

Сравнителен тест на български кисели млека



сана в научната литература като антиоксидантно и детоксикиращо средство. На *Lactobacillus bulgaricus* се дължи до голяма степен и киселият вкус на млякото.

България е известна с малко неща по света. Още по-малка част от тях са позитивни. Едно от тях е българското кисело мляко съдържащо типичната за България бактерия *Lactobacillus bulgaricus*. Тази бактерия е опи-

Lactobacillus bulgaricus (или *Lactobacillus delbrueckii subspecies bulgaricus*) е една от бактериите, използвани за производството на кисело мляко, другата съставка на млечно-киселата закваска е *Streptococcus ther-*

mothophilus – единствената безвредна за човека стрептококова бактерия.

Lactobacillus bulgaricus е кръстена на България – страната, в която за първи път е открита и използвана. Бактерията се среща свободно в природата на България. При попадане в мляко и при определени условия *Lactobacillus bulgaricus*, както и *Streptococcus thermophilus* причиняват естествена млечно-кисела ферментация, водеща до получаване на това, което наричаме кисело мляко. Благодарение на *Lactobacillus bulgaricus* киселото мляко е естествен пробиотик, който има голямо благотворно влияние върху човека.

Като студент по медицина в Женева, Д-р Стамен Григоров открива и описва *Lactobacillus bulgaricus* и *Streptococcus thermophilus*. През 1903 г. прави научно съобщение по този повод, а през 1905 г. я описва в доклад за българското кисело мляко, изнесен в института "Пастър" в Париж. За това си откритие, Женевският университет му връчва престижно научно отличие и го кани да остане на работа. Стамен Григоров отказва и се връща в България, където работи като околийски лекар. Става главен лекар на болницата в гр. Трън, където умира през 1945 г.

Продължава на 2 стр.

ФИНАНСОВИ ИЗМАМИ ДЕБНАТ НАИВНИЦИ ПО ЕЛЕКТРОННАТА ПОЩА

Звучи страхотно? Това е лъжа!

Почти всеки по-отдавнашен интернет потребител е получавал нееднократно по електронната си поща писма, в които се обещават големи финансови възможности за получателя. Всеки по-опитен интернет потребител не им обръща внимание и ги изтрива без да ги чете. За много хора обаче електронната поща е все още ново явление и неопитността им, съчетана с известна доза наивност, може да им донесе големи неприятности. Не един българин е приключвал краткото си посе-

щение във въображаемия розов свят на бързото забогатяване и лесните пари с дълбоки психологически рани и изпразнен портфейл.

Все още измамените в България не са толкова много, колкото на запад, но това положение няма да се запази дълго. Главната причина за това е, че все още процентът на интернет потребителите в България е доста по-малък от този в САЩ и Западна Европа. Втората причина е в невисоката

степен на владене на английски (най-често използваният език от измамниците). Повече от сигурно обаче е, че ситуацията ще се промени скоро, защото интернет потребителите в България се увеличават устойчиво, а изобретателността на мошениците никога не секва - съвсем скоро може да се появят подобни писма и на български език.

Най-популярните измами са две - молба за съдействие при прехвърляне на голяма сума, популярна

Продължава на стр. 6

В БРОЯ:

- Как да разбираме правилно рекламата

стр. 8-9



- Как да пестим електроенергия

стр.11



- Когато купуваме принтер ...

стр. 14



Направихме този тест за да демонстрираме безпристрастно предимствата и недостатъците на киселото мляко продавано на пазара под различни търговски марки. Целта на сравнителния тест не е наказателна, т.е. не се търсят нарушения. Целта на сравнителния тест е да достави информация на потребителите, които да я ползват при избора на продукт.

Тегло на съдържанието

Като потребители ние винаги се интересуваме от грамажа на стоката,

която купуваме. Това е така, когато купуваме плодове, зеленчуци и всякакви стоки, които се теглят пред нас. Но спомнете си кога за последен път прочетохте етикета на киселото мляко, което купувате ежедневно?

Тъй като теглото е един от параметрите в този сравнителен тест, ви представяме таблица с грамажа на закупените от търговската мрежа кисели млека за теста. Както ще забележите, само две от закупените млека са с грамаж по-голям от 400 g – Бор Чвор (450 g) и Топ-милк (450 g)

		Тегло [g]
	Добруджанско	400
	Роса	400
	Аида	400
	Родопея	400
	Елена	400
	„FF вкус“	400
	Пършевица	400
	Топ-милк	450
	Верея	400
	„На баба“	400
	Бор Чвор	450
	Герма	400
	„На дядо от село“	400
	Данон	400
	Елби натурално	400

Масленост на киселото мляко

Тестът за масленост протече по следния начин. С помощта на лаборатория за анализ на физико-химични показатели, определихме реалната масленост на всеки продукт. След това сравнихме получените резултати с обявените на етикета.

Изчислихме стандартното отклонение и сортирахме млеката по него.

С няколко думи: на следната таблица млеката са наредени отгоре надолу по истинност на етикетите, т.е. колкото по-напред е едно мляко в тази таблица, толкова повече то се доближава до обявената на етикета му масленост.

	Масленост		
	Етикет [%]	Изследване [%]	Отклонение
Бор Чвор	3.60	3.60	0.00
„На баба“	2.50	2.50	0.00
Добруджанско	3.60	3.61	0.01
Верея	2.90	2.91	0.01
Топ-милк	3.60	3.58	0.01
Данон	2.50	2.54	0.03
Герма	3.60	3.55	0.04
Пършевица	3.60	3.67	0.05
Родопея	3.60	3.68	0.06
Елена	3.60	3.70	0.07
Роса	3.60	3.50	0.07
Аида	3.60	3.73	0.09
Елби натурално	3.60	3.28	0.23
„FF вкус“	2.00	2.33	0.23
„На дядо от село“	2.90	3.40	0.35

Искаме да отбележим парадокса, установен с млякото „На дядо от село“. При него е засечено най-голямо отклонение между обявена и реална стойност. Интересното в случая е, че обявената масленост е 2,9%, а експериментално установената е 3,4%. От това не следва, че всяка партида на това мляко има тези показатели. Т.е. купуваме повече, за по-малко стойност. Интересно е, че обявената грешка.



Водно съдържание на киселото мляко

Целта на изследване на водното съдържание е да се определи процентното съдържание на вода във всяка от търговските марки. Така всеки потребител може лесно да установи каква част от стоката, която купува, е чиста вода и това ще помогне на потребителите да изберат

кисело мляко с максимално качество.

Искаме да отбележим, че водното съдържание на киселото мляко „FF вкус“ силно се различава от средната стойност за изследваните кисели млека, като и заема последна позиция с около три пункта след предпоследния в класацията – „Топ милк“.

	Тегло [g]	Водно съдържание [%]	Вода [ml]
Роса	400	86.58	346.32
Пършевица	400	86.96	347.84
Елена	400	87.26	349.04
Герма	400	87.39	349.56
Бор Чвор	450	87.48	393.66
Родопея	400	87.56	350.24
Верея	400	87.57	350.28
„На дядо от село“	400	88.15	352.60
Елби натурално	400	88.16	352.64
Аида	400	88.27	353.08
„На баба“	400	88.37	353.48
Добруджанско	400	88.42	353.68
Данон	400	88.47	353.88
Топ-милк	450	89.63	403.34
FF вкус	400	92.09	368.36

Живи клетки (Streptococcus thermophilus, Lactobacillus bulgaricus)

Съдържанието на живи клетки е важен параметър в теста на кисело мляко. Този параметър е известен като колонии-образуващи елементи (КОЕ) и изразява броя жизнеспособни бактерии, т.е. не просто изброява броя клетки, а показва реалния брой живи бактерии. Трябва да се отбележи, че този тест не изразява броя живи клетки, а броя КОЕ, защото в една колония може да има повече клетки.

