



SMS - servis za potrošače REKLAMA, BIZNIS, ILI..?

Pod ovim naslovom osvanula je 15. mart, na Svetski dan potrošača, reklama (oglasna poruka) u listru NOVOSTI. U ovoj reklamiraju potrošačima se, pored ostalog, nudi mogućnost da se prijave, daju lične podatke i za 10 dinara po prijavi i 10 po odjavi besplatno dobijaju informacije iz oblasti zaštite potrošača. A punuda bogata, citiram: 'Saznajte sve o ispravnosti i rezultatima testiranja proizvoda, opasnim aditivima, cenama i izveštajima inspekcijских organa. Informišite se o kvalitetu usluga, ovlašćenim i neovlašćenim zastupnicima poznatih brendova, bezbednim proizvodima i uslugama za decu.'

Potrošač Srbije našao se u čudu. Kako je, odjednom, postao tako važan i ko to misli na njega nudeći mu ovoliko informacija za male pare. S pravom smo se zapitali ko to uopšte u Srbiji ima kapacitete i može da nudi tako veliki broj raznovrsnih informacija i to još putem SMS poruka. Iz čitanja i gledanja ove reklame nije se moglo sa sigurnošću zaključiti ko je vlasnik i ko to nudi potrošačima ovoliko 'robu' (informacije)

Dobri poslovni običaji i profesionalna etika nalažu, a Zakon o oglašavanju precizira, da se može nuditi (reklamirati) samo svoja roba, ili tuđa uz adekvatna dokumenta (ugovore i odobrenja). Bili smo ne malo iznenađeni kada smo u skladu sa Zakonom o oglašavanju od Kompanije Novosti zatražili i dobili deklaraciju (koju su obavezni da popune oni koji reklamiraju svoju robu) iz koje se jasno vidi da je jedini oglašivač mt:s - Telekom Srbije. Verovali smo da je greška i da ćemo, u skladu sa odredbama Zakona o oglašavanju, od Telekom Srbije lako i brzo dobiti kompletnu dokumentaciju koja ih kvalifikuje da su registrovani, ili ovlašćeni od strane vlasnika informacija koje se nude, za obavljanje delatnosti u okviru koje je predmet oglašavanja.

Nažalost, Telekom Srbije u zakonskom roku nije dostavio traženu dokumentaciju, čime je načinio prekršaj iz čl. 108 tačka 62) Zakona o oglašavanju, te je APOS bio prinuđen da podnese prijavu nadležnoj tržišnoj inspekciji. U prijavi je zatražena maksimalna novčana kazna za pravno lice i odgovorno lice u Telekomu i izricanje zaštitne mere, donošenje rešenja kojim će inspekcija zabraniti mt:s Telekom Srbija dalje oglašavanje i vršenje svih drugih aktivnosti koje su započete na osnovu ove oglasne poruke.

Ova mera je zatražena zbog mogućih štetnih posledica za potrošače i ostale učesnike na tržištu. A evo nekoliko primera mogućih štetnih posledica:

1. Mlada majka pokušava iz prodavnice da sazna i proveri koji je aditiv na kesici bombona koju hoće da kupi svom detetu (koje ima problema sa alergijom) 'opasan'. Ko sa druge strane daje ovu informaciju, na koji način, i šta ako pogreši.

2. Dva maloletna lica u školi žele da provere ko od njih dvojice ima brendiranu majicu, patike, farmerke. Čiji podaci se šalju SMS porukom?

3. Ko sa druge strane kaže da su sir, kisela voda, suhomesnati proizvodi, sok

koje kupujete, testirani bezbedni i ispravni? Kako i od koga trgovci i proizvođači ovih proizvoda da nadoknade štetu ako informacije nisu tačne?

Ko se na ovaj način poigrava sa potrošačima i ugledom njihovih nezavisnih organizacija? Ko je ostvario korist i dobit i da li su i koliko potrošači oštećeni?

Nadamo se da će inspekcija blagovremeno reagovati i da ćemo na ova i druga pitanja dobiti adekvatne odgovore, i da potrošači i njihove organizacije neće biti prinuđeni da pravdu i odštetu traže pokretanjem tužbe kod nadležnog suda.

E.P.

Izborite se za svoja prava!
SMS servis za potrošače.

