



АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ

www.aktivnipotrebiteli.bg



Храните

На кого да вярва потребителят



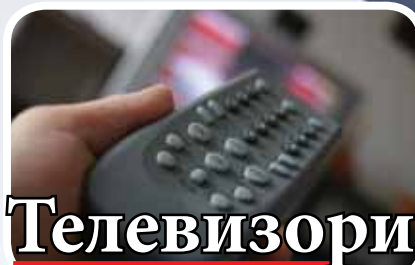
Кредити

Какви са рисковете



Туризъм в ЕС

Резервации по интернет



Телевизори

Съвети за добра картина

Тест на детски колички

Тест на навигационни системи

ISSN 1314-0353



9 771312 783004 >

Съдържание



Актуално 3-4

Разговорите в роуминг поевтиняват 5

Качеството на храните 6-7



Кредит със завързани очи 8

Да пресушим бутилката 10-11



Туристите в ЕС не са защитени при резервации по интернет 12



Чист ли е мобилният ви телефон 21

Защо изчезват пчелите 21



стр. 13-16

Детските колички - съвети при покупка и употреба

Детските колички се избират и купуват от родителите, но реалният ползвател - бебето няма право на мнение. Много родители се чувстват главозамаяни от разнообразието на модели на пазара и просто не знаят как да изберат най-подходящата.



стр. 17-20

Навигационни системи

Безспорните предимства на технологията я налагат в бизнеса и живота на хората



Финансова грамотност онлайн 22

Световна енергийна харта 23



Е номера в месните продукти 24

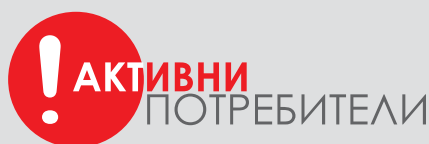
Автогол 25

Как да поддържа хигиената в дома 26

Опасни стоки 27

Списание "Активни потребители!" не публикува търговски реклами. Издържа се само от вашата подкрепа. Купувайки списанието, вие поддържате независимостта ни от интересите на търговците!

Списание "Активни потребители!" публикува уникални, експертни и независими изследвания, които ви пестят време и пари. Без вашата помощ то няма да може да съществува! Можете да ни подмогнете като се абонирате за Списание "Активни потребители!"



Списание "Активни потребители!" е списанието, което ви помага:

- да получавате най-доброто качество срещу парите си
- да познавате правата си
- да сте информирани за важните потребителски теми

Издание на
Българска национална асоциация Активни потребители

Председател
доц. д-р Даниела Иванова

Изпълнителен директор
Богомил Николов

Редакционен екип
Мария Попова
Богомил Николов
Светослава Банчева
Николай Златев

Разпространение
Венета Пейчева

Печат
Алианс Принт

ISSN 1314-0353

За абонамент
www.aktivnipotrebiteli.bg/abonament/

Банкова сметка
IBAN: BG67 FINV 9150 1000 0652 34
BIC: FINVBGSF
Първа Инвестиционна Банка АД,

За контакт
София 1000
ул. "Врабча" № 26
тел. 02/989 01 06
факс. 02/989 01 07
bnap@bnap.org
www.aktivnipotrebiteli.bg

Потребителите срещу iPhone 4

Apple си призна?

Компанията, която успя да продаде за броени дни 1,7 милиона апарата от новия си модел, най-накрая призна, че работи по актуализация на софтуера, за да разреши проблем с покритието.

Загубата на сигнал на новия iPhone 4 на Apple Inc може да струва на компанията около 1,5 милиарда щатски долара, ако се наложи продуктът да бъде изтеглен и ремонтиран. Според някои мнения проблемът може да се реши и доста лесно само с поставянето на гумено калъфче на телефона. Корпоративната етика предполага Apple да снабди своите клиенти с това калъфче и да смекчи отзвук на един от най-грандиозните потребителски скандали в световен мащаб. Компанията обаче не само не се постаря да намали размерите на скандала, но настояваше потребителите да заплатят 29 долара за калъфчето - продукт, чиято себестойност е в пъти по-ниска.

След множество медийни и потребителски атаки Apple смекчи тона и предложи на клиентите си въпросното калъфче безплатно. Изпълнителният директор Стив Джобс заяви, че smartphones апаратите не са перфектни, но обвини медиите, че се опитват да съсипят репутацията на компанията. Той категорично отрече да има проблем с дизайна на антената. "Проблеми с покритието има цялата индустрия на smartphones", заяви Джобс.

Скандалът избухна, след като потребители на скъпото устройство се оплакаха, че сигналът изчезва, когато апаратът се

държи в определено положение. Ако пръстът или ръката докоснат определена точка в долната лява част на телефона, сигналът намалява или изчезва. Левичарите най-често държат телефона именно по този начин, но е възможно и хора, използващи предимно дясната ръка, да хванат телефона за момент с лявата. В тези случаи покупката на скъпия апарат се обезсмисля.



Последният удар срещу iPhone 4 дойде от Consumer Reports, влиятелна потребителска организация в САЩ, която заяви, че не препоръчва апарата на потребителите поради проблеми със сигнала. Моментът за Apple е много деликатен. Скандалът навреди на търговията на компанията на борсата точно преди публикуването на тримесечните резултати на фирмата. Пазарната стойност на компанията се срина с 16 милиарда долара от 28 юни насам.

Почивки в несъществуващи вили

Подвеждащи обяви дебнат туристите в интернет

Измамници, които се представят за собственици или управители на хотели и вили, предлагат нощувки на ниски цени срещу предплащане, съобщиха от Комисията за защита на потребителите (КЗП). Потребители се оплакват, че са се подвели от рекламни обяви и са си направили резервации за нощувки в определени обекти, а впоследствие се оказало, че те не съществуват. Такава се оказала несъществуващата къща - вила „Ана“ в село Чифлик, Троянско. За нея обяви са публикувани на сайтовете bezplatno.net и topobivi.com. Измамници са и потребители, които са резервирали настаняване в къща „Маунтин“ в град Априлци, кв. „Острец“ (в полите на връх Ботев).

КЗП препоръчва на потребителите да използват регистрирани туроператори и да не се доверяват на обявите в интернет. Легитимността на туроператорите може да бъде проверена и в публичния регистър на сайта на бившата Държавна агенция по туризъм.

Измами на български

Мошениците вече превеждат писмата си с google

Българските интернет потребители години наред получаваха измамни съобщения по имейла, че са спечелили много пари и награди в различни лотарии, томболи и конкурси. Доскоро тези съобщения бяха написани на английски и повечето хора не им обръщаха внимание. От известно време обаче измамниците превеждат съобщенията си на български. За целта те използват готова програма за превод (като например функцията на google - "преводач"). Писмата, подготвени по този начин, се познават по механичния (и понякога неадекватен) словоред, по странните правописни грешки и трудностите, които изпитва читателят, за да схване смисъла.

Пример за измамническо писмо

Уведомително писмо,

Бихме искали да ви отведе до информацията относно вашата спечелена награда от \$ 500,000.00 щатски долара, предоставени на Вас от нашата компания (Powerball BV ООД / ЕООД МКП).

Това е лотарията възлагат избрани чрез случаен подбор от нашите потребители на интернет и ние искаме да ви разберам, че тази сума е възлагат се регистрират във Висия съд в Лондон вашето име и е в процес на одобрение за да можете да си претенции.

По-долу е вашата Вземания Регионален представител подробности можете да напишете го за повече информация за това как да получат своята награден фонд звездни възлагат пари от \$ 500,000.00 щатски долара.

Пълно име: г-н Грей Хънт
Е-мейл адрес: gray_hunt114@live.co.uk

Пишете на това по-горе адрес на електронна поща за по-нататъшни инструкции, но не за се, че всяка информация лисица си фонд ще бъде дисквалифициран / анулира.

Webmaster.

Забрана на храни от клонирани животни

В момента в ЕС няма правила, които да разрешават или забраняват производството на млечни продукти и месо от клонирани животни

Членовете на Европейския парламент внесоха искане за забрана на храните от клонирани животни. Законопроектът включва и потомството на клонирани животни. Евродепутатите поискаха също да се наложи мораториум върху храните, използващи нанотехнологии, докато не бъдат отхвърлени потенциалните рискове за здравето на хората. След въведеното искане Европейският парламент подкрепи на 7 юли рационализирана разрешителна процедура, при която Европейският орган за безопасност на храните ще извършва оценка на риска.

В момента не съществуват правила в ЕС, които да разрешават или забраняват про-

изводството на млечни продукти и месо от клонирани животни. Депутатите призоваха за ново законодателство на ЕС, което изрично да забранява храните от клонирани животни и тяхното потомство, като междувременно се наложи мораториум върху тяхната продажба. Картика Лиотард е докладчикът на ЕП за новите храни. Тя заяви публично, че е притеснителна информацията за непропорционално високото ниво на заболявания и смъртност при клонирани животни. Ще се изисква също и върху опаковките на храни, които вече съдържат материали от клонирани животни, да се сложи предупредителен етикет.

Интернет достъп в Европа

От 30% в България до 90% в Холандия



През първото тримесечие на 2009 година 65% от домакинствата в Европейския съюз имат достъп до интернет спрямо 60% за същия период през 2008 година. Използването на ширококоловия достъп до интернет също бележи ръст - от 49% през 2008 г. до 56% за 2009.

Тези данни, публикувани от Евростат, са малка част от резултатите от проведено проучване за използването на информационни и комуникационни технологии от домакинства и частни лица в страните от ЕС, Норвегия, Исландия и Сърбия. Освен достъпа до интернет, проучването разглежда и допълнителни индикатори като пазаруването по интернет, е-правителство, както и други услуги, свързани с комуникациите.

Достъпът до интернет варира от 30% в България до 90% в Холандия.

През 2009 достъпът на отделни домакинства до интернет връзка надвишава 75% в Холандия (90%), Люксембург (87%), Швеция (86%), Дания (83%), Германия (79%) и Обединеното Кралство (77%). Най-ниските нива са регистрирани в Гърция, Румъния (38%) и България (30%). Използването на ширококолов достъп е най-голямо в Швеция (80%), Холандия (77%) и Дания (76%).

Почти 40% от хората пазаруват онлайн. За първото тримесечие на 2009 година 3/4 от хората между 16 и 24 години в ЕС използват интернет всеки или почти всеки ден, в сравнение с по-малко от 1/2 от всички във възрастовата група 16-74. Най-високо е потреблението отново в Холандия (90%), Дания и Естония (88%), Финландия и Швеция (87%), а най-ниско в Румъния (41%), Гърция (57%) и Ирландия (58%).

През 2009 средно 37% от гражданите на ЕС са поръчвали стоки и услуги по интернет, като данните варират от 2% за България, 5% за Румъния, 8% за Литва до 63-64% в Холандия, 66% за Великобритания. 40% от мъжете и 34% от жените са поръчвали стоки и услуги по интернет. Услугата се ползва повече от мъже, отколкото от жени в почти всички държави членки.

КЗП и „Уникредит Булбанк“ се споразумяха

Общите условия на банката се промениха в полза на потребителите

Комисията за защита на потребителите (КЗП) и „Уникредит Булбанк“ се споразумяха банката да направи подобрения в общите си условия в полза на клиентите. Въвеждат се по-ясни описания на начина, по който се формира лихвата по кредитите и на пазарните условия, при които тя може да се променя. Увеличаването на лихвите по кредитите ще влиза в сила, след като клиентът бъде уведомен за решението на банката, а не веднага след вземането му от Управителния съвет. При увеличаване на лихвата над определена стойност клиентите ще имат право да погасят предсрочно заема си и да прекратят договора си с банката, без да дължат допълнителни такси и неустойки.