В някои от тестваните млека се наблюдава ниско количество на КОЕ, т.е. има малко живи

клетки. Това може да се дължи на:

❖ заквасване със закваска, в която има малко или липсват съответните бактерии;

❖ заквасване с качествена закваска, но последващо елиминиране на живите клетки при обработката на млякото преди пускане на пазара;

❖ съдържание на пълнители, консерванти и други химикали, които убиват бактериите.

В таблиците сме демонстрирали резултатите от лабораторния тест, като търговските марки са сортирани по брой КОЕ. Забележете, че между киселите млека има разлики от три порядъка в броя живи клетки.

Маркетинг

За да бъдем коректни спрямо потребителите, трябва да споменем, че има няколко търговски марки кисело мляко, които се произвеждат от един и същ производител, като целта им е да заемат друга пазарна ниша. Например:

1. Производителят „Данон“ дистрибутира млеката „Данон“ и „На баба“.

2. Производителят „Бор Чвор“ дистрибутира млеката „Бор Чвор“, „На дядо от село“ и „Герма“.

Брой живи клетки в 1 g

L. bulgaricus.105

Топ-милк	9500.0
Герма	9500.0
„На дядо от село“	9500.0
Пършевица	4500.0
Елби натурално	4500.0
Верея	1500.0
Бор Чвор	950.0
Елена	950.0
Родопея	250.0
Аида	95.0
Роса	95.0
FF вкус	45.0
Добруджанско	25.0
Данон	4.5
„На баба“	2.5

Брой живи клетки в 1 g

КОЕ/g.10⁷ S. thermophilus.10⁷

„На баба“	250.00	250.00
Герма	250.00	250.00
Данон	250.00	250.00
Елби натурално	250.00	250.00
Топ-милк	95.00	95.00
Родопея	95.00	95.00
„На дядо от село“	95.00	95.00
Елена	95.00	95.00
Бор Чвор	45.00	45.00
Аида	45.00	45.00
Пършевица	45.00	45.00
Верея	45.00	45.00
Роса	45.00	45.00
FF вкус	25.00	25.00
Добруджанско	9.50	9.50

КАКВО ТРЯБВА ДА ЗНАЕМ ЗА pH?

За да бъдем коректни, ще се наложи да обясним теорията, която стои зад pH - модерният в рекламата на козметика и дъвки научен термин. Но за да не станем скучни, това ще стане само в един параграф:

Както може би си спомняте от училище, pH е мярка за активността на водородните йони в разтвор, и съответно неговата киселинност или алкалност. pH е и скала за измерване на киселинност или алкалност на разтвори. Скалата варира между 0 и 14. Водни разтвори с pH по-малко от 7 се считат за киселини, а разтвори с pH по-голямо от 7 са алкални (основни). Ако разтворът има pH = 7, той е неутрален. pH на стомашния сок е около 2, "Кока-Кола" - 2.5, сок от портокал - 3.5, бира - 4.5, кафе - 5, мляко - 6.5, амоняк - 11.5, белина - 12.5, сода каустик - 13.5.

pH и защитата на организма

pH на човешката кожа има стойности от 4.5 до 6. При новородените pH е близко до неутралното - 7, но с израстването им бързо се променя към киселинно. Повишаването на киселинността на кожата става с цел предпазване от бактерии - киселинността има бактериостатичен и бактерициден ефект. С възрастта pH на кожата става все по-близко до неутралното, което причинява проблеми, поради ниската ефективност на защитата от бактерии.

Повишената киселинност на кожата се дължи на няколко фактора: мастни секрети от потните жлези и порите и разграждането на мазнините по кожата от бактерията *Staphylococcus epidermis*. Оказва се, че сме здрави поради тази "добра" бактерия - нейното поведение

предпазва кожата от бактериална атака.

Стойността на pH на кожата е един от основните фактори способстващи развитието на акне и други кожни проблеми. Всъщност стойността на pH може да мине над 6 само ако имате кожен проблем. *Propionibacterium acnes* - причинителят на акне, е бактерия, която се намира при всички хора в нормално здраво състояние. Известен факт е, че при хората, страдащи от акне, бак-



терията е в по-големи количества, което много зависи от нивото на pH на кожата. Оказва се, че бактерията е с минимален брой при стойности на pH около 5.5. Всяко покачване на pH на кожата към неутралното 7, би спомогнала за по-бърз растеж и размножаване на бактерията, от което следва и по-голяма вероятност за развиване на акне. (Тук е мястото да отбележим, че лечението на акне с тетрациклин вече не дава желаните резултати - бактерията вече е резистентна към него.)

pH и миеците средства

Обикновеният сапун се смята за най-честия вредител върху pH на кожата, защото продаваните сапуни имат стойности на pH около 9-11, т.е. са областта на алкалното pH. Но имайте предвид, че вашата кожа е жива система, тя се опитва да противодейства на намесата отвън, което може да означава, че ако се измиете със сапун с pH 9, след известно време кожата ще



ходно положение се нарича хомеостаза и се извършва постоянно в нашите организми. С това искаме да отбележим, че ползването на обикновени сапуни не е определящ фактор за заболяемостта на кожата.

На пазара се предлагат сапуни с неутрално pH. Те химически не са сапуни, а синтетични детергенти под формата на сапун. Те не съдържат натриева сол на мастна киселина и са с регулирано pH.

Има състояния на кожата, които могат да повишат стойността на pH. Такива са екземите, контактния дерматит и сухата кожа. Диабетът също може да повиши стойностите на pH до неутрални, което да причини кожни проблеми. Всъщност редица случаи на диабет се диагностицират от дерматолози на база кожен проблем, поради промяна в стойността на pH.

си върне нормалното pH - 5.5. Процесът на връщане на живата система в из-

Съвети:

❖ Избирайте козметични средства с pH в интервала от 4 до 6. Това, че се рекламират козметични продукти с pH 7, не означава, че те са полезни.

❖ Избягвайте да купувате антибактериални сапуни. Те унищожават естествената микрофлора на кожата и имат няколко отрицателни ефекта: правят бактериите устойчиви към антибиотиците, които ползваме; променят естествения баланс на микрофлората на кожата в полза на гъбите; и не на последно място поддържат кожата ви в "стерилен вид", което може да ви изложи на опасност, когато спрете употребата на антибактериален сапун.

ПРИМЕР ОТ ЕВРОПА: ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И ДДС

Твърде вероятно е на 1 януари 2007 г. България да стане член на Европейския съюз. Подготвени ли са българските граждани за членство е въпрос, който се поставя все по-често в нашето общество по най-различни поводи.

Настоящата рубрика има за цел да представи пред българската общественост различни казуси от съдебната и административна практика на страните-членки на ЕС по потребителски проблеми. Случаите представляват интерес за България, тъй като показват как на пръв поглед абстрактното европейско право навлиза в живота на отделния гражданин и му дава възможности да защитава пълноценно своите лични права и интереси. Изложената аргументация е приложима и в България, тъй като страната ни е длъжна не само да въведе на хартия европейските изисквания, но и институциите ѝ да ги прилагат активно и по еднакъв с останалите държави от ЕС начин.

В далечната вече 1998 г. германски съд е приел за неравнопоставена следната клауза, включена в общите условия на телекомуникационното дружество E-Plus-Service GmbH:

Деактивиране без ДДС 65 DM, с ДДС 74, 75 DM.

Съдът приема, че така определената такса е неоправдано висока. Освен това тя не прави разлика между различ-

ните поводи и причини за прекратяването на договора между потребителя и оператора, водещо до деактивиране на услугата. При това положение се стига до несправедливия резултат потребителят да дължи такса и в случаите, когато вина за прекратяването има телекомуникационното дружество.

Трети сериозен аргумент за несправедливостта на уговорката е невъзможността на потребителя да доказва по какъвто и да било начин намаляване на разходите на телекомуникационното дружество, като по този начин претендира за съответно намаляване на таксата.



