репортеру

У циљу едукације и информисања потрошача у Србији АПОС ће током трајања пројекта у свом „Потрошачком репортеру“ имати посебну рубрику под називом „Зелени репортер“. У наредних годину дана у њему ће бити објављени резултати и „Еко-истраживања“, корисних савета, активности других организација који се баве заштитом човекове околине, као и многи резултати тестирања квалитета производа који потрошачима поред основне користи омогућују да штите животну средину. У првом „Зеленом репортеру“ представимо вам активности које АПОС предвиђа пројектом „Одговоран потрошач - за одрживу будућност“



Интернет портал: „Потрошач у заштити животне средине“

Намењен је информисању потрошача о заштити животне средине и подизању свести о енергетској ефикасности. Менији на сајту биће подељени на различите еколошке теме међу којима ће се наћи и предлози потрошача са конструктивним идејама како побољшати услове за очување животне средине и одрживог развоја, што ће овој подсекцији дати интерактивну функцију. Портал ће омогућити стално праћење о доношењу и спровођењу закона у Србији, преноса добре праксе из ЕУ и постављати редовне информације о субвенционисањима и кредитима за подстицај енергетске ефикасности и очување животне средине, како за домаћинства и потрошаче тако и за произвођаче. Портал ће садржати и информације представљене на интересантан и креативан начин за најмлађе потрошаче. Овај портал биће ажуриран током трајања пројекта али и остаће одржив након завршетка пројектних активности.

ЕКО истраживања

У оквиру пројекта „Одговоран потрошач - за одрживу будућност“ АПОС предвиђа еколошка истраживања о утицају реклама на еколошко понашање потрошача и истраживање у вези одговорности великих компанија да утичу на потрошачки „зелени избор“, све у циљу да се подигне ниво одговорности компанија према окружењу и да укључи у своје пословању неке еколошке компоненте (нпр. укључивање еколошких компоненти у рекламама за производе). Такође предвиђено је и једно свеобухватно истраживање утицаја различитих фактора на стварање потрошачких навика, затим истраживање ограничења у информисању потрошача, о утицају фактора на животну средину који имају утицај на њихов избор на тржишту. Поред ових централних истраживања, пројектни тим ће водити мала истраживања у вези са потрошачком свести о енергетској ефикасности и подстицајима из Владе Србије (преко кредитних олакшица и пореске политике).

Активности ка центрима одлучивања

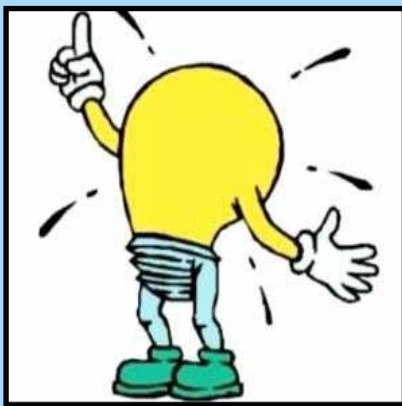
Имајући у виду да је представник АПОС-а члан Републичке комисије за доделу Еко знака, члан Управног одбора Института за стандардизацију Србије и члан Комисије за доношење стандарда у области заштите потрошача у истом Институту. АПОС је у позицији да лобира за позитивна решења која уводе добру еколошку праксу у Србију. По завршетку прве године пројекта, АПОС ће захтевати од локалних самоуправа и политичара јавно обећање. Поред лобирања код власти, дугорочно, пројекат предвиђа дијалог и сарадњу са произвођачима и трговцима у области екологије, како би потрошачи у Србији имали еколошки избор, доступност информацијама и друштвено одговорне компаније на тржишту.



Пројекат „Одговоран потрошач - за одрживу будућност“ / Future sustainability us consumer's responsibility“ финансира Амбасада Краљевине Норвешке у оквиру програма „Унапређивање грађанског друштва у Србији“

Статус енергетски заштићеног купца:

ПОТРОШАЧИ СТРПИТЕ СЕ?!



Статус “енергетски заштићеног купца” ове зиме потрошачи нису дочекали. Хладни зимски дани показују да је то требало да буде један од приоритета. Рад на доношењу подзаконског акта, према Закону о енергетици, за утврђивање критеријума који омогућавају стицање статуса енергетски заштићеног купца, требало би да је увелико у току, како би се у првој половини ове године овај акт заиста донео. Влада ближе прописује критеријуме, начин заштите, услове, рокове, као и поступак за утврђивање статуса енергетски заштићеног купца.

Обзиром на то, да овај статус може стећи домаћинство чији члан остварује права из социјалне заштите, као и домаћинство чији члан услед болести, инвалидности или физичке неспособости може бити животно или здравствено угрожен обустављањем испоруке електричне енергије или гаса, те да онда има право на испоруку одређених количина електричне енергије или природног гаса и обуставу испоруке под посебним условима, то повлачи дугорочно

прописивање извора и начина обезбеђивања средстава за испоруку под посебни условима, као и вођења евиденције енергетски заштићеног купца.