Смяна на мобилния оператор на едно гише

Абонатите на мобилните оператори най-после могат да сменят компанията, без да ходят при стария оператор

Тромавата и бавна процедура по смяна на мобилния оператор вече е в историята. Клиентът първо подаваше заявление при настоящия си оператор, и след това – при новия. Тази процедура вече е облекчена значително - клиентът отива при новоизбрания оператор и си урежда отношенията само с него. Друга новост е, че услугата вече ще е безплатна за клиентите, а няма да струва 5 лева, както беше доскоро.



Разговорите в роуминг поевтиняват от 1 юли 2010 година

Максималните тарифи важат само в държави членки на ЕС

Разговорите по мобилни телефони в роуминг поевтиняват от 1 юли 2010 година в целия Европейски съюз (ЕС). Преди тази дата максималната цена за изходящо обаждаване в роуминг е 1.10 лева на минута с ДДС, а от 1 юли става 92 стотинки с ДДС. Пределната цена на входящите повиквания пада от 45 стотинки до 35 стотинки с ДДС. Тарифата за изпращане на есемес от чужбина се запазва. Тя остава максимум 26 стотинки с ДДС.

Получаването на есемеси е безплатно. И трите български мобилни оператора - Виваком, Мтел и Глобул трябва да намалят цените на обаждания в роуминг от 1 юли спрямо посочените нови тарифи.

Таксите за роуминг в ЕС се регулират от Европейската комисия (ЕК) с Наредба, която е в сила от 30 юни 2007 година. Тя въвежда таван на цените в роуминг на територията на ЕС - т.нар. „Евротарифа“, която намалява постепенно всяка година. Евротарифата е задължителна, без значение дали клиентът ползва предплатен или абонаментен план.

В съседните Македония, Сърбия и Турция роуминг таксите са много високи – до 6,99 лв. на минута за изходящо обаждаване

От 2011 година Европейската комисия ще задължи мобилните оператори да изпращат предупреждения на абонатите си, когато са в чужбина и сметката им надхвърли 50 евро (97,79 лв).



Какво трябва да знаете, ако се обажда от чужбина?

1. Максималните тарифи важат само в държави членки на ЕС. В съседните Македония, Сърбия и Турция роуминг таксите са много високи – до 6,99 лв. на минута за изходящо и 2,99 лв. на минута за входящо обаждаване.

2. Внимавайте при преноса на данни в роуминг. Ако пътувате в Европа, а мобилният ви телефон е с вграден GPS, той може автоматично да сваля от интернет карти на градовете, в които се намирате, без дори да разберете. Така сметката ви ще набъбне със стотици левове. Затова, преди да тръгнете на път, се уверете:

- че навигационната ви (позиционираща) програма не се нуждае от връзка с интернет;
- функцията за по-бързо позициониране с помощта на интернет е изключена;
- няма активирани други приложения, които използват вашето местоположение и автоматично генерират интернет трафик;
- не е включена функцията за автоматично обновяване на програми по интернет.

3. Не използвайте автоматични настройки за мрежа, когато пътувате в райони близо до границата, защото телефонът ви автоматично може да превключи на чужд оператор и да проведете скъпи разговори.

Максимална цена на роуминг на минута в лева (с 20% ДДС)

Максимална цена от чужбина	Изходящо обаждаване	Входящо обаждаване	Изпращане на SMS	Получаване на SMS
В момента	1,01	0,45	0,26	безплатно
От 1ви юли 2010	0,92	0,35	0,26	безплатно
От 1ви юли 2011	0,82	0,26	0,26	безплатно

Качеството на храните. На кого да вярва потребителят?

Доверието е основна величина на пазара, струва скъпо, но се отплаща щедро. Ще съумее ли българският бизнес да се научи да печели доверието на потребителя? Производителите на храни със сигурност все още не го умеят.

Печалбата е основната, ако не и единствена цел на всеки участник на пазара от страната на предлагането. Често пъти обаче стремежът към бърза печалба не носи ползи в дългосрочен план. Идеята, че трябва да се инвестира, за да се печели, е недолюбвана от българските производители. По аналогия с една стара еврейска мъдрост – ако инвестираш 5 лева, ще загубиш 1, ако инвестираш 10, няма да загубиш, а ако инвестираш 20, може да спечелиш 1, българските производители на храни ще бъдат принудени от пазара, сами да се убедят, че трябва много да се инвестира и то най-вече в доверието на пазара.

През последните няколко месеца в България най-сетне се заговори за качеството на храните, които консумираме. Дълги години хората си шушукаха и недоволстваха от видимо влошаващото се качество на най-популярните български храни, но в общественото пространство почти не се дискутираше нищо по проблема, защото както бизнесът, така и властта изповядваха принципа, че ако премълчиш проблема, той може да те отмени незабелязано, ако говориш за него, по-скоро ще го предизвикаш. Този подход, част от съветското наследство, е с печално доказан ефект, ако си спомним поне за Чернобил или подводницата Курск.

Ако се заговореше за качеството на храните, рано или късно щяхме да се сблъскаме с въпроса за ниските доходи на българите – основната причина за премълчаването на проблема. Пазарната логика е сурова

– качествените продукти са по-скъпи и на практика недостъпни за съществена част от населението на страната. Затова държавата и хранителната индустрия следваха негласното споразумение да си мълчат и да се правят, че проблем няма.

Малко разяснение на ситуацията

Стремежът към бърза печалба и ниската покупателна способност на хората накара много производители на храни да се откажат от традиционните методи на производство и да намалят себестойността на продукцията чрез използване на заместители и усвояване на най-модерни в света технологии. В сиренето започна да се добавя палмово масло и много калций, в бозата – тъжна поредица от Е номера вместо захар, а в хля-

ба – какво ли не. Тези процеси вероятно са необратими, защото се срещат не само у нас. В Гърция обаче никой не се бунтува срещу добавянето на растителни мазнини в сиренето, защото на етикета го пише и потребителят сам лесно може да различи кое сирене не е произведено по традиционната технология.

В България проблемът е друг – потребителят няма достатъчно доверие в информацията, която получава от етикета, рекламите и обясненията на търговците. И това мислене не е лишено от логика. Практически цялата информация, която потребителят получава под една или друга форма, идва от този, който предлага продукта на пазара – информацията в рекламите и на етикета се поставя от производителя, а търговците ненавиждат да изхвърлят непродадена-



та, но развалена храна и я предлагат като прясна до последно. Това автоматично създава предпоставки за съмнение и нищо не показва, че са положени някакви усилия да се спечели доверието на потребителя. Макар да са създадени законови изисквания за задължителна информация върху етикетите, това очевидно не е достатъчно на потребителя, защото той не вярва в безусловното им спазване, тъй като се усеща липсата на контрол.

Има ли шанс БДС?

В търсене на решение, първичната реакция на ситуацията извиква спомена по миналото и задължителните стандарти. Хората над тридесет години със сигурност си спомнят вкуса и вида на храните, произвеждани до преди двадесетина години. Всичко това се промени, защото Българските държавни стандарти вече не са задължителни. Не могат и да бъдат, поне докато България членува в Европейския съюз. Това означава, че говоренето за БДС е единствено губене на време, хартия и мастило.

Къде е държавата?

Пазарните принципи са безпощадни – това рано или късно ще трябва да се разбе-



ре от политиките, защото всяко неудачно или неспособно вмешателство в пазарния механизъм води до драстични изкривявания. Липсата на далновидност и способности да се защитят интересите на производителите на мляко преди присъединяването към ЕС доведе до драматични пазарни трусове. Сега преработвателите предпочитат да влагат в производството по-евтиното вносно сухо мляко и палмово масло, защото българските млекопроизводители не са в състояние да се конкурират с добре субсидираните си конкуренти от Западна Европа.

Във все по-глобализиращата се икономика рисковете от придобиване на опасни продукти се увеличават. Това поставя въпросът и за ефективен контрол на безопасността. Основната отговорност е на този, който пуска стоката на пазара, но не трябва да се разчита само на това, тъй като на пазара се срещат и недобросъвестни производители. Веднага възниква въпросът – какво общо има безопасността с качеството и може ли контролът върху безопасността да подобри качеството? Оказва се че има – поставянето на невярна информация върху етикетите, в опит да се прикрие истинското качество на продуктите, създава рискове за здравето на хората. Например, ако потребителят страда от диабет, консумирането на хляб, произ-

веден от бяло брашно и оцветители, става опасно за здравето. Много хора страдат от алергии към вещества, които ако не са отбелязани на етикета, също могат да заплашват здравето им. Затова държавният контрол трябва да бъде добре организиран, да внася респект у производителите и доверие у потребителите. Много още трябва да се направи за информирането на потребителите за контролната дейност на институциите.

Шанс за саморегулация

Терминът саморегулация едва ли сам по себе си ще спечели доверието на българина. Обаче зад това наименование се крие практика, която е постигнала много успехи на запад. Създаването на сертификационни схеми за качество, основани на браншови стандарти може съществено да повиши доверието на потребителите. За целта обаче е необходимо да се обособи необходимото разбиране в рамките на отделните браншове на производството. Сиренето Parmigiano-Reggiano например, по-известно у нас като пармезан, се произвежда само на някои места в Италия, само от някои производители и само от някои млекопреработватели. Това е така, не защото държавата е наложила стандарт за производство на пармезан, а защото през 1934 г. се основава Консорциум на всички производители на това сирене. В браншо-

вия стандарт дори е вписано, че кравата, от чието мляко се прави пармезан, трябва да е хранена само с трева/слама. Този консорциум полага основите на браншови стандарт – бизнесът сам решава, че е добре да запази традиционните технологии за производство и да не допуска измами.

Независимата информация

Освен че е необходимо у нас да се създадат и развият сертификационни схеми за качеството на продуктите, е нужно и да се тестват предлаганите на пазара продукти. Едно от изпитаните средства в Западна Европа е сравнителното изпитване на качеството от независими организации. Например в Германия държавата е създала независима фондация за тестване на стоките (Stiftung Warentest) още през 1964 година, която първоначално е била финансирана изцяло от държавата като в рамките на 20 години процентът на финансиране плавно е намалял до около 30%. Понастоящем държавното финансиране е под 10% като фондацията се издържа от продажбата на списанието, в което се публикуват резултатите от тестовите. Подобни организации съществуват в цяла Западна Европа и тяхното положително въздействие върху качеството на предлаганите на пазара стоки и услуги отдавна не учудва никой.

Възможно ли е нещо подобно да се развие и в България? Положителен отговор може да се даде само при наличието на държавническо мислене, което като че ли е все по-екзотично явление в българската политика.

Да теглиш кредит със завързани очи

Освен лихвения риск, българските банки прехвърлят върху потребителите и валутния, и ликвидния, и кредитния, и регулаторния, и оперативния, и политическия риск на страната.

Изменен и допълнен, от 31 август 2010 година в България е в сила Законът за потребителския кредит. Едностранната и произволна промяна на лихвите по вече отпуснати кредити, която досега банките прилагаха на ръба на закона, вече става легална с чл. 33а и т.6, §1 от допълнителните разпоредби. Всяка банка ще определя лихвите по кредитите – потребителски и ипотечни – по собствена „методология“. Това лишава потребителя от възможността да изчисли предварително разходите, които ще има по кредита и го принуждава да тегли „на сяло“.

Добрата практика, по която лихвеният процент по кредити се определя в света, е следната – плаващата лихва е сумата на пазарен индекс плюс фиксирана надбавка. По този начин определят лихвата кредитните институции в 20 държави от ЕС. Няколко малки и малко на брой банки го правят и в България. Това са Прокредит банк, Токуда, МКБ Юнионбанк и клонът на Алфа банк (по данни на финансовия портал „Моите пари“).

По този начин банката прехвърля на клиента само лихвения риск на паричния и капиталовия пазар, но не и своя индивидуален. Този риск се мери със стандартен лихвен индекс – например ЮРИБОР или ЛИБОР за кредити в евро. Индексът се изчислява и публикува от организация или институция, различна от кредитора и неговия длъжник. След отпускане на кредита по тази „методология“ банката само изчислява лихвата, а не я решава.