ПРИМЕР ОТ БЪЛГАРИЯ: ТЕЛЕФОН

На всекики неведнъж се е случвало да е недоволен от качеството на някакви стоки, от услугите или от обслужването. И много хора търсят своите правата, преследват интересите си като се обръщат директно към търговците или към съответните контролни органи. За да стимулираме активното потребителско мислене и да насърчим потребителите да защитават своите интереси, решихме в тази рубрика да ви представяме конкретни случаи от българската потребителска практика.

ТЕЛЕФОН "IMAGI- NARPOINT" P - 212

Въпросният телефон е закупен, главно поради възможността му да идентифицира входящи повиквания - Clip и заради ниската цена. При монтиране на апарата се оказва, че тази функ-

ция не работи. След извършена проверка се установява, че апаратът се продава с декларация за съответствие от вносителя, в която е записано: "...в съответствие с посочените по-долу наредби на Република България и стандарти." В хода на про-

верката се доказва, че телефонът не показва Clip, ако е свързан към цифрова автоматична телефонна централа тип EWSD. За да изпълнява тази си функция, апаратът трябва да е снабден

с FSK-приемник с дисплей, съответстващ на стандартите, заложен в този тип централи. След нашата намеса сумата 89.00 лв. е върната на потърпевшия г-н Димитров.



на Запад като "Нигерийската измама" или "419" - пари или съобщение за печалба от лотария, в която вие не сте участвали.

Нигерийското писмо или измамата "419"

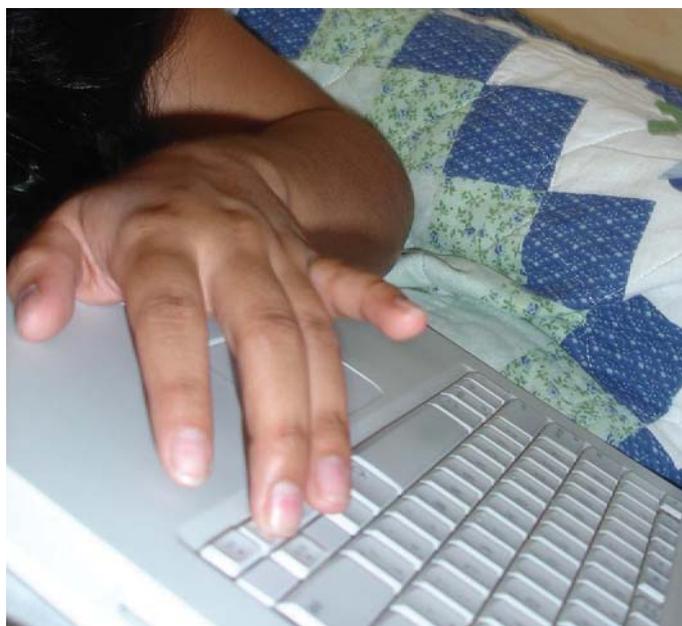
Името на измамата естествено идва от първоизточника ѝ - Нигерия, откъдето тръгват първите такива писма. В наши дни измамата се е превърнала в истинска индустрия в тази африканска държава. Другото популярно наименование "419" идва от съответния член в наказателния кодекс на Нигерия, който забранява подобни деяния. Първоначално тази измама се е разпространявала в САЩ и Канада с писма по пощата или по факса. С развитието на интернет обаче, тези форми бързо са забравени и удобството на електронната поща налага своето. По този начин и самата злоупотреба се разраства твърде бързо като обем и географски обхват, най-вече поради достъпността на електронната поща.

Какво представлява измамата?

Основната отличителна черта е, че на жертвата се предлага възможност за придобиване на много голяма сума пари срещу минимални усилия. Обикно-

вено жертвата получава мейл, в който се умолява за съдействие за прехвърляне на голяма сума пари (обикновено няколко милиона) срещу голяма компенсация. Много често изпращачите разказват трогателни истории за политически и други преследвания в някоя африканска държава. Веднъж хванали жертвата на въдицата, измамниците започват да изискват заплащането на най-различни суми, които трябва да се заплатят от жертвата преди тя да си получи "богатството". Формите на събираните суми са най-разнообразни, като например: подкупи за чиновници, мита, данъци, такси за обслужване на банкови сметки и др. След всяка заплатена сума се появява следващата - и така докато жертвата се усети или просто остане без пари.

Измамата се среща в хиляди вариации, но една от най-типичните особености е, че винаги в един момент се появява елемент на незаконност за пред жертвата, с цел да не смее да потърси съдействие от полицията. Също така измамниците много често насърчават жертвите да пътуват и уреждат срещи в чужди държави, с цел да отделият жертвата от дома и тя да се чувства по-беззащитна.



Последствия за потърпевшия

На първо място са финансовите загуби. Средната загуба на измамен от регистрираните случаи в САЩ е 5 575 долара. Освен финансовите загуби, много често жертвите преживяват и огромни психически разстройства от случилото се. За съжаление вече има няколко регистрирани самоубийства на измамници. При някои случаи се е стигало дори до заплашвания, отвлечения и дори убийства на измамници.

Бизнес представителство / Пране на пари

При тази разновидност на измамата "419" на жертвата се предлага да посредничи като предостави банковата си сметка, където ще ѝ бъде преведена голяма сума пари, която да препрати към друга банкова сметка срещу комисионна (обикновено около 5%). Най-често измамата се изразява или чрез предоставянето на фалшиви чекове или чрез получаване по сметката на средства, които са прехвърлени-откраднати от други банкови сметки суми. Проблемът с чековете е, че отначало банката ще ги уважи и ще захране сметката на измамения, така че той да може

да препрати средствата към сметката на престъпниците, но след няколко дни банката ще разбере, че чекът е фалшив и най-вероятно ще повика полицията. Трябва да се има предвид, че дори и в случаите, когато се получават реални пари, които да се трансферират, измаменият не прави нищо друго освен да участва в друга за пране на пари, без дори да подозира.

Печалба от лотария

Лотарийната измама е по-късна разновидност на измамата "419", разпространяваща се най-често по електронната поща. Имейлът съобщава на получателя, че е спечелил примамлива сума от лотарията (най-често в друга държава), и че трябва да отговори, предоставяйки лична информация, за да може да получи наградата. Измамниците искат от жертвата копия от паспорт, шофьорска книжка или лична карта, които по-късно използват при последващи измами от името на наивника, както и да убеждават бъдещи жертви в легитимността на лотарията.

В следващият "същински" етап измаменият трябва да се свърже с "Отдел награди", откъдето започват да се изискват най-

Как да разпознаем измамата - ето няколко типични индикации:

- ❖ Изпращачът на писмото ви е непознат.
- ❖ Обещават ви голяма сума срещу минимални усилия от ваша страна.
- ❖ От вас се изисква заплащане за странни дейности като административни такси.
- ❖ Измамниците изискват лична информация като банкови сметки, в които да ви прехвърлят обещаните средства.
- ❖ Писмата винаги съдържат елемент на спешност.
- ❖ Измамниците постоянно приканват жертвата за дискретност.
- ❖ Измамниците сами предлагат (без да сте изисквали) да ви изпратят копия от сертификати и документи, които удостоверяват, че тяхната дейност е легитимна.

Не забравяйте:

- ❖ Не може да спечелите награда от лотария, в която не сте участвали!
- ❖ Когато печелите от лотария, вие се обаждате на организаторите, за да си получите наградата, а не те на вас!
- ❖ Легалните лотарии в страните от Европейския съюз никога не изискват такси!
- ❖ И отново - ако нещо звучи прекалено хубаво, за да е истина, то обикновено не е!
- ❖ Никога не предоставяйте информация за кредитната си карта и при най-малки съмнения!!!