Ефикасности у раду, доносиоцима подзаконског акта, умногоме би помогло постојање “социјалних карти”. Србија нема „социјалне карте“, а корак ка стварању био је недавно одржан попис становништа.

Како би се изнедрио квалитетан и примењив подзаконски акт, неопходна је међуресурска сарадња надлежних министарстава (министарства надлежног за енергетику, министарства надлежног за социјална питања и министарства надлежног за заштиту потрошача). Тесно су повезани појмови “енергетски заштићеног купца” и “угроженог потрошача”.

Како би се формулисали и примењивали одређени стандарди који би омогућили системско функционисање тржишта, АПОС ће својим активностима подсећати државне органе на испуњење њихових законских обавеза, а произвођаче и трговце на примену свих тих законских одредаби.

А током трајања испуњења свих тих законских обавеза, сваки сегмент деловања може повољно или неповољно утицати на животну средину која нас окружује. У процесу заштите животне околине потрошачи имају значајну улогу, јер својим понашањем и правом на избор, врше одабир и селекцију осталих учесника на тржишту Србије.



СУД НАЛОЖИО ДА „NUTELLA“ ПРОМЕНИ ДЕКЛАРАЦИЈУ



Виши регионални суд у Франкфурту недавно је изрекао опомену произвођачу „Nutella“ произвођача Ferrero са налогом да промени поруку на етикети, или ће у супротном морати да плати казну од 250 000 евра. Суд је утврдио да Нутелин производ на својој рекламној етикети садржи обмањујуће и полу

истините информације о нивоу потребне количине витамина и минерала. Читајући декларацију потрошач стиче утисак да Nutella задовољава 30 до 78% од дневне потребе уноса витамина, међутим тај ниво односи само уколико поједемо 100 грама тог производа. Проблем настаје што Нутела у само 15 грама садржи чак 7% масти и 9% шећера. Асоцијација немачких потрошачких организација (BZBZ), која је и поднела жалбу суду, указала је да потрошач најчешће гледа проценте нутритивног састава, односно ниво масти, шећера, витамина и минерала, притом занемарујући на коју се грамажу ти проценти односе. Због тога произвођач не може да се правда да је пружио само „тачне информације“, већ оне морају бити и лако разумљиве и недвосмислене.

NUTRITION INFORMATION	
Energy	2100 kJ / 500 kcal
Protein	10.0 g
Carbohydrate	55.0 g
of which sugars	45.0 g
Fat	10.0 g
of which saturates	2.0 g
Fibre	0.0 g
Salt	0.0 g

Извор: Звеза Потрошников Словеније

Шта каже „Нутритивни семафор“ за потрошаче?



Више пута смо указивали на користан портал наших колега из Звеза потрошников Словеније „Веш кај јеш“ (прев. знаш ли шта једеш) који потрошачима помаже да сами на основу уноса нутритивних вредности добију информације о здравственим карактеристикама производа. На основу уноса вредности из декларације Nutella производа на сајту вескајес.си

дошли смо до закључка да је детету потребно да поједе 450г овог намаза да би задовољило дневне потребе витамина и минерала, али би истовремено унело 31г масти и 55г шећера што одговара одраслој особи тежине 60 кг Портал „Веш кај јеш“ (veskajjes.si), иако не знате словеначки, лак је за руковање. Уносом нутритивних вредности са декларације производа масти, шећера, киселине и сл укључују вам се лампице по систему семафора: Зелено је безбедно, жута – средње, док црвена означава превисок ниво.



„Chupa-Chups“ лизалице прозване у В. Британији

Британска организација „The Children's Food Campaign“ је поред „Nutella“ уврстила и етикету „Chupa-Chups“ лизалице, произвођача Prefetti Van Melle као полуистините и обмањујуће. Овај случај је пријављен и надлежном британском институту за стандардизацију рекламе (Advertising Standards Authority). На „Chupa-Chups“ реклами, етикети и видео споту се тврди да је лизалица направљена искључиво од воћног сока, међутим њега чини удео од 3%, док је остатак чини шећер који је занемарен у рекламној поруци.

И наш закон забрањује овакво пословање

Закон о заштити потрошача у Србији регулише овакве видове пословања трговаца, односно произвођача у деловима који дефинишу видове обмањујућег пословања (члан 21) и пропуштање којим се обмањују потрошачи (члан 22), ка и облици пословања који се сматрају обмањујућим пословањем (члан 23). У ставовима ових чланова закона јасно су дефинисани видови који се могу сматрати непоштеним послова



РАЗЛИКУЈМО ДЕЗОДОРАНС ОД АНТИПЕРСПИРАНТА



Антиперспиранте потрошачи често поистовећују са дезодорансима, али они делују потпуно другачије. Док се дезодоранси супростављају непријатним мирисима зноја, антиперспиранти спречавају само знојење. Погрешан начин коришћења ових производа може негативно да утиче на ваше здравље. Зато је важно да знате ове чињенице.