Длъжникът може във всеки момент да провери стойността, размера и посоката на промяна на лихвения индекс, заложен в договора и да пресметне собствената си лихва, като прибави договорената надбавка към индекса. Няма място за неясноти и спорове.

Как постъпват повечето български банки?

Защо в Закона за потребителския кредит се говори за „методология“, по която се определя лихвата, вместо просто и ясно да се каже, че тя е сума от две числа? За да могат банките да включат и други фактори във формиране на лихвата, които нямат нищо общо с кредит в, да речем, евро – като изменение на валутния курс долар/евро. Или пък такива, върху които мениджмънтът на банката може да влияе – например промени в качеството на кредитния портфейл или на структурата на активите и пасивите. Или такива, които зависят от регулаторни решения на БНБ като промяна в правилата за провиждане или в нивото на задължителните минимални резерви. Или пък такива, които директно се определят от време на време по решение на управителния съвет на банката. Тук не са изброени хипотези, а е описана реална практика на банките у нас.

Какви са последиците?

Определянето на лихви по стари кредити по „методология“ на банката означава, че освен лихвения, тя прехвърля върху кредитополучателя и валутния, и ликвидния, и кредитния, и регулаторния, и оперативния, и политическия риск на страната. На практика всички рискове, които биха могли да доведат до намаляване на печалбата ѝ. Така законът дава възможност на опериращите в България банки да си фиксират печалбата. Това създава монополни привилегии и комфорт на банките у нас, защото само монополът може да си фиксира печалбата. При неравнопоставеност на страните по сделката (кредитополучател – банка), съчетана с асиметрия на информацията, пазарът и конкуренцията престават да действат. Клиентът няма как предварително да вземе информирано решение може ли да си позволи кредита или не.



Банки, които обвързват базовия лихвен процент

Банка	БЛП	Базов индекс, участващ при формиране на БЛП	
		Кредити EUR	Кредити BGN
Alpha bank 	Да	3M EURIBOR+ надбавка	3M SOFIBOR+ надбавка
МКБ Юнионбанк 	Да	6M EURIBOR+ фиксирана надбавка	3M SOFIBOR+ фиксирана надбавка
Банка ДСК 	Да	S O F I B O R, EURIBOR или LIBOR + надбавка	
Банка Пиреос 	Да	ОЛП, SOFIBOR, EURIBOR, LIBOR, LEONIA, EONIA + надбавка	
ПроКредит Банк 	Не	6M Euribor+ надбавка (мин 10%)	3M Sofibor+ надбавка (мин 11%)
УниКредит 	Да	1M или 3M/6M EURIBOR+ премия + надбавка (БЛП = индекс + премия)	1M или 3M/6M SOFIBOR+ премия + надбавка (БЛП = индекс + премия)
ЦКБ 	Да	ОЛП+ надбавка (за потребителски кредити)	



БЛП (БЛП) с конкретен индекс + надбавка

Кредити USD	Кратко описание на приетата методология
n/a	БЛП за кредитните сделки за съответната валута се определя от Банката, в зависимост от пазарните условия и стойността на ресурса.
n/a	От договор за ипотечен кредит - Лихвата по кредита се формира от БЛП (лихвена основа) и фиксирана надбавка, в зависимост от валутата и прилаганата лихвена основа.
	БЛП + надбавка. Кредитите се оличават с плаваща лихва, образувана от SOFIBOR, EURIBOR или LIBOR и договорена надбавка за риск, посочени в Договора за кредит. Конкретните надбавки за риск в зависимост от вида кредит са посочени в Лихвения бюлетин.
	БЛП + надбавка. Клиентът се съгласява, че Банката има право да промени едностранно приложимия към съответния договор за кредит лихвен процент в неговата цялост и/или всеки един от неговите компоненти, независимо от техния вид и наименование (например индекс, база, надбавка и т. н.) при промяна някои от посочените индекси.
6M Libor + надбавка (мин 10%)	Лихвеният процент се образува от референтен индекс в зависимост от валутата на кредита, увеличен с фиксирана надбавка, определена в конкретния договор за кредит. Банката има право едностранно да променя договорения лихвен процент, при изменение от поне 1% на месец на стойностите на индексите на паричните пазари за съответната валута (EURIBOR, LIBOR, SOFIBOR, LEONIA, и др.);
1M или 3M/6M LIBOR+ премия + надбавка (БЛП = индекс + премия)	Годишен лихвен процент – формиран от променлив БЛП състоящ се от договорения пазарен лихвен индекс и премията определена от компетентния орган на банката, плюс фиксирана (непроменлива) надбавка. Пазарният индекс и периодичността му (SOFIBOR, EURIBOR, LIBOR или друг индекс, с различна срокност) се определя в зависимост от валутата и срока на кредита по взаимно съгласие на страните със самия договор за кредит. Увеличението на премията привежда БЛП в съответствие с цената на ресурса за банката според пазарните условия.
	БЛП на ЦКБ + надбавка. Банката си запазва правото при значителни промени в ОЛП да коригира своя БЛП. БЛП е лихвен процент, определен от банката, във връзка с отпусканите от нея кредити. Лихвеният процент по кредити е равен на БЛП плюс надбавка. БЛП се използва, за да се избегнат колебанията в ОЛП/основен лихвен процент на БНБ.

Банки, които обвързват БЛП с разходи по привличане на ресурс

Банка	Използва ли банката БЛП?	Базов индекс, участващ при формиране на БЛП	Кредити EUR	Кредити BGN	Кредити USD	Кратко описание на приетата методология
Райфайзенбанк 	Да (СБР)	Посочена е информация на сайта им от който индекс се образува СБР, но не могат да бъдат изведени калкулации.				СБР за съответния тип валута+надбавка. СБР се определя от цената на привличения ресурс (цената на междубанкови депозити) + др. законоустановени разходи (за ЗМР и вноски към ФГНВ).
ПИБ 	Да	Посочена е информация на сайта им от който индекс се образува БЛП, но не могат да бъдат изведени калкулации.				БЛП е съотношение между планираната стойност на пасива на Банката и пазарните лихви за същата валута, приложим към кредити в национална и чуждестранна валута.
Алианц 	Да	Посочена е информация на сайта им от който индекс се образува БЛП, но не могат да бъдат изведени калкулации.				БЛП се определя въз основа на средната цена на привличения ресурс + разходите по икономически елементи и нормативно регламентирани разходи (МЗР, ФГНВ и др.).
Емпорики 	Да	Посочена е информация на сайта им от който индекс се образува БЛП, но не могат да бъдат изведени калкулации.				БЛП отразява разходите във връзка с привличения ресурс (стойността на средствата по депозитите и др.).

Банки, използващи БЛП, без посочване на конкретен индекс

Банка	БЛП	Базов индекс, участващ при формиране на БЛП	Кредити EUR	Кредити BGN	Кредити USD	Кратко описание на приетата методология
SG Експресбанк 	Да	Не е посочена информация на интернет страницата от който индекс се образува БЛП на банката.				Лихвеният процент представлява сбор от Базисния лихвен процент на Банката, наричан БЛПСГЕВ, във валутата на кредита и надбавката, посочена в договора за кредит. Промяна на лихвата се предприема ако БЛПСГЕВ се увеличи или намали с повече от 2 пункта.
ОББ 	Да	Не е посочена информация на интернет страницата от който индекс се образува БЛП на банката.				Няма изложена информация за приетата методология. Посочени са стойностите на БЛП, но не и как се формират.
Юробанк И Еф Джи 	Да	Не е посочена информация на интернет страницата от който индекс се образува БЛП на банката.				Годишната лихва за редовна главница по кредити на физически лица се формира като сбор на (БЛП) за съответния вид кредити и период на начисляване на лихвата плюс фиксирана договорна надбавка. Промяна в БЛП се приема при съществени промени в пазарните условия (свързани с колебанията/измененията на борсовия курс/индекс и/или размера на лихвения процент на финансовия пазар и др.). Посочени са самите стойности на БЛП и надбавката, но не и тяхното образуване.
СИБанк 	Да	Не е посочена информация на интернет страницата от който индекс се образува БЛП на банката.				По предоставени кредити в лева и валута банката събира лихва, равна на Банковия лихвен процент (БЛП), определян от УС на СИБАНК, действащ през съответния период, плюс договорена надбавка.

Да пресушим бутилката

Какво значи да
злоупотребяваш с
алкохол и какви са
последците от това?



Едно от най-разпространените вещества, водещи до пристрастяване, е алкохолът. В съзнанието на много хора „общественото пиене“ е свързано с отпочиване и развлечение. Рекламата го представя в романтична светлина, свързвайки го със забавата и секса, и прикривайки вредното му въздействие. Понятието „злоупотреба с алкохол“ означава консумация на сериозно количество алкохол, като институциите в Европа, които се занимават с проучвания на алкохола и неговото въздействие върху човека и обществото приемат, че консумацията на най-

малко 60гр. за мъжете и 40гр. алкохол за жените за период от 2 часа е „злоупотреба с алкохол“.

Злоупотребата с алкохол в Европа

Прекомерната консумация на алкохол се оказва доста често срещан европейски феномен. През 2006г. около 80 милиона европейци (1 на всеки 5) признават, че злоупотребяват с пиене веднъж седмично, а около 25 милиона (1 на всеки 15) потвърждават, че редовно са прекалявали с алкохол през последния месец. Тази статистика не е характерна само за младежите. През 2006г. 18% от европейците над 55 години признават, че злоупотребяват със спиртни напитки поне веднъж седмично, докато при европейците между 15 и 24 годишна възраст процентът е около 24%. Друг интересен факт е, че прекаляването с алкохол не е характерно само за северните европейски държави. Една трета (33%) от запитаните в Испания и 20% от запитаните в Италия отговарят, че го правят поне веднъж седмично, като за сравнение в Швеция 17%, а във Финландия 11% от запитаните дават същия отговор. По данни от 2003г. прекомерната консумация на алкохол е широко разпространена сред 15-16 годишните – 1 на всеки 6 (18%) отговаря, че му се е случвало поне 3 пъти през последния месец. Тази тенденция при 15-16 годишните значително е нараснала от 1995г. насам, макар и с бавни темпове през последните години. Процентът на злоупотребяващите с алкохол в Европа е най-висок в Ирландия, Румъния, Германия и Австрия, с 1 на всеки трима, който признава, че го прави един път в седмицата. От запитаните ирландци 44% отго-

варят, че изпиват по 5 и повече питиета поне веднъж седмично, докато при румънците отговорилите така са 39%, а при германците и австрийците са 36%. При англичаните, испанците и гърците 34% от запитаните също са пиянствали сериозно. В Европа процентът на мъжете, които прекаляват с чашката е около 36%, докато при жените процентът е 19%. Също така е факт, че тази тенденция е по-силно изразена при хората, изпитващи финансови трудности (37%), отколкото при тези, които нямат такива проблеми (26%).

Последици от алкохола в Европа

Злоупотребата с алкохол е значим фактор, който влияе върху Европа в здравен и социален аспект, а именно при престъпления, домашно насилие, убийства, самоубийства и т.н. Този проблем е заплаха за социалното единство и обществения капитал и вреди на здравето и сигурността в обществото.

Ето защо прекомерната консумация на алкохол е заплаха за продуктивността и устойчивото икономическо развитие на Европейския съюз.

В различните държави от Европейския съюз е изчислено, че между 7% и 80% от престъпленията и между 16% и 71% от случаите на домашно насилие са свързани с консумация на алкохол. Всяка година в Европейския съюз злоупотребата с алкохол има пряко отношение към 2000 убийства (4 от всеки 10), 17 000 смъртни случаи при катастрофи (1 от всеки 3), 10 000 самоубийства (1 на всеки 6). Около 16% от случаите на малтретиране на деца са вследствие на прекаляване с чашката.