различни такси (за административно обслужване, митнически и банкови такси, такси за сертификати и други документи, такси за прехвърляне на средствата и др.), за да може да се получи наградата. Както и при другите форми на "419" измамниците няма да спрат докато не ошушкат жертвата или човекът не се усети, че е мамен.

Лотарийната измама е проста и не изисква много усилия от страна на измамниците. Повечето жертви са виждали обяви на безплатни лотарии в интернет и много от тях се заблуждават, че са участвали преди време и са забравили. Все пак не трябва да забравяме такива неща!

Черните пари и химикалът "Wash Wash"

При този трик измамниците се обръщат за съдействие към някого, за да им помогне да си набавят чудодееен химикал, наречен "Wash, wash" (wash - от англ. мия, измивам), с който могат да се възстановят укрити пари. Най-често това са оцветени в черно "пачки", които изглеждат досущ като истински банкноти, оцветени в черно. Оцветени от съображения за сигурност, защото е трябвало да бъдат укривани по някаква причина. Следва демонстрация на възможностите на чудодейния химикал (която най-често наподобява играта "Тука има, тук нема") и обяснението, че за да се изчисти остатък от парите, трябва да се набави определено количество

от химикала. На жертвата се обещава част от парите, ако съдейства за закупуването на химикала като осигури необходимите за него пари, защото той е "много скъп". Накрая измаменият остава с купчина черна хартия и някое и друго шише с ацетон.

Злоупотреби с кредитни карти

Много разпространена напоследък става кражбата на информация за кредитни карти. Най-типичният случай е този, при който получавате и-мейл, в който се съобщава, че е настъпил някакъв проблем с вашата карта (например, че кодовете на картата са разбити от хакери) и ви предлагат нов защитен код. За целта трябва да проверите сметката си на посочен в писмото линк към фалшив сайт, където се налага да въведете настоящите си данни и ПАРОЛА, за да подновите профила си!!! След като веднъж въведете тези данни, мошениците разполагат с тях и могат да използват пълноценно картата ви, докато я източат или докато не се усетите.

В такива случаи е много важно да се знае, че трябва да общувате само с банката, която е издала картата ви. VISA, Mastercard или другите международни марки кредитни карти не общуват директно с картодръжателите, а чрез търговските банки, които ги издават. Също така е препоръчително, при получаване на такива писма, да се обадите в банката по телефона и да попитате има ли проблем с вашата карта.

Измами с дарения / помощи за болни

Това е най-отвратителната и отблъскваща злоупотреба чрез SPAM по електронната поща. При тази измама получавате сърцераздирателно писмо, в което се посочва връзка с фалшив сайт на Червения кръст или друга

благотворителна организация, където може да направите дарението си направо през Интернет. Например, такива случаи имаше веднага след трагедията с вълните-цунами в Тихия океан или урагана "Катрина" в САЩ. В други случаи жертвите са приканвани да помогнат за спасяването на болно дете и т.н. В случай, че получите подобно писмо, трябва да се замислите дали Червеният кръст би се обърнал към вас за съдействие чрез изпращането на SPAM?

Какво може да се направи срещу измамите?

На първо място, никога не отговаряйте на тези писма, в които се съмнявате!

Ако получите подобно писмо по електронната поща, пишете на съответния "abuse" адрес на доставчика на електронната поща, откъдето получавате писмото. Например, ако получите писмо от адрес с разширение yahoo.com, пишете на abuse@yahoo.com, съответно abuse@gmail.com, ако е получено от gmail.com и т.н. Приложете полученото писмо и поискайте този адрес да бъде закрит.

Оплакванията в полицията са по-скоро безсмислени, но след приемането и влизането в сила на новия Закон за електронната търговия, ще има специален административен орган, към който може да се отправят сигнали.

Полезни адреси за борба с измамите в интернет:

<http://home.rica.net/alphae/419coal/>
<http://www.fraudwatchers.org/>
<http://wiki.aa419.org>
<http://aa419.org/fakebanks/fakebankslist.php>
<http://www.419legal.org>



КАК ДА РАЗБИРАМЕ ПРАВИЛНО РЕКЛАМАТА?

КАКВО Е РЕКЛАМА?

Реклама е всяко съобщение, чиято цел е да насърчи реализацията на предлагани на пазара стоки и услуги.

Това съобщение може да бъде разпространено чрез различни носители: вестници и списания, рекламни листовки и брошури, радио и телевизия, Интернет, билбордове, рекламни сувенири и много други.

Онова, което различава рекламата от новините и другите видове съобщения, е нейната пряка и непосредствена цел да повлияе върху поведението на потребителите като ги мотивира да придобият определен продукт. Това

важи също и за т. нар. "имиджова реклама", при която не се рекламира точно определен продукт, а се представя фирмата или търговската марка, тъй като дори и в този случай, повишеното доверие в търговеца води до предпочитане на предлаганите от него продукти.

ПРЕДИМСТВА НА РЕКЛАМАТА ЗА ПОТРЕБИТЕЛЕТЕ

Рекламата е основен източник на потребителска информация. Чрез нея потребителите научават за нови продукти, изгодни предложения, новооткрити търговски обекти. По този начин значително се улеснява техният избор. Рекламата е силен фактор в налагането на прозрачност

От 10 юни 2006 г. влиза в сила новият Закон за защита на потребителите. Никой закон не може да изпълни предназначението си, ако не се познава от хората, за които е предназначен. С този закон българското потребителско законодателство се хармонизира напълно с европейското. В няколко поредни броя ви представяме тематично важните за потребителя изисквания на закона.

на пазара и в развитието на конкуренцията, като по този начин съдейства за повишаването на качеството на продуктите и установяването на справедливи цени.

РИСКОВЕ

Информацията от рекламата не е нито обективна, нито пълна. Нейната цел е да привлече потребителя и да стимулира продажбите. Сляпото доверяване на рекламата може да доведе до сериозни разочарования у потребителите.

Освен това, рекламата стимулира така наречените "импулсивни покупки", при които решението не се взема след преценка на нуждите и съпоставка на предлаганите продукти, а на база емоционалното въздействие от рекламата. Подобни покупки нерядко също разочароват потребителите, тъй като след първоначалната еуфория се оказва, че продуктът е ненужен или пък неоправдано скъп.

ЗАКОНОВИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ РЕКЛАМАТА

За да намали рисковете и негативите на рекламата, Законът за защита на потребителите забранява двете най-фрапиращи злоупотреби - заблуждаващата и непочтената ре-

клама и въвежда стриктна регулация по отношение на сравнителното рекламиране. Целта е да се защитят икономическите интереси на потребителите, но и тези на лоялните търговци, които също биха били увредени ако в резултат на измамната реклама клиентелата се пренасочи към техен конкурент.

ЗАБЛУЖДАВАЩА РЕКЛАМА

Заблуждаваща е всяка реклама, която, поради своето съдържание или начин на представяне, въвежда потребителите в заблуждение, и по този начин може да повлияе на тяхното икономическо поведение или да увреди интересите на конкурент.

Всяка форма на заблуждаваща реклама е забранена!

На практика заблуда може да се постигне по най-различни начини. Най-разпространени са неверните твърдения, преувеличенията, премълчаването на съществена информация, подчертаването като изключителни на качества и характеристики, присъщи на всички продукти от съответния вид и др.