Imate pravo na ispravno i zdravo.
Fovodom 15. marta, Svetskog dana zaštite potrošača, Nacionalna Organizacija Potrošača Srbije (NOPS) i mt:s pokreću SMS servis za potrošače.

Prijavite se i besplatno ćete dobiti informacije iz oblasti zaštite potrošača. Saznaćete sve o ispravnosti i rezultatima testiranja proizvoda (opasnim, aditivima), cenama i izveštajima inspekcijских organa. Informišite se o kvalitetu usluga, ovlašćenim i neovlašćenim zastupnicima poznatih brendova, bezbednim proizvodima i uslugama za decu. Budite u toku sa akcijama NOPS-a, zdravstvenim, bankarskim i ostalim uslugama na našem tržištu.

Prijavite se, pošaljite SMS na broj 7744.
Tekst poruke: **PROJAVI IME I PREZIME GODINA ROĐENJA MESTO STANOVANJA**
NPOB: [ime i prezime]
NPOB: [ime i prezime]
Cena SMS prijave je 10 dinara bez PDV-a. Sve info poruke dobijene preko ovog servisa biće besplatne. Odjava sa servisa se vrši slanjem SMS poruke na BROJ 7744, po istoj ceni.
Tekst poruke: **ODJAVA**
Uskoro!
Servisi su pripremljeni:
• Zahtebe i sugestije, žalbe potrošača na kvalitet proizvoda i usluga, predlozi, sugestije i pitanja NOPS-a.
• E-Brojevi. Saznaćete koje aditive (skrivene iza E brojeva na etiketi) sadrže prehrambeni proizvodi.
• Potrošačka korpа. Usporedne cene proizvoda kod različitih trgovinskih lanaca. Potrošački barometar - pomoć pri kupovini.
• Call Centar i Govorni automati. Pozovite, pitajte. Žalite se, prijavite poveru vašeg potrošačkog prava.

mt:s NACIONALNI PROGRAM ZAŠTITE POTROŠAČA www.nops.org.yu
NACIONALNI PROJEKAT INTERAKTIVNE KOMUNIKACIJE SA POTROŠAČIMA www.consumer.org.yu

Objavljujemo delove pisma koje su kolege iz Niša uputile Vladi Srbije



Sprečiti monopolističko ponašanje javnih preduzeća

Centar za zaštitu potrošača FORUM je u više navrata ukazivao na ne poštovanje Zakona o cenama od strane javnih preduzeća. Protivimo se uvođenju tarifnih sistema, jer se na taj način prikriva stvarna cena proizvoda. Posebno smo protiv uvođenja tarifnog sistema za prodaju prirodnog gasa, jer se radi o robi koja ima svoju cenu, po kojoj će je kupovati potrošači i plaćati samo onoliko koliko stvarno potroše.

Zbog svega navedenog tražimo da se ne dozvoli uvođenje tarifnog sistema u prodaji prirodnog gasa.

Što se tiče električne energije, koja se prodaje po tarifnom sistemu, gotovo je nemoguće utvrditi njenu stvarnu cenu. Kada smo pre dve godine pitali tadašnjeg direktora Niške elektrodistribucije da nam kaže kolika je proizvodjačka cena jednog kilovata električne energije i šta sve ulazi u cenu isporučene električne energije, dobili smo odgovor da on ne raspolaže tim podatkom. Ako to ne zna direktor elektrodistribucije, kako će onda da zna običan građanin-potrošač, kada za obračun utroška električne energije postoje tri tarifna stava (zeleni, plavi i crveni) i u okviru svakog stava postoje po tri tarife.

Na osnovu člana 38. stav 2. Zakona o zaštiti potrošača, Centar za zaštitu potrošača FORUM traži od Vlade Republike Srbije, kao osnivača, da naloži Javnim preduzećima Srbija Gas i Elektrodistribuciji da upoznaju potrošače sa metodologijom obrazovanja svojih cena.