**54% от българските
младежи
злоупотребяват с
алкохол поне веднъж
месечно**



В цяла Европа промените в процента на смъртност при катастрофи, убийства и самоубийства са обвързани паралелно с нивата на употреба на алкохол.

Къде сме ние?

Петдесет и четири процента от българските младежи злоупотребяват с алкохол поне веднъж месечно, като 14% са шофирали в нетрезво състояние, 63% от тях излизат вечер с ясна идея да се напият, а други 12% решават на място. Много интересно е сравнението на българските младежи, които са шофирали след употреба на алкохол, с връстниците им в другите европейски държави. Като цяло резултатите са положителни. Въпреки че данните за прекаляване с алкохол са близки до средното ниво, желанието за шофиране след това е доста под средното ниво (-30%). Българите са били арестувани два пъти по-малко заради шофиране в нетрезво състояние, но катастрофите свързани с пиене са само 25% по-малко.

Европейска политика за ограничаване

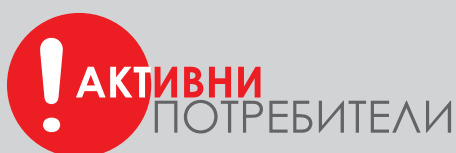
Една от стратегиите е свързана с регулиране на предлагането и търговията с алкохол.

Политиката на страните от ЕС относно акцизите върху алкохола трябва да бъде съгласувана. Има огромно несъответствие в настоящите стойности на акцизите между европейските държави, като дори половината европейски държави нямат акциз върху виното. Акцизите генерират доход за държавите, вследствие на което вдигането им ще бъде благоприятно. Уеднаквяването на стойностите на акцизите е дългосрочна цел пред Европейския съюз, главно защото комбинацията на единния пазар с различията в стойностите на акцизите в отделните страни води до сериозни загуби на финансови средства от държавите-членки. Други ефективни мерки могат да бъдат предприети по отношение вдигането на възрастовата граница, на която може да се закупи алкохол и установяване на определено време за продажбата му.

От друга страна обществото трябва да бъде информирано за вредите от злоупотребата с алкохол. Публичните кампании имат за цел да осъществяват превенция и да спомагат за разбирането на проблема и необходимостта от намаляване консумацията на алкохол.

Законите за шофиране в нетрезво състояние, високите акцизи, ограниченият достъп и предлагане на алкохол, и контролът върху рекламата на тези стоки са ефективни за намаляване броя на злоупотребяващите с алкохол, като най-изгодната във финансово отношение политика е съчетанието на по-високи акцизи с ограничен достъп и забрана за реклама на спиртни напитки (в определено време, на определени места и т.н.). В момента забраната за продажба и сервиране на алкохол на лица под 18г. и ограниченията за реклама на алкохол се ползват с широка обществена подкрепа в Европа.

**АБОНИРАЙТЕ СЕ
ЗА СПИСАНИЕ**



“АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ” е списанието, което помага

- да намерите най-добрата покупка
- да получавате най-доброто качество срещу парите си
- да познавате правата си
- да сте информирани за важните потребителски теми
- спестява време, безпокойство и пари
- представя стоките сравнени по техните цени, работа и надеждност



Туристите в ЕС не са защитени при резервации по интернет

Предстои промяна на директивата

Милиони европейци, които резервират пакетни туристически ваканции, комбинирани полети, хотели, коли под наем и др., скоро ще разчитат на по-добра финансова защита при възникване на проблеми. Европейската комисия провежда консултации да се разшири обхватът на минималните гаранции за пакетните туристически пътувания, предвидени в директива от 1990 г. Гаранциите са по отношение на информацията, отговорността при услуги с по-нисък стандарт и защитата в случай на несъстоятелност. Идеята е директивата да се промени, така че гаранциите да важат и за модерните „динамични пакети“, при които потребителите създават собствени пакетни туристически пътувания, най-често по интернет.

Сега 23% от потребителите в ЕС и над 40% от потребителите в страни като Ирландия и Швеция резервират „динамични пакети“, а много от тях в момента не са в обхвата на правилата на ЕС за защита (67 % от потребителите погрешно смятат, че са защитени). Освен пакетните туристически пътувания и всички динамични пакети, промяната може да обхване и самостоятелните самолетни билети заради зачестилите фалити на авиокомпаниите от началото на кризата.

Какви са правилата в момента

Директивата за пакетните туристически пътувания е от 1990 г. Тогава хората са резервирали най-често двуседмични екскурзии чрез туристически агенции. Пакетите, за които важи потребителската защита, трябва да съдържат поне два от следните елементи: 1) транспорт, 2) настаняване, 3) други туристически услуги като обиколки за разглеждане на забележителности. Директивата предпазва потребителите от некоректна информация в брошурите (защото интернет през 1990 г. не се е ползвал). Тя дава право на клиента да се откаже от пътуването, без да дължи неустойка, ако се промени някое от основните условия по офертата му, и задължава туроператорът да носи отговорност за услугите (напр. хотели с по-нисък стандарт). Предвидена е и защита, ако туроператорът или авиокомпанията фалира.

В съвременния свят Интернет и нискобюджетните авиокомпаниите промениха бизнес моделите и поведението на потребителите. Те все по-често сами си правят резервациите и създават собствени пакети. По тази причина в директивата се предвижда да попаднат и новите туристически ваканции като например:

- 1) Пакетите, които потребителят сам си е направил, като е използвал един и същ уебсайт;
- 2) Пакетите, съставени чрез различни уебсайтове, които са свързани помежду си от партньорско споразумение;
- 3) Други договорености за пътувания, които в момента не попадат в обхвата на директивата - круизи, пътувания с настаняване (напр. с нощен влак или кораб) и други.

ЕС обсъжда каква информация трябва да се предоставя на потребителите, в кой момент и в какъв формат. В момента уебсайтовете, които са основен източник на информация, изобщо не са споменати в директивата.

Друг проблем е, че в днешно време границите между превозвачи, туроператори и туристически агенции не винаги са ясни. Така става по-трудно да се определи кой носи отговорност за услуги с по-нисък стандарт и кой ще съдейства на потребителите при проблеми по време на ваканцията.

Директивата изисква от туроператора или туристическата агенция да предоставя гаранции, че ще върне парите на потребителя в случай на несъстоятелност. Във връзка с фалитите на много авиокомпаниите от началото на кризата, ЕС разглежда възможността в обхвата на минималната защита при несъстоятелност да се включат и самостоятелните самолетни билети (т.е. независимите пътнически споразумения, които не са част от пакет).

Основни тенденции в сектора на пакетните туристически пътувания:

- Европа е най-големият регионален пазар за пътувания в света с продажби в размер на 246 милиарда евро през 2008 г. Традиционните пакети (предварително окомплектовани сделки, включващи редица елементи като пътуване и настаняване) са 40% (98,4 милиарда евро) от целия пазар на туристическите пътувания. Делът на динамичните пакети е 33%, а на другите пътнически споразумения — 25%.

- Все повече резервации се правят от потребители, които сами изготвят туристическите си пакети (динамични пакети), при което пътниците групират две или повече услуги, напр. полет, настаняване и др. Това се случва основно в интернет чрез различни сайтове. През последните 2 години общо 23% от гражданите на ЕС са използвали динамични пакети, но в Ирландия те са 46%, в Швеция 44%, в Словения 42%, в Италия 36% и др.

- Потребителите не си дават сметка, че правната им защита зависи от начина, по който са закупили пакетите си. 67 % от потребителите, участвали в проучването и използвали „динамичен пакет“, който не попада в обхвата на директивата, погрешно са смятали, че са били защитени.

- Над 50% от потребителите вярват, че са защитени при фалит на авиокомпанията, когато използват динамични пакети и сключват независими сделки, но често това не е така.





Детските колички – съвети при покупка и употреба

Детските колички се избират и купуват от родителите, но реалният ползвател - бебето няма право на мнение. Много родители се чувстват главозамаяни от разнообразието на модели на пазара и просто не знаят как да изберат най-подходящата.

В определен момент от живота на всеки се случва едно от най-прекрасните неща – ражда му се дете. Тогава човек се сблъсква за първи път с избора на детски принадлежности, сред които детската количка е един от най-трудните. Детската количка е изключително важна покупка за новия член на семейството. Това е така, тъй като голяма част от потребителите добиват представа за предимствата и недостатъците известно време след покупката. Сравнителният тест може да ви помогне да придобиете представа за реалните качества на продуктите още преди да отидете в магазина и да ги съобразите с вашите нужди.

Какво трябва да знаете?

Освен различните видове колички – комбинирани, летни, тип чадър, триколки, четириколки, за близнаци или породени деца - от всеки вид се предлагат по много различни модели. Това със сигурност поражда доста въпроси у много опитни и неопитни родители. Изборът на детска количка трябва да бъде определен от вашите конкретни нужди, как и къде ще използвате количката, както и от вашия бюджет.

Какви видове детски колички има на пазара?

Има единични колички, колички за близнаци и такива за тризнаци. Количките с две или три седалки могат да бъдат както от тип „влакче“ – седалките са една зад друга, така и от тип „редица“ – седалките са една до друга. Напълно възможно е, ако седалките са една зад друга, едната седалка да е по-високо от другата. При повечето видове колички има опция за обръщане или на коша (седалката), или на дръжката, което пък позволява бебето да гледа към водача на количката (майка си) или напред. Регулируемите дръжки дават възможността да се нагласи нивото на дръжките на детската количка според височината на човека, който я бута.

Колички за новородени

Когато избирате първата количка на вашето бебе трябва да сте сигурни, че тя е подходяща за новородено. Ако количката, която сте избрали, не се предлага със специален кош за новородено, то тогава е задължително седалката да има възмож-

ността да преминава в пълно легнало положение.

Безопасност за бебето

Когато избирате или купувате детска количка, проверете дали коланите са достатъчно сигурни и удобни и дали катарамите са закопчават и разкопчават лесно. Трябва да внимавате все пак да няма закопчалки, с които дори едно няколкомесечно бебе би се справило с лекота.

Акcesoари

Повечето колички се предлагат в комплект с чанта за количка, джъдобран за количка и багажник за покупки. Преди да платите, попитайте дали те са включени в цената. В опита си да направят цените по-атрактивни, някои търговци предлагат отделни цени за аксесоарите, така че цената на детската количка да бъде по-ниска. По-късно можете да си закупите и допълнителни аксесоари за количка – чадър за слънце, сенник, мрежа против насекоми, поставка за чаши и др.