За да е налице заблуждаваща реклама, трябва една съществена част от потребителите - адресати на съобщението - да бъ-

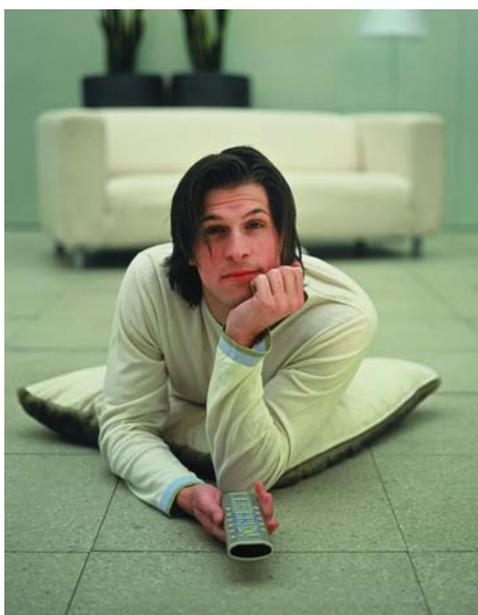
дат реално заблудени. Това означава у тях да се създадат представи, които не отговарят на реалността. Ако твърдението е очевидно невярно, то не би могло да се говори и за заблуждаваща реклама.

Необходимо е също така заблудата да е от такова естество, че да може да повлияе на пазарното поведение на потребителя, т. е. да се отнася до съществени свойства на продукта, неговата цена, условията при които се предлага и т. н. Ако невярното твърдение не пови-

дизвикват безпокойство или страх; обещават лесни печалби; използват липсата на опит у хората; имитират утвърдени продукти и марки; влияят отрицателно върху подрастващите; изтъкват непроверими предимства; използват елементи на насилие.

Непочтените реклами са забранени!

Освен че влияят отрицателно върху пазара, някои форми на непочтени реклами могат да накърнят и обществения ред и порядък.



КАК ДА ИЗВЛЕЧЕМ ПОЛЗА ОТ РЕКЛАМАТА?

Рекламата е един от основните източници на информация за пазара. Тя може да даде ценна информация за предлагането. Разумното решение за покупка на даден продукт обаче не бива да бъде взето единствено на база рекламните съобщения. Ако потребителят прояви

интерес към рекламираната стока или услуга, особено ако тя е на по-висока стойност, той би трябвало да събере и допълнителна информация, например от специализирани издания, от потребителски организации и др., вкл. и да съпостави офертата с други подобни в други магазини или да проучи възможността да закупи друг продукт със сходни качества, който може да задоволи в същата степен неговите нужди.

С други думи - рекламата е ценна за насочване на интереса, но не е достатъчна, за да мотивира покупката.

Особено опасни за потребителите са реклами,

НЕПОЧТЕНА РЕКЛАМА

Непочтената реклама привлича вниманието и интереса на потребителите по обществено неприемлив, обиден или скандален начин.

Непочтени са например рекламните, които съдържат дискриминационни твърдения; накърняват човешкото достойнство; пре-



които създават емоционално усещане или представят продукта като част от определен начин на живот, т. нар. life style реклами. Специално младите и неопитните потребители често стават "жертва" на подобни внушения.

блуждаващи, непочтени или непозволените сравнителни реклами или имат съмнение, че някои реклами са такива, те могат да се обърнат за съдействие към Комисията по търговия и защита на потребителите или към потребителско сдружение.

КАК ДА СЕ ЗАЩИТИМ ОТ НЕЛОЯЛНИ РЕКЛАМИ?

Ако потребителите са станали жертва на за-

В случай, че потребителят е претърпял директни вреди от рекламата, той може да потърси самостоятелно или в рамките на колективен иск обезщетение по съдебен ред.

ПОЛЕЗНИ СЪВЕТИ

1. Не се доверявайте сляпо на рекламните. Никъде не съществува изискване те да са обективни. Приемайте критично всичко казано в тях.

2. Особено критично се отнасяйте към рекламните, които акцентират върху емоционалното въздействие.

3. Преди да вземете решение за покупка обмислете внимателно дали действително се нуждаете от продукта и дали не бихте могли да задоволите същите потребности с друг продукт.

4. Преди да купите даден продукт, се стремете да проверите информацията от рекламната по друг начин - чрез специализирани книги и списания, чрез консултация с потребителско сдружение или просто като посетите търговския обект и внимателно се запознаете с продукта.

5. Възпитавайте у децата критичност към рекламните. Поради своята доверчивост и липса на опит, те са особено уязвими за рекламните въздействия социална група.

РАЛФ НЕЙДЪР -

ЗА ДЪРЖАВАТА, КОНТРОЛА И ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

"Живеем в система на корпоративен социализъм, където корпорациите капитализират печалбите си, а социализират загубите си. Облагат ни с данъци заради собствената си некадърност, грешки и безполезност"
Р. Нейдър



Ралф Нейдър (1934) е американски адвокат, завършил Харвард с отличие, посветил живота си на последователна борба за разкриване на злоупотреби с политическата власт и властта на мощните корпорации. Нейдър обаче не се задоволява само с разкрития и публикации. Неговият уникален принос е в това, че след като е изнесъл неприятните факти, не спира да води борба, докато не бъдат въведени закони за пресичане на злоупотребите и ограничаване правомощията на властимащите. Без да е заемал никога управленче-

ски пост, Нейдър използва знанията си на юрист и способностите си на организатор, активист и памфлетист, за да раздвижи общественото мнение и да прокара десетки реформи в широк кръг сфери от обществен интерес.

Нейдър е основател на множество организации и групи за защита на обществените интереси, като например Център за автомобилна безопасност, Граждани общественици, Група за изследване на обществените интереси, Проект за чиста вода, Център за

В този брой ще ви запознаем с най-активния защитник на съвременното потребителско общество. Неговите идеи, убеждения и действия са накарали хиляди хора да повярват, че потребителските им права трябва да се преследват безкомпромисно и упорито. Иницирираните и заведени от него дела срещу корпорациите в САЩ са добър пример и за потребителите в България, които, за съжаление, продължават да разчитат на държавата, когато трябва да се отстояват техните права.

права на инвалидите, Център за права на пенсионерите, Група за отговорност на корпорациите, Обществени действия в авиацията, Център за изследване на застраховането, Група за изследване на данъчното облагане, Основна информация за граждани, Наблюдатели на глобалната търговия, сп. "Многонационален монитор" и много др.

Ралф Нейдър е наричан "най-успешният социален критик на Америка". Наричан е още как ли не - от "ровещ се в калта" до "обществен защитник" и "рицар в потребителското общество". Той самият се нарича "обществен гражданин". Неговата добре обоснована и документирана критика на правителството и индустриалните корпорации има широк отзвук сред американското общество и спомага за осъзнаване на възможностите на самите граждани да ограничават бюро-

кратичната власт. Той е "най-упоритият гражданин на САЩ", според сп. "Тайм". Примерът му вдъхновява множество други защитници на гражданите, граждани активисти и адвокати в обществен интерес, които на свой ред създават свои организации из цялата страна.

Адвокатът-кръстоносец за пръв път се появява в заглавията на вестниците през 1965 г., когато издава първата си кни-



га - "Опасни при всяка скорост" - остра критика на автомобилната индустрия заради производството на небезопасни автомобили и дефектни автомобилни двигатели. Книгата става повод за дебати в Конгреса, в резултат на които през 1966 г. се издават серия закони за безопасност на автомобилите, изваждат се от употреба милиони дефектни двигатели и се спасява не един човешки живот.

Сред заслугите на Нейдър са най-малко осем големи федерални закона за защита на потребителите, като например: Закон за безопасност на автомобилите, Закон за чистотата на питейната вода, Закон за достъп до информация (1974) и др., създаването на контролни агенции по Безопасност на труда и Трудова медицина, Защита на околната среда, Защита на потребителя и др. Нейдър е автор на редица книги по въпроси от обществен интерес, като например опасностите от газопроводите, вредните излъчвания от телевизорите, радиоактивното излъчване, рисковите условия на труд в мините, вредностите в месопреработвателната и други промишлености и т.н.

През 1968 г. Нейдър и група студенти по право разследват Федералната комисия за търговия - агенция, натоварена от правителството със задачата да защитава интересите на потребителите от

некачествени стоки, мошенически бизнес практики и измамни реклами. Екипът

на Нейдър разкрива, че комисията "бъка от шуробаджанащина, манипулирана е от комерсиалните хищници и е непроницаема за граждански мони-



торинг". Докладът на Нейдър, публикуван през 1968 г., води до правителствено разследване и основни преобразувания в Комисията за търговия, а Нейдър печели нови привърженици сред гражданите и вдъхновява нови прояви на будна гражданска съвест.