Takodje tražimo da se ne dozvoli povećanje cena električne energije, jer je prema rečima Guvernera Narodne Banke Srbije, zbog jačanja dinara samo u poslednjih šest meseci cena električne energije povećana za 10%.

m.sci. Jovan Jovanović, dipl. ing.

forumnis@medianis.net

Одговор министра Димитријевића АПОС-у

И ДАЉЕ БЕЗ ПРАВИХ ОДГОВОРА

Из Министарства трговине туризма и услуга стигао је допис (са пратећом документацијом о исплатима) у коме се наводе критеријуми по којима је министар Димитријевић поделио средства за заштиту потрошача у 2006. години. Ево шта, поред осталог, стоји у допису који је потписао министар Димитријевић (текст је дословно пренесен):

1. Да смо вам више пута достављали ове и друге податке, а и овог пута вам шаљемо у прилогу тражене податке о извршеним плаћањима према корисницима, пре свега као помоћ и подршку програмима организација потрошача, према финансијским могућностима Министарства и захтевима међународних организација, као и накнада члановима Савета и члановима радне групе за израду Националног програма за заштиту потрошача за период од 2007. до 2012. године и члановима радне групе за израду Правилника о евиденцији организација потрошача, у складу са Пословником о раду Савета министра за заштиту потрошача и решењима о формирању наведених радних група. Као што је већ наведено у претходном допису ова подршка организацијама потрошача условљена је од Европске агенције за реконструкцију (ЕАР) и других међународних институција за конкурисање за програме и пројекте међународних организација за стручну, материјалну и финансијску помоћ. У ТОМ циљу потписан је Меморандум о разумевању са Европском агенцијом за реконструкцију (ЕАР) као основа за реализовање CARDS програма, а о овоме је дата информација на сајту Министарства. Поред овога услов ЕАР је јачање капацитета организација потрошача и јачање капацитета посебно Одељења за заштиту потрошача, као и доношење Националног програма за заштиту потрошача за период од 2007. до 2012. године („Службени гласник РС”, бр. 11/2007 од 30.01.2007). Као што смо и у претходном допису истакли Министарство је опредељено за вођење активне политике заштите потрошача у складу са политиком и стандардима ЕУ у овој области. Министарство је отворено за партнерску сарадњу са свим институцијама које се баве заштитом потрошача, пре свега са организацијама потрошача на остваривању потпуне заштите права и интереса потрошача. Међутим, АПОС не гради партнерске односе са Министарством и другим институцијама који се баве заштитом потрошача, а све на штету права и интереса потрошача. Министарство ће истрајати на поштовању принципа међународних организација потрошача, пре свега ВЕУС и С1, да организације потрошача и њихове асоцијације искључиво раде у интересу потрошача, као и да буду независне, неполитичке и непрофитне организације грађана као потрошача, а што је њихова специфичност и по томе се разликују од других удружења грађана. (наставак на 4. стр.)



Lela Tasic

Poštovani potrošači,

Zbog nedostatka prostora u ovom broju nismo objavili prevod tabele sa pastama za dan i noć (arpnal forte, elmex Kariesschutz, blend-a-med Medic weiss, blend-a-med Medic nacht), kao ni zubne paste za osetljive zube (elmex Sensitive, Sensodyne F, Sensodine Proschmelz, Theramed S.O.S. Sensitiv). Ali će te i o njima naći podatke i ocene u opisnom delu testa.

Proizvođačima pasti za zube u Srbiji poslali smo kriterijume koje su kolege iz Berlina testirali, kako bi mogli da procene i ocene koliko njihovi proizvodi zadovoljavaju ove evropske standarde koje postavljaju

potrošači.

Ono što nas potrošače interesuje i od presudnog je značaja za kupovinu određene paste, pored cene naravno, jeste i to da li ona vrši uspešnu profilaksu karijesa i da li ima visok stepen abrazivnosti. Pored toga, važno je i da sadrži materije koje sprečavaju paradentozu, upalu desni, stvaranje kamenca i neprijatan zadah iz usta.

Nadamo se da će test biti od koristi i potrošačima i proizvođačima u Srbiji, a i uvoznicima kako bi u buduću uvozili kvalitetne paste za zube.

Pasta za zube

Sadržaj je preuzet je iz časopisa **test** (br. 11/2006 - www.test.de) u saglasnost izdavača STIFTUNG WARENTEST-a. Kopiranje nije dozvoljeno bez saglasnosti APOS-a

Ovaj proizvod koristimo bar dva puta dnevno, i imamo mogućnost velikog izbora. Često smo svedoci da mladi po povratku od zubara kažu "pa on uopšte nije bušio." Istraživanja potvrđuju ove konstatacije, jer je pojava kariesa veoma opala u proteklih 15 godina. Tome je doprinelo i korišćenje pasti za zube sa fluorom.