Babystyle Oyster



Chicco Duo CT 0.2



Cybex Callisto



I'coo Vario



Nurse Hello



Cybex Topaz

Марка	Модел	Цена в лева	Ежедневна употреба					Общо ежедневна употреба	Използване при неравен терен	Маневреност	Сгъване	Облегалка/Дръжка	Удобство за употреба в градски транспорт	Обща оценка
			Почистване	Използване като столче за кола	Използване	Натоварване в багажник	Комфорт							
Babystyle	Oyster	783	5,5	5,2	4,5	4,4	4,4	4,4	4,4	4,5	4,6	4,8	5,0	80
Chicco	Duo CT 0.2	550	5,3	4,8	4,4	5,3	4,3	4,6	3,3	4,3	4,4	5,0	2,9	79
Cybex	Callisto	529	4,6	2,5	4,6	3,5	4,1	4,2	3,7	4,7	3,9	5,4	4,6	79
I'coo	Vario	539	5,5	4,2	3,8	4,6	4,5	4,2	4,3	4,5	4,8	4,8	3,8	78
Nurse	Hello	1099	5,5	4,8	4,1	3,7	4,7	4,2	4,6	4,5	4,2	5,3	4,1	78
Cybex	Topaz	399	4,5	2,5	4,4	3,2	4,0	4,0	3,5	4,4	4,4	4,9	5,4	77
Concord	Fusion (Starter Set)	1099	4,5	4,8	4,1	3,1	4,5	4,0	5,1	4,4	4,2	4,7	3,4	74
Hauck	Condor All in One	599	5,0	4,5	4,3	3,4	4,0	4,0	3,7	4,1	4,4	4,8	4,8	74
I'coo	Pluto	449	5,4	-	4,2	2,7	4,0	3,8	3,6	4,5	4,2	4,5	4,7	73
Jane	Touring (Strata Formula)	731	4,0	2,8	4,0	2,7	3,9	3,6	3,5	4,4	4,4	4,7	4,5	73
Mothercare	Trenton Deluxe	200	5,0	4,3	3,7	5,3	3,7	4,1	4,1	3,8	5,0	3,3	2,8	70
Chicco	For Me Stroller	599	3,6	4,3	4,2	2,5	3,6	3,6	3,5	4,0	3,6	5,1	4,3	68
Chicco	Trio Enjoy Evolution	890	5,1	4,8	4,3	2,5	3,2	3,6	3,2	3,6	4,9	3,6	3,8	66
Buggy														
MacLaren	4 Seasons	600	4,5	-	4,8	3,2	4,3	4,3	-	4,5	4,9	3,9	4,8	78
Phil & Teds	Classic	678	4,8	-	3,7	4,4	4,0	3,9	4,3	4,0	3,6	1,8	4,0	64
Travel														
Cosatto	Cabi 3 in 1 Combi	800	5,4	4,8	4,4	4,7	3,7	4,3	4,2	4,1	3,8	3,2	4,1	71
Maxi Cosi	Mura 3	780	3,3	4,3	3,8	3,4	4,4	3,8	4,3	4,3	3,8	4,7	1,8	69
Cosatto	Budi 3 in 1	1160	5,4	4,8	4,1	3,2	4,0	3,8	4,2	4,1	3,9	3,1	1,3	65
Mothercare	MY3	480	5,5	4,7	4,2	3,3	3,8	3,9	4,5	4,3	2,9	3,0	1,3	62
All-Terrain Travel														
ABC Design	Cobra	730	3,4	4,7	3,8	4,7	4,2	4,1	4,0	4,3	4,4	4,4	4,3	75
BeBe Confort	High Trek	860	3,6	5,3	3,6	4,2	3,9	3,8	4,0	4,1	4,4	3,2	3,7	68
Phil & Teds	Dash	967	4,0	4,5	3,9	4,6	3,3	3,9	4,1	3,5	4,0	3,5	2,7	64

Легенда на оценките в теста

Оценките по отделните показатели са по скалата:
1 (най-ниска оценка) до 6 (най-висока оценка)

ОБЩАТА ОЦЕНКА (рейтинг) на продукта е от 0 – 100 точки:

> 61 - Много добра
 51-60 - Добра
 41-50 - Задоволителна
 < 40 - Минимална



Concord Fusion (Starter Set)



Hauck Condor All in One



I'coo Pluto



Jane Touring (Strata Formula)



Mothercare Trenton Deluxe



Chicco
For Me Stroller



Chicco
Trio Enjoy Evolution



MacLaren 4 Seasons



Phil & Teds Classic



Cosatto
Cabi 3 in 1 Combi



Maxi Cosi Mura 3



Cosatto Budi 3 in 1



Mothercare MY3



ABC Design
Cobra



BeBe Confort
High Trek



Phil & Teds Dash

Опцията „столче за кола“

Може да си харесате и да предпочете да купите детска количка от типа 3 в 1, която включва и опцията „столче за кола“. Столчето за кола се монтира и демонтира както на рамата на количката, така и на основа във вашата кола. Добре е да проверите дали базата за монтиране в колата е включена в цената или се продава отделно. Ако имате повече от един автомобил това не е удачен вариант, защото ще ви трябва повече от една основа.

Неравните терени

Повечето детски колички са произведени, за да бъдат бутани по идеално равни улици и тротоари или в последно време и в моловете. Ако тротоарите в квартала ви са разбити или правят ремонти по улиците, или планирате да се разхождате с часове по улици и паркове, по-добре се уверете, че гумите на детската количка са пригодени за такива условия.

Спирачките

Най-предпочитаният тип спирачки и най-сигурният за употреба е този, при който спирачката е свързана и с двете колела. Така дори едната спирачка да спре да действа напълно, няма защо да се притеснявате, освен това я натискате с един крак.

Резервни части и гаранция

Задължително при покупката на количката се поинтересувайте какъв е периодът на гаранционното ѝ обслужване, както и лесно ли се намират резервни части точно за този модел.

Поддръжка

Както всяко нещо, което притежаваме и искаме да използваме по-дълго, и детската количка се нуждае от поддръжка. Старайте се редовно да измивате гумите, не оставяйте количката на директна слънчева светлина, за да не избелява цветът на тапицериата, не я оставяйте на открито, ако навън вали дъжд или сняг, и проверявайте често дали спирачките са изправни.

Ние ви съветваме:

За какво да следим при покупката на детска количка?

Най-добре е да изберете детска количка с широк кош и широка основа, тъй като това е определящо за стабилността ѝ. Потесните детски колички по-лесно се преобръщат, когато бебето се надвеси прекалено много извън борда. Ако предпочитате детска количка с няколко позиции на облегалката, тогава се уверете, че самата облегалка се застопорява достатъчно стабилно



Важно!

Съвети при използването на детските колички

- Преди да поставите бебето в количката, проверете дали сте натиснали спирачките.
- Проверете дали облегалката е стабилно застопорена в желаното от вас положение.
- Когато сгъвате количката, внимавайте детето да не е прекало близо, тъй като има опасност да го прищипете, ако то неочаквано се хване за количката.
- Не забравяйте да закопчавате обезопасителните колани на детската количка винаги, когато излизате с детето на разходка. Те ще предотвратят опасното изхлузване или падане на бебето от количката, което може да се случи, докато пресичате оживен булевард на пример.

• Когато се намирате на неравен терен винаги натискайте спирачката преди да пуснете дръжките на детската количка, дори и когато става въпрос за няколко секунди.

• Детските колички, както всяка друга вещ, изискват постоянна поддръжка, затова често проверявайте дали всичко по тях е в изправност

във всяко оложение, защото в противен случай детето може да пропадне неочаквано.

Също така е добре да проверите дали детската количка има обезопасителни колани, които ще придържат бебето в коша и няма да му позволят да се изхлузи. Най-добре е коланите да минават между крачетата, през кръстчето и през раменцата на бебето. Не забравяйте както вече ви предупредихме, да проверите и тяхното удобство и здравина. Текстилната част на вашата детска количка е за предпочитане да се сваля лесно и да е подходяща за пране в пералня. Също така ще е добре, ако е възможно да тествате дали бебето няма да прояви алергична реакция към материята.



Не на последно място се уверете, че количката може свободно да преминава през вратата на вашето жилище, както и през вратата на асансьора, ако ще използвате такъв. Добре е също да съобразите размерите на количката в сгънато състояние с вместимостта на багажника на колата ви. Някои багажници се оказват прекалено малки за определени модели детски колички.

Детска количка втора употреба?

В повечето случаи няма значение дали ще купите чисто нова детска количка или употребявана, но добре запазена количка втора ръка. При всички случаи е добре да знаете плюсовете и минусите преди да купите използвана детска количка. На първо място сте длъжни да проверите обезопасителните колани и спирачките, тъй като това са две от нещата, които се захабяват най-бързо. Добре е да се уверите, че гърба на седалката е достатъчно твърд и няма да поддаде под тежестта на вашето дете. Направете тази проверка във всички възможни позиции за гръбчето. Също проверете за остри ръбове или места, където детските пръстчета могат да бъдат прищипани по невнимание.



Любопитно

Почистване

Всяка отделна количка се тества с два различни вида храна - пюре от месо и зеленчуци и плодово пюре от ябълки. Половин чаена лъжичка от всеки вид храна се поставя върху седалката и задната облегалка и се оставя да изсъхне. След това се прави опит зацапаното място да бъде избърсано с влажно парче плат и се оценява колко лесно се изчиства. Поставят се оценки от 1 до 6 според степента на трудност на почистването. След това се оценява отново от 1 до 6 дали е останало петно и колко е забележимо то.

Пречат ли спирачките при изкачване на стълби?



Количките се тестват на стъпала с размери – височина 155 мм и ширина 280 мм. Според производителите, някои от количките не се препоръчват за употреба по стълби, но ние тествахме дори тези модели, за да оценим тяхното поведение по стълбите.

Много често срещано явление е спирачките

да се подават на известно разстояние зад самите колела, което пречи на слизането по стълбите, тъй като спирачките опират в ръбовете на стълбите, пречат на движението, а и самите те се повреждат.

Според нашите тестове понякога това води до блокиране на спирачките в едно положение, което прави трудно за водача качването и слизането с количката по стълбите, без тя да бъде повдигана.

При теста също се установява, че при някои модели закачането на спирачките по стълбите зависи от височината на водача и на каква височина той е нагласил дръжката на количката.

Как тествахме?

В теста: 22 модела детски колички, тествани от ICRT(International Consumer Research and Testing)

Закупуване на тестови модели: 2009/2010

Проучване на цените: Септември 2010

Ежедневна употреба

Измерени и оценени са показателите при използването на количката като детско столче за кола, при ежедневна употреба по равен и неравен терен,

възможността за натоварването ѝ в багажник на автомобил както и удобството при ползването ѝ.

Маневреност

Изпитана е възможността за завиване и цялостно движение на количката, управлявана от човек.

Сгъване

Възможността за привеждане на количката в компактно за превозване и съхранение състояние.

Облегалка/Дръжка

Оценяване и тестване на възможностите за сгъване, удължаване и нагласяне на дръжката според височината на водача на количката.

Удобство за употреба в градски транспорт

Оценено е удобството и възможностите на количката при качване в градски автобус, тролей, трамвай, влак, както и при качване по ескалатор.



Навигационни системи

Безспорните предимства на технологията я налагат в бизнеса и живота на хората

Първоначалното предназначение на системата за позициониране GPS (Global Positioning System) е било да отговори на нуждите на военните. През 1973 г. министерството на отбраната на САЩ разработва нова система, предназначена за военни нужди. Мрежата, наречена Navstar GPS, се състои от 24 сателита в орбита около земята и пет земни станции, следящи позицията на сателитите в пространството.

Впоследствие редицата предимства на технологията я налагат в бизнеса и живота на хората и от 17 юли 1995 г. навигационната система се използва и от цивилното население.

Навигационните системи преживяват истински бум у нас. В повечето европейски държави пътеуказателните табели са много повече и по-подробни от тези в България. Въпреки това грешни ходове никога не са изключени. Тук идва на помощ навигационната система, която постоянно сверява положението на превозното средство и напътства шофьора с глас и картина завой по завой, като предупреждава доста преди

маневрата да бъде направена. Ако все пак изпуснете правилната отбивка, устройството преизчислява маршрута и ви прекарва по пътища, за които не подозирате, че съществуват. По-скъпите навигационни устройства дори могат да съобразят маршрута с натовареността на трафика. За съжаление, тази функция все още не се предлага в България, за разлика от Западна Европа. Тоест, дори българинът да си купи скъпо устройство, предлагащо тази функция, няма да може да я използва. Друга полезна функция, която имат някои навигационни системи, е да се избягват платените пътища, което спестява пари на потребителя.

Доскоро липсваха подробни карти на България, което създаваше проблеми при ползването на навигационните системи у нас, но на пазара вече се предлагат все по-добри продукти на различни компании. Те няма да ви заведат до точния адрес или улица в някое малко населено място, но за повечето градове вече има сравнително подробни карти. Западна Европа обаче е покрита на 100% и можете да намерите улица в което и да било населено място.