Въодушевен от този успех, през лятото на 1969 г. Нейдър наема няколко десетки студенти за разследване на правителствени и корпоративни злоупотреби - некадърност и корупция в сега вече несъществуващата Междущатска търговска комисия, рискове за здравето от замърсяването на въздуха, липса на контрол от страна на Администрацията по храните и лекарствата и др. Представа за мащабна на Нейдър дава акцията му от 1970 г. - повече от 30 000 студенти, една трета от юридическия факултет на Харвард, кандидатстват за 200 работни места през лятото, които Нейдър създава с постъпленията си от публикации и платени лекции. Журналистът Уилиам Грайдър, по онова време репортер в "Уошингтън

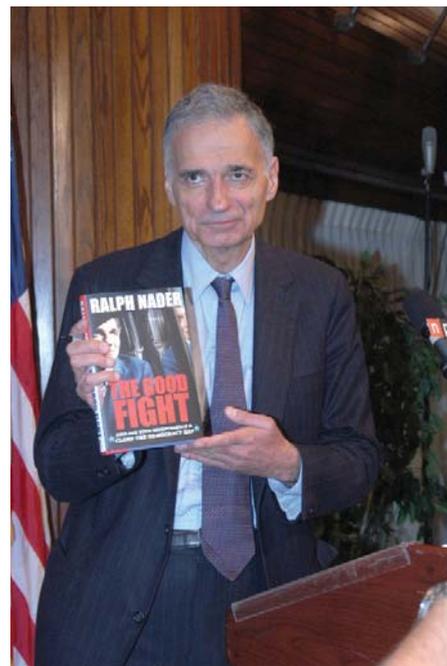
Пост", нарича напористите студенти "Рейдърите на Нейдър".

През следващите лета са организирани нови рейдове срещу замърсяването на водата, конфиденциалността на правителството, конфликта на интересите и концентрацията на власт в Първа Национална Сити Банка (сега "Ситибанк"), злоупотребите в домовете за стари и болни хора, опасностите от пестицидите в земеделието и разхищението на земя в Калифорния от строители и борсови посредници. До 1972 г. Нейдър вече е публикувал 17 книги. Амбициите му са да даде тласък на гражданския потенциал в едно модерно общество, доминирано от институционални гиганти - многонационални корпорации, тежка правителствена бюрокрация, професионални съюзи, университети.

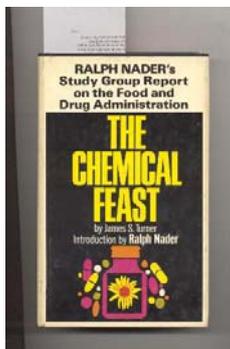
Нейдър счита, че Томас Джеферсън не е можел да предвиди как паричните интереси, прекалената конфиденциалност на властимащите, усложнените административни и съдебни процедури и самият огромен размер на населението в САЩ, ще подорнат, към средата на 20-ти век, основите на правителствената отчетност. Нито Джеймс Медисън - авторът на прочутото есе "Федералист No. 10", е можел да си представи, че резултатът от сблъсъците между конкуриращи се фракции с противоположни интереси няма да бъде в интерес на обществото. В този смисъл, създаването от Нейдър на свободни граждански организации за предста-

вителство на народа като цяло - "обществения интерес" - е смело и новаторско начинание в американския политически живот. Демонстрирайки, че и отделната личност, въоръжена с факти, сила на духа и творческо вдъхновение може действително да осъществи важни реформи, Нейдър доказва значението на гражданина в модерното масово общество.

Постигнатото от Нейдър за над 30 години дейност е забележително - множество законодателни промени, десетки нови правителствени програми за защита на гражданите, подобряване условията на труд в редица промишлени



отрасли и извоюване на свободен достъп до информация. Нейдър не само създава мрежа от организации на активисти на територията САЩ, но и влиза в контакт с активисти от други държави. Нейдър гордо нарича себе си "гражданин на пълно работно време" и смята, че всеки човек би трябвало да отделя поне малко от времето си за работа в полза на обществения интерес.



ПАРАДОКСИ: ЕЛЕКТРОРАЗПРЕДЕЛЕНИЕ СЪВЕТВА КАК ДА ПЕСТИМ ЕНЕРГИЯ

Възможно ли е електроразпределително дружество да дава съвети на потребителите как да пестят ток? Звучи невероятно, не е факт - EVN България ЕАД (представител на австрийското дружество EVN AG) е мажоритарен собственик на два електроразпределителни центъра в Югоизточна България и на страницата на дружеството в Интернет са поместени много съвети относно пестенето на електроенергия. Ето някои от тях:

- ❖ От време на време размразявайте и хладилниците с полуавтоматична уредба за размразяване. Дебелият слой лед изисква ненужно количество енергия.

- ❖ Поставяйте само охладени хранителни продукти в хладилника или фризера.

- ❖ Избягвайте честото и продължително отваряне на хладилника и фризера. Прегледно сортираните хранителни продукти Ви спестяват дългото търсене.

- ❖ Хладилните и дълбоко замразяващите уреди с по-силна топлоизолация са по-скъпи от обичайното изпълнение, но използват до 40 % по-малко електроенергия.

- ❖ Не поставяйте уреда за охлаждане в близост до печка или отопление. Колкото по-ниска е температурата на околната среда, толкова по-ниска е консумацията на електроенергия на уреда.

- ❖ Микровълновите уреди са изключително подходящи за затопляне на малки порции; при по-големи количества готварската печка е по-ефективна.

- ❖ Използвайте енергоспестяващата програма на пералната машина. Нормално замърсеното светло пране е чисто и при 60°C.

- ❖ При печенето на фурна използвайте и остатъчната топлина. Например при печене изключвайте фурната 10 минути, преди ястието да стане готово.



- ❖ Спуснатата дълга завеса, която отделя отоплителния уред от стаята, значително намалява отоплителната мощност и повишава топлинните загуби.

- ❖ Чрез ненужно продължителното и често отваряне на прозорците се губи неконтролирано голямо количество топлина. Ето защо, проветрявайте през редовни интервали от време за кратко, но интензивно.

- ❖ При конвекционни фурни може да се пече на няколко равнища и се спестява предварителното загряване. Честото отваряне на вратите на фурни излиза скъпо.

- ❖ Консумацията на електроенергия на сушил-

нята за пране зависи, между другото, в значителна степен и от остатъчната влага в прането за сушене. Ето защо в сушилнята се поставя само много добре центрофугирано пране.

- ❖ При използването на сушилня за пране Вие трябва предварително да го сортирате по плътност и желаната степен на изсушаване. Изборът "влажно

за гладене" вместо "напълно сухо" помага, да се спести енергия.

- ❖ Не плакнете съдовете под течаща топла или студена вода. Само ги избършете, преди да ги поставите в съдомиялната машина.

- ❖ При миенето на по-малко замърсени съдове в миялна машина избирайте по-ниска температура.

- ❖ Ползвайте енергоспестяващи лампи вместо обикновените електрически крушки с нажежаема жичка.

- ❖ При покупката на електрически бойлер обърнете внимание на топлоизолацията на уреда, ще спестите до 300 kWh

енергия годишно.

- ❖ При варене използвайте само подходящи съдове с плоско дъно и добре затворен капак. Използвайте го, значително ще съкратите процеса на варене.

- ❖ Тъмните метални форми съкращават, а керамичните форми удължават продължителността на печене и пържене.

- ❖ Можете да постигнете минимална консумация на електроенергия от готварските плочи, ако използвате при варенето съдове с електрически дъна и дъното на съда покрива напълно готварската плоча.