Антиперспирант

Антиперспиранти не треба да се користе за свакодневну употребу. Антиперспиранти делују локално, на само један мањи део тела испод пазуха, само на том месту онемогућава знојење. Услед његовог дејства може да дође до различитих промена на кожи. Дакле треба их примењивати у кратком временски ограниченом периоду, на пруголико путујете и знате да 24 часа не можете да се истуширате. У тако кратком временском периоду не може ништа да се догоди.

Дезодоранс

Треба читати садржај, да ли сте на нешто алергични или нешто из садржаја може да вам изазове промене на кожи. Да не би долазило до исушивања коже испод пазуха, користите оне који у себи немају алкохола. Произвођач је дужан да све то напише, а потрошач је у обавези да се мало сам едукује и наравно чита шта пише на производу, јер није битно да само лепо мирише. Дезодоранс одржава свежину и може на неко време да одложи непријатн мирис, али за најбоље одржавање хигијене препорука је редовно прање водом.

КО КОМЕ ПЕЧЕ ПИТУ



Пита која је морала да се пошаље званичном сервисеру „Bosh“ привукла је велику пажњу јавности, а многе је и насмејала (www.igorconic.com). Новосађанка Бранка Б. морала је, након притужбе да је шпорет који је платила око 65.000 динара неисправан, да испече питу коју је сервисер фотографисао и слике послао представништву „Bosha“ у Београду. Ипак, од поправке није било ништа јер јој је из Београда поручено да је шпорет исправан, али да пита коју је пекла није доволно науљена. Оно што је „оку јавности промакло је да је шпорет купљен 2010. године и да се у том случају примењује стари закон о ЗЗП. Међутим, то никако не искључује неке обавезе како трговца тако и потрошача.

Према званичном ставу надлежног Министарства, датом још на почетку 2011. године, уколико је роба купљена у периоду до почетка примене новог Закона о заштити потрошача (ЗЗП), односно до 1. јануара 2011. године при настанку проблема, примењују се одредбе старог ЗЗП.

Обавеза чувања радног налога

По старом Закону, потрошачи треба да се обрате овлашћеном сервису који је наведен у гаранцији, а не трговцу код кога је купљена техничка роба. Овлашћени сервисер излази на терен, прегледа робу, а све што установи саопштава потрошачу и записује на радном налогу. Један примерак радног налога се предаје потрошачу, други остаје сервисеру, а трећи трговцу. Ако је у наведеном случају, по првом изласку на терен сервис установи одређено стање, поступио по процедури, онда засигурно доказ постоји у архиви, у записнику који садржи примерак радног налога. Овлашћени сервис треба да чува у својој архиви радне налоге потпуно и прецизно испуњене, како би се испратио ток поступања са робом за коју је изјављивана рекламација. Опис већ једном стручно прегледаног уређаја, даје инструкције за даље решавање насталог проблема.

Потрошач има права на све информације

Према новом ЗЗП, трговац је дужан да потрошача, на јасан и разумљив начин, обавести о основним обележјима робе или услуге, пре закључења уговора о продаји робе или пружању услуга. Трговац има обавезу да објасни потрошачу како и на који начин се технички уређај користи, да потрошачу покаже упутство о коришћењу, које иде уз уређај и које мора бити и на српском језику. Никако да накнадно нуди упутства и „обуку“ потрошача од стране стручног лица уз додатну наплату.

Дужности потрошача

А потрошачи, независно од датума куповине робе, па самим тим и примене закона, треба савесно и стрпљиво да купују робу. Новац који улажу је тешко зарађен, те је потпуно неозбиљно дати га брзоплето. Обавеза је и потрошача да послуша савете трговца, прочита упутство о коришћењу, те уколико има нека питања, постави их на лицу места. Такође, обавеза је потрошача да пита трговца за сваку ознаку и обележје на прекидачима шпорета, јер у супротном може доћи у ситуацију да неправилно користи купљени шпорет или да никада не искористи све могуће функције које пружа баш тај модел шпорета.

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

РЕГИОН ЈУЖНА И ИСТОЧНА СРБИЈА – Ниш

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

РЕГИОН Град БЕОГРАД — Београд

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



РЕГИОН ЗАПАДНА СРБИЈА И ШУМАДИЈА – Јагодина

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

РЕГИОН ВОЈВОДИНА – Нови Сад

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

Издање:



Издавач:

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

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

Уреднички колегијум:

Мр. Јован Јовановић
Богомил Николов

Милић Мића Марковић

Секретар:

Јелена Ђорђевић, дипл.правник

CIP - Каталогизација у публикацији

Народна библиотека Србије, Београд
659

АКТИВНИ потрошачи / главни и одговорни
уредник Властимир Спасић. - 2012, бр. 11- .

- Ниш : Центар за заштиту потрошача „Форум“, 2010-. - 28 cm
ISSN 2217-3811 Активни потрошачи
COBISS.SR-ID 179280652



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