Видове навигации

Според начина на използване, устройствата за навигация са три вида: за кола (вградени), преносими и като функция на мобилните телефони (смартфони).

Вградени GPS навигационни системи:

Ако имате достатъчно пари, може да си позволите един от моделите луксозни автомобили, които идват с напълно интегрирана система за GPS навигация. Обикновено потребителят разполага с голям цветен дисплей, а при някои от моделите той е чувствителен на допир. За да се гарантира безопасност по време на шофирането, при някои от моделите не може да се въвеждат данни или да се извършват други действия с навигацията, ако колата се намира в движение.

Преносими PNA системи

Те са по-достъпни от вградените в автомобил и имат предимството, че могат да се пренасят от една кола в друга. Освен това с тях се работи по-лесно. Обикновено се

продължава на стр. 20

www.aktivnipotrebiteli.bg



Garmin nüvi 1490TV



Garmin nüvi 1490T



Garmin nüvi 1690

TomTom XXL IQ
Routes edition ЕвропаNavigon 3310 max
Европа 22

Mio Moov M400



Garmin nüvi 1200



Mio Moov M300



TomTom Start²



Navigon 1310 Европа 40



Navigon 1300



За какво да
следим

Внимавайте с картите

За съжаление тестът на устройството не може да даде обективна оценка за наличните карти, а оценява само и единствено техническите характеристики. Затова, преди да се втурнете да си купувате карти за новата ви навигационна система, добре е да знаете къде приоритетно ще я ползвате. При европейските карти има известен проблем, защото държави като Гърция, Беларус, Украйна, Сърбия и Босна са отбелязани само с пътната си мрежа, без данни за улиците в градовете. Бившият Източен блок също не е много подробен. Добре е да се знае, че различните фирми предлагат различни по подробност карти на тези проблемни държави, тъй като закупуването на скъпа карта впоследствие може да се окаже доста разочароващо и нерентабилно.



			Характеристики				Оценки от т	
Марка	Модел	Цена (лв.)	Размер на дисплея в инчове	Карта включена в комплекта	Информация за трафика	Възможност за свързване с Bluetooth	Кarti	Многофункционалност
Garmin	nüvi 1490TV	496	5	Европа	Включено	Да	4.3	3.0
Garmin	nüvi 1490T	496	5	Европа	Включено	Да	4.3	2.5
Garmin	nüvi 1690	543	4.3	Европа	Не се предлага	Да	4.4	2.8
TomTom	XXL IQ Routes edition Европа	458	5	Европа	Възможно	Не	4.8	2.0
Navigon	3310 max Европа 22	329	4.3	Западна Европа	Включено	Не	3.7	2.8
TomTom	GO 950	796	4.3	Европа	Възможно	Да	4.8	2.5
TomTom	GO 750	639	4.3	Европа	Възможно	Да	4.8	2.5
Garmin	nüvi 1390T	399	4.3	Европа	Включено	Да	4.3	2.5
TomTom	GO 550	649	4.3	Регионална	Възможно	Не	2.8	2.3
Garmin	nüvi 1350	356	4.3	Европа	Възможно	Не	4.3	1.8
Mio	Moov M400	236	4.3	Европа	Възможно	Не	4.6	2.2
Garmin	nüvi 1200	267	3.5	Регионална	Не се предлага	Не	2.5	1.3
Mio	Moov M300	184	3.5	Западна Европа	Възможно	Не	3.5	2.3
TomTom	Start²	299	3.5	Европа	Възможно	Не	4.4	1.5
Navigon	1310 Европа 40	299	3.5	Европа	Не се предлага	Не	4.5	1.6
Navigon	1300	259	3.5	Регионална	Не се предлага	Не	2.6	1.6
Garmin	nüvi 1300	309	4.3	Регионална	Не се предлага	Не	2.5	1.3
Garmin	nüvi 205T	224	3.5	Регионална	Включено	Не	2.3	2.3
Garmin	nüvi 215T	296	3.5	Регионална	Включено	Не	2.3	2.3
Garmin	nüvi 255	294	3.5	Европа	Възможно	Не	3.4	1.8
NDrive	Touch XL	299	4.3	Западна Европа	Не се предлага	Не	3.3	1.8

Легенда на оценките в теста

Оценките по отделните показатели са по скалата:
1 (най-ниска оценка) до 6 (най-висока оценка)

ОБЩАТА ОЦЕНКА (рейтинг) на продукта е от 0 – 100 точки:

> 61 - Много добра
51-60 - Добра
41-50 - Задоволителна
< 40 - Минимална



TomTom GO 950



TomTom GO 750



Garmin nüvi 1390T



TomTom GO 550



Garmin nüvi 1350



Garmin nüvi 1300



Garmin nüvi 205T



Garmin nüvi 215T



Garmin nüvi 255



NDrive Touch XL

тестовите													
Удобство							Навигация						
Ръководство с инструкции	Поставяне и премахане	Дневни ситуации на използване	Избор на маршрут и дестинация	Дисплей	Бързина на менюто и копчетата	Общо удобство при употреба	Скорост на изчисляване на маршрута	Промяна на обстоятелството по време на пътуване	Качество на навигирането	Общо навигация	Осигурена безопасност	Батерия	Качество на изработка
4.5	4.7	4.4	4.9	4.1	4.2	4.3	4.1	4.9	5.0	4.8	5.0	4.1	4.9
5.3	4.7	4.4	4.8	4.2	4.4	4.4	4.1	4.6	4.4	4.5	4.0	3.7	4.9
4.3	5.0	4.2	4.9	4.3	3.4	4.3	3.9	4.3	4.9	4.5	4.3	3.3	4.9
4.4	3.9	4.0	4.9	3.8	4.4	4.1	3.0	4.5	4.7	4.5	4.8	3.5	5.0
3.4	4.3	5.0	5.1	4.1	3.2	4.4	3.6	4.6	4.3	4.3	2.0	3.9	3.9
4.6	4.4	4.1	5.0	4.0	4.1	3.7	3.3	4.2	4.9	4.5	4.8	3.8	5.1
4.6	4.4	4.1	5.0	4.0	4.1	3.7	3.3	4.2	4.9	4.5	4.8	3.8	5.1
5.3	4.7	3.9	4.8	4.2	4.4	4.2	4.0	4.5	4.4	4.0	4.0	3.8	4.9
4.6	4.4	4.1	5.0	4.0	4.1	3.7	3.3	4.2	4.9	4.5	4.8	3.8	5.1
5.3	4.7	3.9	4.8	4.2	4.4	4.2	4.0	4.5	4.4	4.0	4.0	3.8	4.9
4.6	4.1	4.1	3.9	3.6	4.1	4.0	4.0	4.5	4.6	3.8	3.0	3.0	5.1
4.8	4.6	4.1	4.8	3.8	5.0	3.8	4.2	4.9	3.9	4.3	4.0	3.9	4.7
4.6	3.3	4.1	3.9	3.4	4.0	3.8	4.0	4.5	4.6	3.8	3.0	4.0	5.1
4.0	4.4	3.8	4.1	3.3	3.5	3.7	3.6	4.6	4.7	3.9	2.0	3.8	4.6
4.9	3.8	4.6	5.1	3.8	3.0	4.2	3.9	4.8	5.0	4.5	2.8	3.6	4.1
4.9	3.8	4.6	5.1	3.8	3.0	4.2	3.9	4.8	5.0	4.5	2.8	3.6	4.1
4.6	4.6	3.5	4.8	4.0	5.1	3.6	4.4	4.4	4.6	4.3	4.0	3.8	4.9
4.9	4.7	3.4	4.4	3.5	5.2	3.5	4.5	5.1	3.4	3.8	4.5	4.3	5.0
4.9	4.7	3.4	4.4	3.5	5.2	3.5	4.5	5.1	3.4	3.8	4.5	4.3	5.0
3.0	3.6	3.8	3.9	3.9	4.0	3.8	3.6	3.3	3.1	3.2	2.0	4.4	5.1
													68
													65
													64
													62
													62
													61
													61
													60
													59
													58
													55
													55
													54
													53
													53
													51
													48
													45
													45
													45
													43



Любопитно

Как работи GPS

За да дадат точна позиция, а в някои случаи и друга информация като средната в момента скорост на придвижване, посоката и др., GPS устройствата получават данни от поне четири сателита. Това е така нареченият „3D fix“ и именно заради него GPS антените трябва да имат безпрепятствен „поглед“ към небето.

Разпространената и работеща в момента GPS система работи с точност до 10 метра. Съвсем скоро се очаква да се появи т.нар. Galileo, който ще използва 30 сателита, за да осигури точност под 1 метър.

Оценяване

Оценяването на общите характеристики на устройството се прави при тестово пътуване. За целта се подбира набор от различни ситуации - например тестването се извършва в най-натоварената часова зона в голям град. Така се изпитват освен уменията на устройството да води шофьора из града, също и функцията му за следене и отбягване на трафика, ако има такава, наличната му информация за различни обекти, които търсим и се намират наблизо, информация за затворени улици, а при някои от най-скъпите модели се следи дали е актуална информацията за цените на горивото в най-близките бензиностанции. Така тестът продължава 10 километра и се провежда три пъти по различни маршрути. Следователно устройството е тествано средно 30 километра във възможно най-голям брой разнообразни ситуации.

продължение от стр. 17

монтират на таблото чрез специална стойка, която е част от комплекта. Тъй като се намират точно под стъклото, важно е потребителят да се убеди, че указанията на дисплея се разчитат добре, дори и при директна слънчева светлина. По-скъпите устройства притежават функция за разпознаване на гласови команди, което премахва необходимостта шофьорът да наблюдава дисплея и да отклонява вниманието си от пътя.

Някои модели имат твърд диск, на който може да се запишат много географски карти, така че потребителят да разполага с тях непрекъснато. Други устройства имат слот за карти с памет, така че шофьорът трябва да сменя картите, в зависимост от мястото, към което се е насочил. Има модели с гласово насочване, както и предназначени специално за мотоциклети - те са по-здрави и предават информацията през

Bluetooth направо на говорителя в каската.

Допълнителни екстри са възпроизвеждането на различни медийни, аудио и видео формати, както и възможността за разглеждане на изображения. Някои устройства са с вграден FM радио трансмитер. Моделите, които са снабдени с "Live Services" или услуги „на живо“, предлагат голямо предимство - може да си включите телефона към устройството чрез Bluetooth, да се включите към безжичен и сателитен интернет, да търсите в Google, да проверите електронната си поща и др.

Използването на GPS дава много предимства, особено при чести пътувания из непознати места.

Недостатъци

Като всяка технология, навигацията също има недостатъци. Когато минавате през гора, край високи сгради или през ту-



Кратък речник на използваните термини

GPS (Global Positioning System) – Глобална позиционираща система

PNA (Personal Navigation Assistant) – Персонален навигационен асистент

TMC (Traffic Message Channel) – Канал със съобщения с информация за трафика

PDA (Personal Digital Assistant) - Личен цифров помощник - Това е преносим компютър без клавиатура или джобен компютър

Основни параметри, важни при избора на PNA (Personal Navigation Assistant)

Дисплей

Ако бюджетът ви позволява, изберете модел с по-голям дисплей, за да четете информацията по-лесно. Но дори и да е по-малък, проверете дали е четим при всякакви условия, както и зрителния му ъгъл.

Свързване и сила на сигнала

Преди да купите избория от вас модел, проверете дали има възможност за свързване с външна антена – тя е особено полезна, ако смятате да използвате устройството в кола.

Скорост

Търсете GPS устройство с малко време за първоначално включване, свързване и изчисление (студен старт) и последваща работа, за да коригирате бързо последствията от погрешни завои.