- ❖ Вътрешното пространство на микровълновия уред трябва да е чисто, защото остатъците от ястията отнемат енергия при всяко използване, което увеличава времето, пред което уредът е включен.

- ❖ Ще спестите електроенергия, ако предварително изперете силно замърсеното пране.

- ❖ Електронните часовници на електрическите уреди като електрически фурни, микровълнови фурни, радио-часовници и др. изразходват между 17 и 53 kWh за година на уред.

- ❖ Отражателните екрани на осветителните тела дават повече светлина и изразходват по-малко електроенергия.

- ❖ Входът за топла вода към съдомиялната машина е практичен, когато водата се затопля по евтин начин, например чрез слънчеви батерии или с термопомпа.

ВНИМАНИЕ!

ОПАСНИ ЕЛЕКТРИЧЕСКИ ГИРЛЯНДИ!

През ноември и декември с приближаването на Коледните и Новогодишните празници инспектори от Главна Дирекция "Надзор на пазара" към Държавната агенция за метрология и технически надзор извършиха проверки на светещи коледни украси в 57 търговски обекта. От проверените 111 броя продукти - светещи гирлянди, се установи че 75 броя от тях не отговарят на изискванията на Закона за техническите изисквания към продуктите.

Установените несъответствия се отнасят до:

- ❖ липса на маркировка Со - при 62 броя;
- ❖ липса на информация за адреса на управление на вносителя или производителя - при 37 броя;
- ❖ липсваща или непълна информация

за монтаж и експлоатация - при 60 броя.

Липсата или непълната информация за монтаж и експлоатация на стоката е основна за гарантиране на безопасната работа с продукта от страна на потребителя.

Срещу 46 от проверените търговски обекти са предприети Административно-наказателни мерки.

Инструкцията или предупредителните текстове към тази група продукти трябва да съдържат следната информация:

❖ за средата, където е възможна инсталацията им (на открито или в помещения);

❖ за типа на лампите или техническите данни за тях, обявено напрежение за цялата верига, максимална мощност и броя на лампите, елементи на светещата украса;

❖ включването в мрежата трябва да става след разпаковане на продукта;

❖ безопасната замяна на изгорели лампи да става само при изключен от мрежата щепсел с лампа с аналогични характеристики.

❖ свързването на изделието към електрическата мрежа да става чрез стандартен двуполусен щепсел, свързан с кабел, а не с отделни изолирани, съмнително тънки проводници.



РИСКОВИ ЗА ЗДРАВЕТО СА СЪЩО БИБЕРОНИ, ЗАВИВКИ, ТЕЛБОД И КАКВО ЛИ НЕ...

Спално бельо, произведено в Китай, както и дамски кожени ръкавици, продавани по тържищата в страната, предизвикват остри алергични реакции и обриви заради багрилата и химикалите, с които се обработват при производството. Те са забранени и са изтеглени от складовете на едро, където са засечени, но не е ясно какво количество се продава на дребно в търговската мрежа.

Сред опасните стоки има тайвански биберони, от които висят игли вместо пластмасови приспособления за закачане. От шегаджийски телбод, внесен от Китай, пък удря силен ток като от електрошокова палка. Чукове и триони с неправилна конструкция могат да причинят тежки наранявания.

Червеният пипер, оцетът, детските закуски и сокчета гаражно произ-

водство са стоките, за които търговците на едро най-често не могат да покажат документ за произход и качество. За тях просто няма доказателство, че са безвредни.

Неотдавна от пазарите бе иззет червен пипер с примеси на стрити керемиди.

Липсата на документи за произход и качество на храната е най-честото нарушение, установявано по пазарите на едро. У

нас има 73 лицензирани тържища, още толкова работят без разрешително.

В много от случаите търговците не издават фискални бонове и фактури и не водят дневници, което би дало възможност да се проследи пътят на всяка опасна партия. Ако в детска градина или у дома някой се натрови, няма да е ясно откъде е дошла некачествената стока.

ПОЛЕЗНИ СЪВЕТИ КОГАТО КУПУВАМЕ...

ПРИНТЕР

В последните години пазарът изобилства от различни модели принтери, като качеството на копията при всички от тях се е подобрило значително, а себестойността им намалява. Днес вече и цветното копиране не е екстра, запазена само за машините от висок клас. С изобилието от модели и цени обаче идва и объркването.

На пазара основно се предлагат четири типа принтери, като всеки има своите предимства и недостатъци. За това е важно преди на пристъпите към закупуване да си изясните за какво точно ви е необходим принтерът, за да можете максимално да се възползвате от преимуществата на съответния модел.

1. Лазерен принтер

Ако ви трябва бърз принтер с високо качество на копията, то тогава ви е нужен именно ла-

зерен принтер. Механизмът му на действие включва лазерен лъч, който променя електрическият заряд на барабана. В следствие на това върху заредените му участъци се полепва тонер, който чрез създаващата се температура и налягане се прехвърля върху хартията. Лазерните принтери дължат бързината си на факта, че страниците се изпращат към барабана дори преди тонера да е обработен. Това значително намалява времето за възпроизводство на копие, както и води до увеличаване на броя копия направени с една касета. Някои касети могат да издържат до 15 000 копия преди да трябва да бъдат заменени. Друг голям плюс на лазерните принтери е тяхната резолюция, която при някои модели достига до 2400 DPI (Dots Per Inch - точки на инч). С опцията за усилване на резолюцията тези показатели биха могли да са още

по-високи. В допълнение към това те са способни да принтират почти неограничен брой шрифтове.



Ако обаче ви е нужен принтера за цветно копиране, трябва да имате предвид, че цената както на машината, така и на самото копие значително скача, като достига до 5-10 пъти по-високи стойности.

Ако обаче ви е нужен принтера за цветно копиране, трябва да имате предвид, че цената както на машината, така и на самото копие значително скача, като достига до 5-10 пъти по-високи стойности.

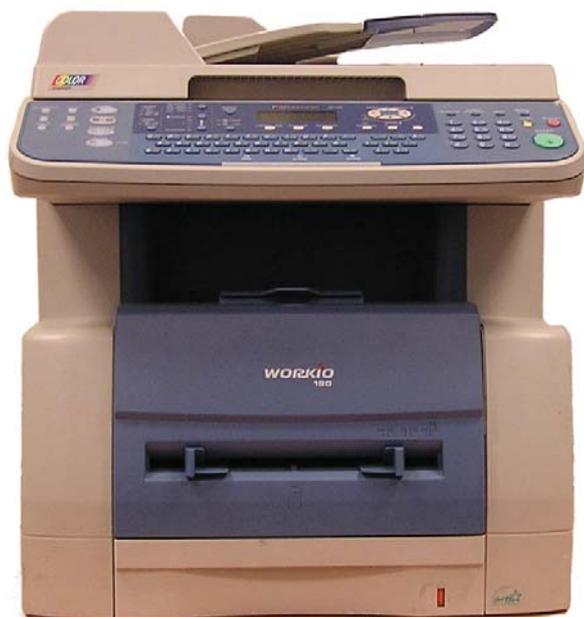
2. Маслилено-струен принтер

За разлика от лазерните, маслилено-струйните принтери работят като впръскват йонизирано мастило върху лист хартия. Това се постига като се използват намагнетизирани пластини, които насочват мастилото върху листа по желания начин. Особено популярни са моделите с две касети - едната съдържа черно, а другата синьо-зелено, лилаво и жълто мастило. По този начин могат да се възпроизведат 16 милиона различни цветови комбинации. Система с

две касети дава възможност за високо качество при черно-бялото принтиране и намаляване на цената на копието, като не се използват цветните глави. Вече съществуват и принтери с нов вид пигментно мастило, което е много устойчиво и копията не избледняват.