Šta obećavaju proizvođači pasti za zube

Obećavaju mnogo toga. Paste koje jačaju desni zuba i smanjuju stvaranje zubnog kamenca. Drugi opet obećavaju „prirodno bele zube“ ili sprečavanje neprijatnog zadaha iz usta. Pojedini tvrde da su njihove paste dobre za sve ovo. Test će pokazati šta je istina, a šta reklama..

Profilaksa kariesa

Karijes izazivaju naslage na zubima u kojima se nalaze bakterije (plak). Bakterije iz plaka formiraju se pomoću šećera iz namirnica. Organske kiseline, pre svega mlečne, sa površine zuba rastvaraju mineralne delove i na taj način otvaraju vrata bakterijama za njihovo razarajuće de-

lovanje. Fluorid deluje protiv toga, poboljšava remineralizaciju zuba i čini ih rezistentnim na kiseline. Fluorid nije lek, već je to prirodna supstanca, sastavni deo ljudskog organizma, koji je naročito važan za formiranje kostiju i zuba. Njegovi prirodni izvori su riba i čaj. Za profilaksu zuba su najbolje paste za zube sa aminorfluoridima, ali i one koje sadrže natrijumfluorid. Pojedine studije ukazuju na nadmoćnost aminorfluorida, ali to još nije u potpunosti dokazano. Sigurno je jedino da je natrijummonofluorofosfat manje efikasan. U testu je kao samostalni fluorid sadržan samo u aronal forte, i to samo u neznatnoj količini. Zato smo ovu pastu, poredjenja radi, u testu označili kao najslabiju zaštitu od karijesa.

Colgate Fresh Gel i Signal za zaštitu od karijesa sadrže još dodatno natrijumfluorid, što je ocenjeno sa „dobro“. Sve ostale paste dobile su ocenu „jako dobru“ za zaštitu od karijesa.

Naši testovi u proteklih 15. godina pokazuju da se konstantno povećava sadržaj fluorida u pastama. Zakon dozvoljava maksimalno 1500 miligrama fluorida po kilogramu paste. Naš test iz 1992. godine je pokazao da je da je učešće fluora bilo 1100 miligrama, da bi test iz 2001. pokazao da je vrednost porasla na 1235 miligrama, a sada iznosi 1360 miligrama fluora u kilogramu paste.

Niska pH-vrednost pomaže pozitivnom delovanju fluorida.

Beli zubi

Bela površina zuba je svakodnevno izložena mnogobrojnim napadima. Kafa, čaj, crveno vino, cigarete, sve to dovodi do promene boje zuba. Ko još po prirodi ima žućkaste zube neće uspeli da ih izbeli ni

četkicom ni pastom za pranje zuba. To se postiže sredstvima za beljenje zuba (naš test 2/06), koje uobičajene paste za zube ne sadrže. Za pranje i skidanje boje u običnim pastama zaduženi su tzv. abrazivi. Paste za izbeljivanje u stvari skidaju nešto više, jer sadrže nešto više abraziva u odnosu na one koje to ne obećavaju.

Abrazivi ne mogu oštetiti površinu zuba jer je to najčvršća materija u organizmu. Međutim, sa godinama, ili kao posledica upale desni (paradentozu), ili usled povlačenja desni, može biti povređen (Dentin) ili još osetljiviji deo korena zuba. Istraživanja upućuju na to da oštećenja zuba ne nastaju usled korišćenja abrazivnih pasti, već usled nepravilne tehnike pranja zuba, pre svega zbog prejakog pritiska četkicom. Ukoliko se zubi pravino peru, ne mogu ni jake abrazivne paste za zube da ih oštete.

Osetljivi zubi

Kada zubi bolno reaguju na toplo, hladno, slatko ili kiselo, valja otići kod zubara da pronađe uzrok. Čest uzrok tome su pokvareni zubi, sa malim dentalnim kanalima ka nervu zuba.

Svaka četvrta osoba ima problem osetljivih zuba. Pomoć obećavaju specijalne paste za zube. One deluju pomoću jedinjenja kalijuma (kao kod dve Sensodyne-paste za zube) koji zatvara dentalne kanale. Pasta Elmex Sensitive sadrži aminorfluoride, koji takođe stvara zaštitni film na dentalnim površinama. Kao sredstva za pranje služe kuglice od polietilena sa malim učinkom, ali ne oštećuju.