Кarti и навигация

Проверете дали избраният модел има вградени карти и възможност за обновяване на информацията. Ако сте се спрели на вграден в колата GPS, задължително е той да разпознава гласови команди за желаната посока. Някои модели разполагат с информация за важни обекти като болници, полицейски управления, бензиностанции. Полезна е и възможността за промяна на перспективата на картата, като например в триизмерен вариант или птичи поглед.

нел, вероятността GPS устройството да загуби връзката си със сателитите е голяма. В повечето случаи, след преминаването през въпросния участък, връзката бързо се възобновява. Трябва да се има предвид обаче, че на по-старите модели им трябва повече време, за да засекат сигнала и понякога се налага шофьорът да спре, докато устройството търси връзка със сателитите.

PDA и мобилни телефони с навигация

Малко хора знаят, че ролята на навигационна система може да играе и мобилният им телефон. Това дава още по-голяма свобода и възможности, защото навигационните системи и софтуер са вградени или инсталирани на мобилни телефони или PDA устройства. Те предлагат стандартните възможности на самия телефон и като добавка към неговите екстри - навигация и позициониране.

Как тествахме?

В теста на Международната организация за потребителски проучвания и тестове (ICRT) са включени 21 модела преносими навигационни системи.

Закупуване на тестовите модели: 2009

Проучване на цените: юли 2010

Тествани са следните показатели:

Технически характеристики

Включват размера на дисплея, паметта, включените в комплекта карти, както и възможността за свързване на устройството.

Многофункционалност

Изпитвани са следенето на трафика, разпознаването на гласови команди, медийните функции, предпазването от кражба.

Удобство за работа

Включва тестване на ръководството с инструкции, поставянето и премахването на устройството, оценка на поведението при различни ситуации, работата както при избора на маршрут и дестинация, така и на дисплея и копчетата.

Навигация

Измерена е скоростта при задаване и

изчисляване на маршрута, както и качеството на самото навигиране.

Безопасност

Оценени са предупрежденията и сигналите от страна на устройството.

Батерия

Оценява се издръжливостта и времето на работа на батерията.

Качество на изработка

Включва оценка както на хардуерните, така и на софтуерните компоненти на устройството.

Чист ли е мобилният ви телефон?

Апаратите могат да бъдат убежище за повече бактерии, отколкото се съдържат върху седалката на тоалетната чиния



Множество бактерии се задържат по повърхността на мобилните телефони. Британската потребителска организация Which? разкри, че телефоните съдържат средно 18 пъти повече живи бактерии, отколкото се срещат върху писоарите в мъжките тоалетни.

Ако откритията на Which? са показателни за всички GSM-и, милиони хора превишават ежедневно допустимата норма на бактериално замърсяване, препоръчвана от експертите по хигиена.

Тест на Which? разкрива

След вземане на проби и анализиране на 30 телефонни слушалки, 7 от тях са мръсни и имат предупредително или много високо съдържание на живи бактерии. Те не са моментално вредни и опасни за здравето, но увеличаването им свидетелства за ниска хигиена и може да бъде основа за размножаването и развъждането на по-опасни бактерии.

Един от анализирания телефони имал толкова високи нива на потенциално вред-

Тип на бактерията	Допустими нива	Нива при най-мръсния телефон
Общо съдържание на живи бактерии	<1000	105,000 (10.5 пъти над допустимото)
Ентеробактерии	<100	3,900 (39 пъти над допустимото)
Фекал колиформи	<10	1,700 (170 пъти над допустимото)

ни за здравето бактерии, че би могъл да донесе на притежателя си сериозни стомашни разстройства. Микробите, открити върху най-мръсния телефон, включват фекал колиформи (често свързани с фекална маса) и ентеробактерии (които включват микроби като салмонела).

Пазете телефона си чист

Тестът на Which? показва колко често повърхността на телефоните се замърсява с различни видове бактерии. За да намалите риска от замърсяване с вредни за

здравето микроби, мийте ръцете си често и почиствайте телефона си старателно с кърпички за дезинфекция.



Кратък речник

Фекал колиформи – това са бактерии, които се срещат във фекалната маса. Могат да причинят стомашно чревни болести.

Ентеробактерии – намират се в червата на бозайниците. Повечето са безопасни, но има и такива, които може да навредят на здравето.

Защо изчезват пчелите

Оказва се, че телефонните клетки влияят върху пчелните колонии.

Учени от Чандигархския университет, щата Пенджаб, Северна Индия установиха, че клетките на мобилни телефони оказват отрицателно влияние върху пчелните колонии. Специалистите включвали устройството два пъти на ден и го поставяли в пчелен кошер за по 15 минути. След три месеца пчелите спрели да произвеждат мед, яйцата на кралицата пчела намалели наполовина и размерите на целия кошер се смалили драстично. Животните, включително пчелите, се ориентират чрез пигмент, наречен криптохром - чрез него те усещат посоките на магнитните полета. Именно върху този пигмент оказват силно разрушително влияние телефонните клетки и пчелите, веднъж излезли от кошера, не намират пътя си обратно към него.

Макар че тези доказателства са оспорвани от редица учени по целия свят, за последната година популацията на пчелите е намаляла с 30% в САЩ и със 17% във Великобритания. От икономическа гледна точка тези статистики са пагубни, защото пчелите опрашват посевите по целия свят. Само за Великобритания икономическата им стойност е 290 милиона на година, а за САЩ - 12 трилиона. Предполага се, че ако пчелите изчезнат, флората на земята ще намалее наполовина в рамките на няколко години. Прилепите също опрашват растенията и разпространяват семената им, но 25% от видовете прилепи са застрашени. Основните 'опрашвачи' на посевите са пчелите и тяхната функция не може да се компенсира от вятъра, птиците и прилепите.

Остава и въпросът за влиянието на клетъчните телефони върху човешките същества. Съществува хипотезата, че телефонните клетки влияят на менталното състояние на човек, като предразполагат към некачествен сън и всички физически последици от това. Също така електромагнитната радиация може да доведе до главоболие, нарушения в краткотрайната памет, разконцентрираност. Председателстващият Руския национален комитет за защита от нейонизирана радиация, докторът по медицина проф. Юрий Григориевич Григориев припомня, че децата и тийнейджърите са особено чувствителни към електромагнитната радиация. Той смята, че ако се съди по някои данни, продължителната употреба на клетъчен телефон в ранна възраст може да има нездравословни ефекти.

Финансова грамотност онлайн

Сайтът „Долчета“ ни учи как да управляваме адекватно парите си

В днешно време финансовите услуги се развиват бързо. Често се появяват нови продукти. Други внезапно се променят. Потребителите трябва непрекъснато да се интересуват и да поддържат своята финансова грамотност, за да са сигурни, че взимат адекватни финансови решения във всекидневието си.

Проектът за онлайн обучение „Долчета“ - <http://www.dolceta.eu> може да бъде много полезен в това отношение. Той включва 27 държави-членки на ЕС и се финансира от Европейската комисия. „Долчета“ представя онлайн модули, които се отнасят до различни теми, свързани с правата на потребителите.

„Модул 7“ е посветен на финансовата грамотност. Той включва добре структурирана и ясна информация по различни теми – разходи, спестяване и инвестиране, предприемачество, заеми и кредити, защита и застраховане. В раздела има разнообразна информация за различните видове бюджети – семеен, фирмен, държавен, седмичен и др. Потребителят може да прочете кратка история на парите, валутата и валутната обмяна, както и да се научи да разпознава различни валути. Има любопитна информация за хазарта и хазартните игри.

В областта на спестяването и инвестирането „Долчета“ разяснява базови понятия като банкови сметки, влогове и депозити, но помага на потребителите да се ориентират и в по-сложна материя, като например - да се научат да изчисляват доходност, да изберат в какво да инвестират, да опознаят различните видове инвестиционни инструменти и др. Чрез „Долчета“ може да разберете кога в страната има инфлация, как да се справите по време на инфлация, какви са последиците и как да ги минимизирате.

Разделът, посветен на заемите и кредитите, помага на потребителите да се ориентират откъде да вземат пари на заем, какъв кредит им е необходим, да направят оценка на риска и др. На ученически стипендии и парични помощи за обучение, както и студентски стипендии и кредити са посветени отделни статии.



Освен обща информация за кредитите, „Долчета“ предоставя подробна информация и различни анализи като например – „За и против заем срещу ипотека на жилище“, „Анализ на силните и слабите страни на ипотечния кредит“, „Рефинансиране на кредит“ и др.

Теми като „финансова защита“ и „застраховане“ също са подробно застъпени в сайта. Потребителят може да научи кога е не-

обходимо или целесъобразно да си направи застраховка, какви видове има, кои професионални групи се нуждаят от застраховка и кога трябва да се сключи задължителна застраховка. Здравното и пенсионно осигуряване, застраховките на жилища, имущество и автомобили присъстват като отделни теми, така че потребителят лесно може да се ориентира коя е най-ползната и важна за него информация.



Заблуди за депозитите

- **Само левовите и евровете депозити са гарантирани от „Фонда за гарантиране на влоговете в банките“ (ФГВБ).** Средствата по всички разплащателни сметки, независимо от валутата и вида им (дали са фирмени или лични), са гарантирани, но има и изключения (виж следващата подточка). Изплащането на депозита в случай на фалит на банката се извършва в левовата равностойност на валутата по централния курс на БНБ за деня, определен за първоначален ден на изплащането.

- **Независимо каква лихва съм договорил с банката, 100 000 лева са гарантирани.** Това не винаги отговаря на истината. Законът за гарантиране на влоговете е предвидил и изключения. Едно от тях е следното - ако са ви били предоставени привилегировани лихвени условия и те са в отклонение от обявените от банката условия, които тя е длъжна да прилага към своите вложители, то тогава целият влог (депозитаната сума и лихвите по нея) няма да бъде защитен.

- **Парите в банковите трезори (сейфове) също са защитени.** За съжаление, ако имате кеш пари в банков сейф, те не се гарантират от ФГВБ.

- **Независимо, че имам влогове в няколко банки в случай, че те фалират на мен ще ми бъде изплатен само гарантираният размер от 100 000 лева.** Влоговете ви в различните банки ще бъдат разглеждани поотделно и ще бъдат изплащани поотделно. Например, ако имате депозит от 100 000 лева в една банка и депозит от 50 000 евро в друга банка, то ще ви бъдат изплатени 200 000 лева. Важно е да знаете, обаче че ако имате няколко влога в една и съща банка, те ще бъдат сумирани и независимо от размера им, ще ви бъдат изплатени главницата и лихвата до 100 000 лева.

- **Ако банката, в която имам влог фалира, изплащането ще се точи години.** Изплащането на влоговете започва най-късно 45 дни от отнемане на лицензията на банката. Потребителят може да предяви правата си в рамките на пет години.

Световна енергийна харта

Климатичните проблеми са факт. Човешкият принос в тях също. Последниците за екосистемите и човешкия живот обаче са непредсказуеми, ако не съумеем да намалим емисиите на парникови газове.

Може и да не ни се вярва, но отговорът е в потреблението, а оттам и в потребителите. Въпреки че всички сме единодушни, че проблем има, ефективни мерки за намаляване на интензивното харчене на енергия не се предприемат организирано. Поради тази причина потребителите и техните организации, седящи зад Световната потребителска организация Consumers International (CI), създават проект за Световна енергийна харта.

Инициативата за тази харта тръгва от потребителски организации в Европа. Цел на CI е правителства и доставчици на услуги да подкрепят хартата. За да бъде ефективна, хартата трябва да се прилага на колкото се може повече енергийни пазари. Нейната най-голяма цел е да осигури правото на достъп на всички потребители до устойчива енергия.

Основните елементи на Световна енергийна харта са:

Достъп

Правителствата осигуряват универсален достъп до енергия за своите граждани. Там, където това все още не е направено, потребителите имат право да знаят стъпките, които са предприети и докъде е стигнал процесът. Потребителите имат право на регулярно подаване на енергия без произволни прекъсвания и нарушения.