Маслилено-струйните принтери са в състояние да възпроизведат копие с високо качество, което да е почти идентично с копието получено от лазерен принтер. Стандартният маслилено-струен принтер има резолюция от 300 пиксела на инч, въпреки че новите модели имат значителни подобрения в тази област.

Като правило маслилено-струйните принтери са по-евтини от лазерните. При тях обаче себестойността на отделното копие е по-висока, затова трябва да изчислите дали е по-изгодно да платите по-висока цена за принтер за сметка на по-евтините копия или количе-



ството на копията, които правите не е толкова голямо, че да си струва инвестицията в скъпа машина. При изчисляване на себестойността на копие то имайте предвид, че за мастилено-струйните принтери е наложително да се използва висококачествена хартия. В противен случай рискувате мастилото да се размаже.

3. LED и LCD принтери

Тези принтери, съвсем неправилно, често са окачествявани като лазерни. Заблуждението идва от факта, че качеството на копията, както и цената им, е доста близко до това на лазерните им събратя. Процесът на принтиране е почти идентичен, но при LED принтерите се използват светоизлъчващи диоди (Light Emitting Diodes), откъдето идва и името, а при LCD принтерите се използват течни кристали.

4. Матрични принтери

Матричните принтери възпроизвеждат копията, като правят перфорации върху мастилена лента и по този начин създават желаните символи върху

хартията.

Този тип принтери вече се смятат за остарели, като основният им недостатък е, че са изключително шумни при работа, а и скоростта, както и качеството им на печат, не са особено добри. От друга страна, ако ви се налага да отпечатвате формуляри, които са по-големи от една страница, матричният принтер е принтерът за вас, тъй като нито лазерните, нито мастилено-струйните имат такава възможност.

Ето още няколко неща, които да имате предвид при избора на принтер:

Обърнете внимание дали принтерът е съвместим с операционната система на компютъра ви. Ако сте Windows потребител, няма за какво да се тревожите, защото по правило принтерите вървят със съответният соф-



туер предназначен за тази програма. От друга страна обаче, ако използвате MacOS, Linux, Unix или друга система с отворен код, е почти сигурно, че към принтера не са включени нужните драйвери. Това означава, че или трябва да си ги набавите сами от интернет или друг източник, или да смените операционната си система.

Не се вторачвайте единствено в резолюцията на принтера. Разбира се, колкото повече пиксела има на квадратен сантиметър, толкова по-добро е качеството на печат, но значение имат и формата и разположението на пикселите. За това ви съветваме да не взимате решение, позовавайки се само на този показател.

Не се доверявайте напълно на обявената скорост на печатане. Тя зависи основно от това какво точно печатате и при каква резолюция, но едва ли някога при реални условия ще достигнете заявената продуктивност. Не може да се ориентирате и чрез сравня-

ване на скоростта на избирания от вас принтер с тази на другите, защото всеки производител използва различни методи за определянето ѝ.

Екстри

Ако в дома или офиса ви има повече от един компютър помислете дали да не вземете принтер с мрежови функции, което ще позволява принтиране от всеки компютър, включен в локалната ви мрежа. Съществуват и комбинирани модели, които включват сксерокс и скенер, както по този начин се пести място. Недостатъците на този мултифункционален тип принтери е, че качеството на сканиране не е така високо, както на самостоятелните скенери, а и ако някоя част се повреди на ремонт трябва да бъде занесен целият модул.

И не забравяйте, най-сигурният начин да направите добра покупка, за която после да не съжалявате, е чрез предварително проучване на интересувашата ви стока!



ДЪРЖАВНА АГЕНЦИЯ ПО МЕТРОЛОГИЯ И ТЕХНИЧЕСКИ НАДЗОР - ДАМТН

Държавна агенция по метрология и технически надзор е самостоятелно ведомство - второсетепенен разпоредител с бюджетни кредити към министъра на икономиката. Нейните основни функции са:

- ❖ в областта на държавното управление на метрологията: изготвяне и предлагане за утвърждаване на национални еталони и на дългосрочна програма за развитие на националните еталони; одобряване или отнемане на одобряването на типа на средства за измерване и определяне на периодичността на последващите проверки на средствата за измерване; оправомощаване или отнемане на оправомощаването на лица за извършване на проверка на средства за измерване; осъ-

ществяване на метрологичен надзор;

- ❖ в областта на надзора върху пазара: осъществяване на надзор на пуснатите в действие продукти, за които има съществени изисквания, определени в подзаконови актове към Закона за техническите изисквания към продуктите; издаване и отнемане на разрешения на лица за оценяване съответствието на продуктите със съществените изисквания Закона за техническите изисквания към продуктите; осъществяване на технически надзор на съоръженията с повишена опасност; издаване и отнемане на лицензии на лица за осъществяване на технически надзор на съоръженията с повишена опасност;

Към Държавната агенция по метрология и технически надзор може да се обръщате за:

- ❖ Използване от търговците на везни или други средства за измерване с неверни показатели;

- ❖ Опасни промишлени стоки, установени в наредби към Закона за техническите изисквания към продуктите;

- ❖ Неравномерно използване на знака "СО";

- ❖ Продажба на некачествени течни горива.

Контакти:

Главна дирекция "Надзор на пазара"
София 1000,
ул. "6-ти септември" №21
Тел: (+359 2) 980 92 96, (+359 2) 989 8488 вѣтр. 393/353,
факс (+359 2) 988 32 32
e-mail: mktinspdiv@sasm.orbitel.bg

Главна дирекция "Мерки и измервателни уреди"
София 1125,
бул. "Г.М.Димитров" 52 б
Тел: 02/9711101; 02/8735298; 02/8737670
e-mail: metrolog1@abv.bg
Главна дирекция "Контрол на качеството на течните горива"
София 1784,
ул. "Проф. Петър Мутафчиев" №2
Тел.: (+359 2) 975 38 12, тел./факс: (+359 2) 762 490
e-mail: fuelinsp@mail.orbitel.bg

Координати на БНАП

София 1000

ул. "11 Август" № 10
тел. 989 01 06
тел./факс 989 01 07
E-mail: bnap@bnap.org

Варна 9000

ул. "Ал. Малинов" 23
тел. 052/612443
E-mail: varna@bnap.org

Русе 7000

ул. "Отец Паусий" № 4 Б, ет. 2
тел./факс 082 / 82 40 79
E-mail: ruse@mail.bg

Разград 7200

ж.к. "Освобождение" 34, П.К. 237
тел. 084/66 16 94
факс: 084/66 06 68
E-mail: bafe@ngo-rz.org

Габрово 5300

пл. "Възраждане" 5, ет.5, офис 11
тел.: 066/ 809138
E-mail: cregab@abv.bg

Благоевград 2700

ул. "Тодор Александров" 23, ет 7
тел.: 073/882309
E-mail: tsvhristova@abv.bg

Бургас 8000

ул. "Ал. Велику" 3 ет. 2
Тел.: 056/827636
Факс: 056/825577
E-mail: mira_sd@yahoo.com

Сливен 8800

Ул. "Александър Стамболийски" 1
КОМПЛЕКС „ПЕЧ“, ет. 5, стая 6
Тел.: 044/500403
Факс: 044/626156
E-mail: bsr_plamen@abv.bg

Интернет:

<http://www.bnap.org>



Издание на
Българска национална асоциация на потребителите.
София 1000, ул. 11 Август №10, тел. 989 01 06,
e-mail: bnap@bnap.org

Редакционен екип

Василена Чонова, Богомил Николов, Еленка Миндова,
Николай Златев, Асен Ненов, Иван Минков

Настоящото издание е изготвено със съдействието на Европейския съюз. Отговорност за съдържанието на тази публикация носи единствено БНАП и по никакъв начин не може да се счита, че то изразява Възгледите на Европейския съюз.

Издава се с финансовата подкрепа на Европейския съюз.
Програма ФАР "Развитие на гражданското общество"
2002