Zaštita desni

Svaki drugi četrdesetogodišnjak pati od upalne bolesti zuba sa formiranjem džepova desni (Paradontitis), a prethodi joj upala desni (Gingivitis). Lako se prepoznaje po brzom krvarenju prilikom pranja zuba ili prilikom jela. Zubne paste sa specijalnim materijama pružaju donekle zaštitu. Dodatak antibakterijskih supstanci kao što su triclosan ili jedinjenja cinka smanjuje nastajanje plaka i time sprečava oštećenje desni.

Sporni ubica bakterija

Triclosan u sredstvima za negu usne duplje važi za sigurno sredstvo za uništavanje bakterija. Problem je međutim što se on nepotrebno koristi kao dezinfekciono sredstvo u stomatološkim ordinacijama i bolnicama, u sredstvima za čišćenje, kozmetici i tekstilu. Stoga se strahuje da to može dovesti do rezistentnosti antibiotika. Zato Savezni Institut za ocenu rizika savetuje "uvođenje triclosana treba ograničiti na najmanju moguću meru u lekarskoj oblasti".

Pet testiranih pasti je sadržalo triclosan. Colgate total pruža određenu preventivu jer sadrži triclosan sa jednim kopolimerom, čije je pozitivno delovanje na desni dugo ispitivano u jednoj studiji. I druge paste za zube obećavaju profilaksu paradentozu, ali nisu sadržale neke prepoznatljive materije koje bi to potvrdile. U nauci se pozitivan efekat pripisuje i upotrebi ekstrakta lekovitog bilja, ali u testiranim pastama prisutna je mala količina, koja nije dovoljna za efikasnu zaštitu.

Sprečavanje nastajanja kamenca i zadah iz usta

Kamenac na zubima ima blizu 80% procenata odraslih ljudi. On nastaje usled mineralizacije plaka. Dodaci u pastama za zube kao soli cinka, pirofosfati ili triclosan sprečavaju njegovo formiranje, ali nastali kamenac ne mogu da odstrane. Dugo nije bilo jasno da li kamenac pospešuje nastanak paradentozu. Skorašnje studije pokazuju da to nije slučaj. Žućkaste naslage na zubima prvenstveno su kozmetički problem.

Pojedini proizvođači dodatno obećavaju da sa njihovim pastama za zaube možete pobediti užasni zadah iz usta. One to i mogu da urade, ali samo pod uslovom da operete jezik. Jer u skoro 90% procenata slučajeva uzrok neprijatnog zadaha je usna duplja, posebno donji koren jezika. Jedanaest pasti u testu sadržalo je triclosan ili jedinjenja cinka, kojima je potvrđeno sprečavanje zadaha iz usta.

Rastvori za ispiranje usta deluju mnogo bolje.

test NAŠ SAVET
Najbolju kompletnu zaštitu nudi Colgate Total (2,80 evra za 100 mililitara). I najjeftinija pasta za zube od Aldi/Nord i Friscodent od Aldi/Sud (0,3 evra) ocenjena je ocenom « jako dobro » za profilaksu kariesa. Kod osetljivih zuba pomažu sve četiri paste iz testa, najjeftinija je ovde Sensodyne F (3,35 evra po mililitru). Nikakve prednosti nemaju paste za dan i noć. Bolje je birati proizvod prema individualnim potrebama (karijes, gingivitis, paradontitis, kamenac).

SAVETI

- **NEGA ZUBA** Perite vaše zube dva puta dnevno temeljno, najmanje tri minuta. Nemojte koristiti tvrde četkice za zube i nemojte vršiti jak pritisak, pre svega ako su se desni povukle.
- **ZAŠTITA OD KARIJESA** Koristite uvek pastu za zube sa ocenom „jako dobro“ za profilaksu karijesa.
- **KISELO** Kada ste nešto kiselo jeli ili pili, trebalo bi sačekati 30 minuta pre nego perete zube.
- **DECA** Za njih postoje specijalne dečije paste sa malim sadržajem fluorida. Od prilike, kada dete ima 6 godina i može pouzdano da ispljune, trebalo bi da pređe na pastu za odrasle.
- **ZUBAR** Idite dva puta godišnje zubaru i dodatno na profesionalno pranje zuba.



test	klasične paste za zube																
test	Aldi(Nord)/Eurodent Aktiv Fresh	blend-a-med Complete Plus extra frisch	Colgate Fresh Gel	Colgate total	Dentogarg	dm /m dontodent Intensive-clean plus Whitening	el-ce med Brillant 40 vital	el-ce med Brillant Complete plus Whitening ⁴⁾	Lavera Basis sensitiv pasta mint	Lidl/salvamed pasta 40 vital ⁶⁾	Odol-med 3 original	Odol-med 3 Extreme+ nežno beli zubi	Odol-med 3 40 plus ⁵⁾	Signal zaštita od karijesa	Signal optimal 4	Theramed 2 u 1 original	Theramed 2 u 1 3DClean
Sadržaj u ml	125	75	75	75	75/100	125	100	75	75	125	75/100/125	75	75	75/125	75	75	75
Srednja cena u evrima	0,40	1,25	0,70	2,10	0,70/1,35	0,75	2,00	2,00	2,30	0,80	1,50/2,00/2,25	3,30	2,50	0,75/1,30	0,75	1,80	1,80
Cena za 100 ml u evrima	0,30	1,65	0,95	2,80	0,95/1,35	0,60	2,00	2,65	3,05	0,65	2,00/2,00/2,25	4,40	3,35	1,00/1,05	1,00	2,40	2,40
Jednakost	Aldi(Nord)/eurodent Aktiv Fresh je jednaka po recepturi i ceni sa Aldi(Sud)/Friscodent Cool Fresh																
Stomatološko ocenjivanje																	
Profilaksa karijesa ¹⁾	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	dobro (2,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)	Jako dobro (1,0)
Abrazivnost	Nisko	visoko	srednje	srednje	srednje	nisko	nisko	srednje	srednje	srednje	srednje	nisko	Nisko	srednje	srednje	srednje	nisko
Materije sprečavanje:	Paradentozu	□	□	□	■	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
	Upala desni	■	■	□	■	□	■	□	□	■	□	■	■	□	□	■	■
	Kamenac	■	■	□	■	□	■	□	□	■	□	■	■	□	■	■	■
	Zadah iz usta	■	■	□	■	□	■	■	□	■	□	■	■	□	□	■	■
Hemijske oznake																	
Ukupan fluorid u mg/kg	1365 ²⁾	1455 ²⁾	1355 ²⁾³⁾	1420 ²⁾	1410 ²⁾	1395 ²⁾	1415 ²⁾	1430 ²⁾	1335 ²⁾	1380 ²⁾	1330 ²⁾	1320 ²⁾	1325 ²⁾	1380 ²⁾³⁾	1410 ²⁾	1395 ²⁾	1395 ²⁾
pH-vrednost	6,9	7,4	7,2	7,4	7,3	6,5	7,0	6,7	7,7	6,9	6,8	6,3	6,9	8,0	8,5	7,1	7,1
Triclosan(po ponudaču)	□	■	□	■	□	□	■	□	□	□	□	□	■	□	□	□	□

Ocene za rezultate ispitivanja Kod jednake ocene redosled po abecedi 3)Natrijummonofluorofosfat. 6)Po ponudaču
 ++jako dobro(0,5-1,5)+dobro(1,6-2,5) ■-da, □-ne 4)Po ponudaču od maja 2006 promenjena
 Ozadovoljavajuće(2,6-3,5) 1)Kroz fluorid. promena arome. deklaracija.
 Iđovoljno(3,6-4,5),- nedovoljno(4,6-5,5) 2)Natrijumfluorid. 5)Po ponudaču promenjena receptura.

2. Да се средства организацијама потрошача обезбеђују, у складу са чл.69. подтачка 6. Закона о заштити потрошача из других извора, пре свега из буџета тако да је Министарство издвојило и исплатило средства у 2005. и 2006. години као помоћ и подршка свим организацијама потрошача које су доставиле потпуну документацију (копију решења о регистрацији, копију потврде пореске управе о ПИБ и копију уговора о отвореном жиро рачуну у банци). Као што смо вас у претходним дописима обавестили да средства нису исплаћена Асоцијацији потрошача Србије, из разлога, прво, што се на основу препорука експерата ЕУ новчана једнократна помоћ уплаћује уредно евидентираним организацијама потрошача у Министарству и само једној репрезентативној националној организацији потрошача, која према нашој евиденцији има 30 чланица (од укупно 46), и друго што још увек нисте доставили потпуну документацију (копију решења о регистрацији, копију потврде пореске управе о ПИБ и копију уговора о отвореном жиро рачуну у банци), што се види из докумената које сте доставили 11.маја 2005.године факсом (копију решења о регистрацији и руком написан ПИБ, број жиро рачуна и назив банке).Такође средства нису уплаћивана и регионалним организацијама потрошача, иако су евидентирне у Министарству и уредно доставиле потпуну документацију, са препоруком овог Министарства да их јединице локалне самоуправе помогну и технички опреме.

У вези са статусом АПОС нисте упознали Повереника о битној информацији да АПОС није репрезентативна асоцијација потрошача на националном нивоу, као и да су три организације потрошача (једна из Сомбора и две из Панчева) у периоду 2005. и 2006. године напустиле Асоцијацију потрошача Србије и постале чланице Националне организације потрошача Србије, а о разлозима су писменим путем обавестили Министарство. Према томе дошло је до слабљења капацитета АПОС смањењем броја чланица, чиме је ослабљено акционо деловање ове асоцијације потрошача на тим подручјима и на нивоу Републике Србије.

3. Да смо вас у претходном допису у вези са евиденцијом организација потрошача такође обавестили да је Правилник о евиденцији организација (удружења) потрошача припремљен и усклађен са Нацртом Националног програма заштите потрошача Србије за период од 2007. до 2012. године, као и да је дат на мишљење Републичком секретеријату за законодавство. У вези са овим тражено је мишљење од Републичког секретеријата за законодавство да ли министар може донети овај подзаконски акт у условима постојања техничке Владе.

4. Да смо вас у претходном допису обавестили да Министарство обавља послове заштите потрошача у оквиру своје надлежности, прописане Законом о министарствима и утврђеним задацима у Закону о заштити потрошача, као и утврђеним циљевима и задацима у Националном програму заштите потрошача за период од 2007. до 2012. године. У складу са чланом 64. тачка 7. и тачка 9. Закона о заштити потрошача Министарство одржава контакте и са потрошачима, организацијама и удружењима потрошача и средствима јавног информисања у директној комуникацији или у контактима преко организација потрошача или Националне организације потрошача Србије (НОПС) као репрезентативне организације потрошача. Потрошачи или представници њихових организација се директно јављају Министарству и пружа им се стручна помоћ у циљу решавања конкретних питања, у сарадњи са инспекцијским органима и другим надлежним службама. Контактирање се остварује и нашим одласком на састанке организација потрошача на којима су присутни представници локалне самоуправе, инспекцијских органа, потрошача и других заинтересованих страна, где се разматрају конкретни проблеми грађана, услови рада организација потрошача и сарадња и помоћ локалне самоуправе. У циљу остваривања потпуне заштите потрошача и стварања услова за рад организација потрошача Министарство се и ове године обратило председницима општина да материјално, технички и финансијски помогну организације потрошача, што је дало ефекте тако да је неколико општина у својим буџетима за 2007. годину предвидело финансијска средства и обезбедило канцеларијски простор и друге услове за рад организација потрошача. Очекујемо даљу сарадњу и помоћ локалне самоуправе и то на партнерским основама у заједничком циљу остваривања заштите потрошача, где неће доћи сукоба интереса и неће бити ограничења самосталности организација потрошача, као и да неће бити услова супротних члану 70. Закона о заштити потрошача. У претходном допису смо вас обавестили о позитивним ефектима у заједничком деловању двеју организација потрошача у Крушевцу и њиховој иницијативи спајања у једну ефикасну и јаку организацију потрошача у Крушевцу. Такве примере очекујемо и у другим

градовима, па и у Новом Саду на јачању капацитета и ефикасности организације потрошача, а не њиховом умножавању јер тренутно постоје 4 организације потрошача

Поштовани потрошачи,

За време мандата министра Димитријевића, АПОС, а и друге организације потрошача, у више наврата су указивали на некоректност и неделотворност оваквог виђења 'партнерског односа' надлежног министарства према независним организацијама потрошача, те овом приликом о томе нећемо говорити.

Изнећемо само неколико податка и чињеница (лако проверљивих) који могу бити од помоћи у целовитом сагледавању ових питања, уверени да ће нова Влада имати више разумевања за потрошаче и њихове организације

1. Национални програм за заштиту потрошача за период 2007 до 2012.године усвојила је Влада крајем јануара 2007. То значи да је министар Димитријевић за време свог мандата радио по сопственој савести и уверењима. Шта ће нова Влада прихватити у Националном програму, а шта мењати остаје да се види.

2. Не постоји јавне евиденције организација потрошача Србије, што значи да се не зна њихов број. Овај задатак уз обавезу да 'пропише садржину евиденције' (критеријуме) има министар Димитријевић по чл. 67. Закон о заштити потрошача који је донет још септембра 2005. г. То значи да су сви подаци о броју организација и њихој репрезентативности произвољни и лични, јер не постоји ни један званичан документ о томе.

3. Правилник о евиденцији организација није донет зато што су критеријуми министра Димитријевића у супротности са законом утврђеним правима потрошача да се слободно организују и самостално одлучују како ће се и с ким удруживати. Ово основно људско право гарантује и Закон о удружењима и Закон о заштити потрошача у чл. 67. који каже : организације потрошача достављају Министарству обавештење о оснивању и упису у одговарајући регистар. Правилник, као подзаконски акт не може да оспори ова права. Његова функција је да дефинисани и додатне критеријуме (а они су прецизно дефинисани у Статуту светске (ЦИ) и европске (БЕУЦ) организације потрошача, који потврђују да су ове организације независне потрошачке, и као такве држава има обавезу да их финансијски помаже из јавних прихода (буџета). Тада надлежно министарство и у складу са утврђеном политиком може утврдити критеријум да ће финансијски организацију која има највише чланова. Какве ће критеријуме имати и други финансијери зависи од њихове политике. Ово је важно јер независне организације потрошача не финансира само држава. На пример, 2004.године Совеначка организација потрошача је, од укупних прихода, једну трећину добила од државе, једну трећину је имала сопствених прихода, а једну трећину је добила од других донатора, по поднетим пројектима. Македонску организацију држава још мање финансира, док рецимо једну од највећих европских, Штифтунг-Варентест из Берлина држава финансира са 12%.

4. У погледу европске праксе националних (или кишобран организације, који је уобичајен термин) ево неколико примера. Француска, Пољска, Грчка, имају по две, које су и чланови европске организације. Немачка има кровну организацију која је члан европске, али и једна њена чланица, Штифтунг-Варентест, је такође члан европске организације. Словеначка и Мађарска национална организација уопште немају локалне организације, само чланове појединце. На сајту хрватског министарства наћићете евиденцију тридесетак организација потрошача и два савеза (што би требало да буде национални ниво). Сви су репрезентативни и равноправно учествују на конкурсима министарства за доделу средстава.

5. Да под надлежностима Министарства из чл. 64. тачке 7. и 9. Закона о заштити потрошача подразумевамо прецизну процедуру (утврђену подзаконским актом) која ће омогућити да се у институцијама система чује глас потрошача. То би требало да је омогућено на свим нивоима - у општини, Покрајини и Републици и то приликом доношења одлука и закона које се односе на комуналије, здравство, безбедност производа и друга битна питања која их се тичу.

6. За приступ информацијама од јавног значаја никоме, па ни АПОС-у, не треба посебан доказ 'репрезентативности'. Сви држављани су репрезентативни да траже информације.

7. Иза овакве 'бриге' и поделе организација потрошача крије се намера да се обезбеди утицај и контролишу и усмеравају европска средства која ускоро треба да добију и независне организације потрошача Србије.

Izdanja APOSa

možete pogledati i preuzeti na našem sajtu www.apos.org.yu ili poručiti na telefon 021 6623 759



Asocijacija potrošača Srbije je nezavisna, nevladina organizacija osnovana 2003. godine sa ciljem da u Srbiji promoviše prava i zastupa interese potrošača, nezavisno od državnih, industrijskih, trgovačkih, političkih, sindikalnih i drugih nepotrošačkih interesa u skladu sa evropskim standardima. Članovi APOS-a su fizička i pravna lica.