Устойчивост

Правителства, регулаторни органи и доставчици на услуги да работят за:

- намаляване на употребата на енергия, както и ограничаване на потребителското поведение, което води до замърсяване на природата; увеличаване дела в производството на устойчива енергия;

Сметките не трябва да се надписват. Независими експерти имат право да ги преглеждат в случай на спор.



- осигуряване на информация за потребителите коя енергия е устойчива и кои стоки са произведени с такава енергия, за да могат те да направят своя информиран избор;

- осигуряване на инвестиции във възобновяеми енергийни източници и технологии, в това число предоставяне на кредити и субсидии.

За изпълнението на тези цели правителствата трябва да работят за намаляване емисиите на вредни газове, а потребителите - да намалят употребата на стоки и услуги, разчитащи на нещадащи природата източници на енергия.

Избор и гъвкавост

Много държави предлагат достъп до различни източници на енергия - традиционни и алтернативни. Достъпът на производители и доставчици до електрическите и газовите мрежи в дадена държава трябва да е свободен и да не подлежи на дискриминация. Потребителите от своя страна трябва да имат право на избор на удобен за тях начин на заплащане на услугите.

Справедливост

Принципът на справедливо разпределение на услугите трябва да е налице, независимо от географския район и социалното положение на потребителите. Ако енергийната мрежа в страната налага прекъсвания, те трябва да се правят справедливо, без да има дискриминация на едни райони за сметка на други. Цените на енергията се определят от правителството, но трябва да бъдат съобразени с покупателната възможност на населението, с производствените разходи и с възвращаемостта на капитала.

Грижа и подкрепа за потребителите

Изготвяне на достъпни и разбираеми за хората общи условия на договорите за предоставяне на енергийни услуги. Договорите трябва да защитават потребителите срещу необосновано спиране на енергийното подаване или изключване от мрежата, както и да им предоставят ясна информация за цените. Цената на енергията не може да варира безразборно. Сметките не трябва да се надписват. Независими експерти имат право да ги преглеждат в случай на спор.

Използвани Е номера в месните продукти

АНТИОКСИДАНТИ: от E300 до E399

Антиоксидантите са вещества, които удължават срока на съхранение на храните, като ги предпазват от развала, причинена от окисление. В резултат на окислението се наблюдава промяна на цвета, влошаване на вкуса и мирииса на продуктите, т.нар. „развала“. Делят се на две групи според произхода си: естествени и синтетични. Антиоксидантите подобряват общото състояние на организма. Един от най-често използваните антиоксиданти е Витамин С (аскорбинова киселина) с номер E300. Той укрепва имунната система, намалява холестерола в кръвта.

Представители

Е№	Наименование	Максимално ниво
E300	Аскорбинова киселина (Витамин С)	20 mg/kg
E301	Натриев аскорбат	Кн
E302	Калциев аскорбат	Кн
E306 - E309	Токофероли	100 mg/kg*
E315	Еритробинова киселина	250 mg/kg
E316 - E318	Производни на еритробинова кис-на	20 mg/kg
E322	Лецитин	25 mg/kg
E325 - E329	Лактати	Кн
E330	Лимонена киселина	20 mg/kg
E331 - E333	Производни на лимонена киселина	10 mg/kg

10 полезни съвета за максимално добра картина на вашите телевизори:

1. Минималното разстояние, от което гледате телевизия, трябва да е равно на диаметъра на екрана на телевизора, умножено по три.

2. Свързвайте вашия телевизор с външни устройства само с качествени кабели. Употребата на некачествени кабели може да доведе до смущения в образа и/или изгаряне на някой от портовете на устройството. Свързвайте устройствата само когато и двете са изключени.

3. Не оставяйте телевизора си с фабричните настройки. За да привлечат клиентите, производителите обикновено настройват устройствата така, че те да възпроизвеждат максимално ярка картина, която е неподходяща в домашни условия. Фабричните настройки предразполагат също и към излишно харчене на електроенергия.

4. Направете различни настройки за всеки отделен видеоизточник. Различните източници като DVD плейъри, сателитни приемници, кабелна телевизия или компютър предават сигнал с различно качество и съответно се нуждаят от отделни настройки.

5. Подновявайте направените настройки на 3-4 месеца, тъй като калибрирането не е еднократен процес и трябва да се има предвид амортизацията на телевизора.

6. Направете отделни настройки за различните периоди на денонощието. Това би било излишно, ако използвате телевизора само през деня или само през нощта, а също, ако стоят, в която се намира вашият телевизор, няма прозорци.

7. Избягвайте „динамичния“ режим. Той увеличава прекалено остротата и контраста на картината и я прави твърде ярка и блестяща. При повечето телевизори „нормалният“ или „кино“ режим ще ви свършат много добра работа при гледане на филми или кабелна телевизия.

8. Настройте нивото на яркостта, така че черните цветове от изображението да са наситено черни, но и да не се сливат с другите по-тъмни цветове в картината.

9. За да нагласите най-точно яркостта, която ви харесва, пуснете филм, който има черни ленти отгоре и отдолу. Изберете сцена с приблизително равни количества светли и тъмни нюанси. Увеличавайте и намалявайте яркостта, докато не постигнете желаните ефект. Настройте нивото на контраста, така че на светлите кадри да не се губи детайлността на картината. За целта изберете бял кадър с множество видими детайли (например зимен пейзаж). Намаляйте нивото на контраста до такава степен, в която можете да видите абсолютно всички малки детайли в картината. Нагласете



нивото на сатурацията (нивото на цветност), така че ярките картини да не дразнят окото, но и да не бледнеят. За целта изберете близък кадър на човек и настройте нивото на сатурация така, че цветът на кожата му да изглежда напълно естествен.

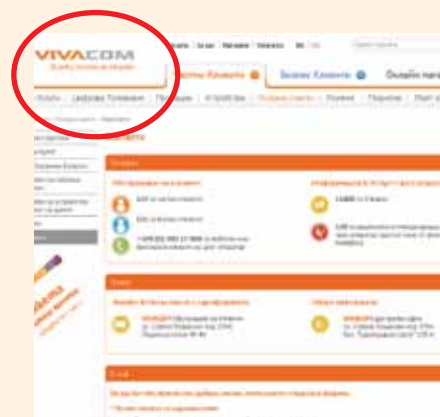
10. Почиствайте екрана на телевизора само със суха кърпа от микрофибър и не използвайте препарати на амонячна или спиртна основа. Обикновено такава кърпа е включена в комплекта на вашия телевизор. Ако не е, отидете в специализиран магазин и се поинтересувайте как и с какво да почиствате телевизора си.

Нищо ново под слънцето

Как компаниите се обновяват фиктивно и се опитват да заблудят потребителя

1. Виваком - открийте разликите

Когато БТК се преименува на Виваком, в Италия вече имаше компания със същото име, която притежава и домейна www.vivacom.com. Освен името обаче, изглежда БТК не се е посвенила да възмъжва и логото на въпросната компания. Разбира се, медиите премълчаха плагиатството на един от най-мощните си рекламодатели.



2. „Новите“ капачки на Девин

Фирма „Девин“ обяви, че се е загрижила за природата и щяла да следва световните еко тенденции. Затова намалила размера на пластмасовите капачки, с които затваря бутилките с минерална вода. Защо, вместо да ни баламосва със зелени приказки за наивници, „Девин“ не замени пластмасовите бутилки със стъклени?



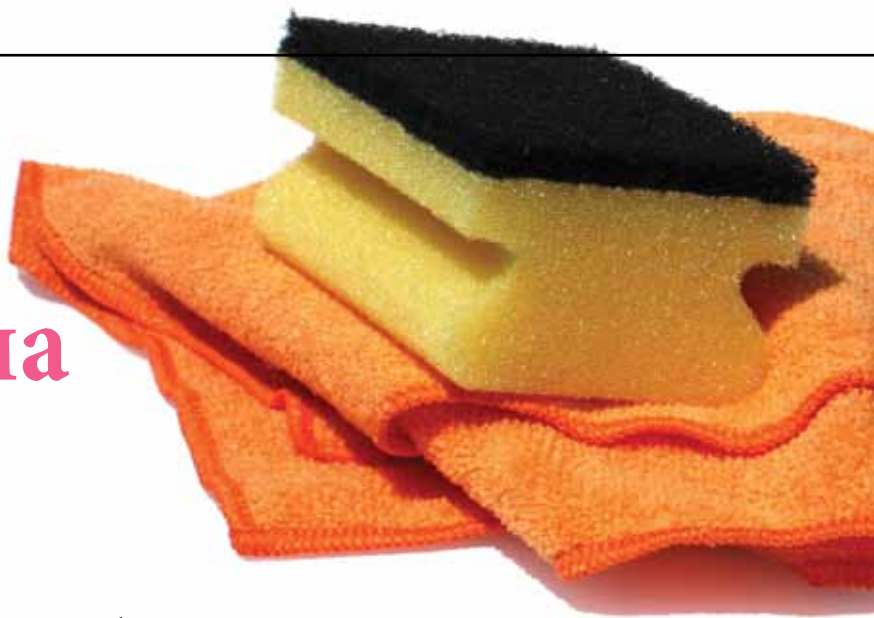
3. Най-добрата такса – в евро, без ДДС

Фирма „Боду – СОД“ твърди, че е „вярна защита“ за физически и юридически лица, чрез брошура, която два пъти нарушава потребителските им права – първо, цените са без ДДС и второ – обявени са в евро, вместо в български лева. Кой ще защити потребителите от „Боду - СОД“?



Как да поддържаме хигиена в дома

Сайтът www.cleanright.eu ни учи да чистим правилно на 12 езика, включително български



Сапуните, перилните и почистващите продукти се използват ежедневно за поддържане на чистотата, здравето и свежестта в цялата къща. Те ни помагат да се борим против петната, мръсотията, бактериите и болестите, като същевременно с това се грижат за запазването на различните повърхности и оставят приятен аромат. Въпреки че производителите се стараят продуктите им да са безопасни при предвидената употреба, винаги е необходима известна предпазливост - особено когато наблизо има деца. Четете етикетите и спазвайте указанията за дозиране, употреба и съхранение.

Какво още е нужно да знаете за препаратите за домашна хигиена?

Информираността на потребителя относно препаратите е ключова. Производителите на перилни и почистващи препарати полагат усилия да информират потребите-

лите как най-правилно, безопасно и с грижа за околната среда да използват продуктите им. Промишлеността непрекъснато се консултира с потребителски групи, държавни органи и други експерти за по-нататъшното подобряване на безопасността и отношението към околната среда на своите продукти, преминава към съставки с по-слабо въздействие върху околната среда, разработва етикети и други канали за комуникация, осигуряващи на потребителите важна информация за безопасното и отговорно използване на продукта.

Какви са съставките, които най-често влизат в състава на продуктите и какви са техните свойства, как най-ефективно да използвате препаратите за най-добри резултати, как да се предпазите от евентуално вредно въздействие или неправилна

Четете етикетите и спазвайте указанията за дозиране, употреба и съхранение.

употреба, как да спестите вода, енергия и пари като същевременно помагате за опазването на околната среда, какво е европейското законодателство в тази област? Отговорите на тези и много други въпроси може да намерите на адрес www.cleanright.eu

Проектът с името **Cleanright** (от англ. „чисти правилно“) е разработен от Европейските индустриални асоциации: AISE (представляваща производителите на перилни, почистващи и поддържащи продукти) и CEFIC (представляваща химическата индустрия), а в България се осъществява със съдействието на БАДИ (Българската асоциация на детергентната индустрия: член на AISE) и БКХМ (Браншовата камара на химическата промишленост: член на CEFIC).

Създателите на проекта имат амбицията съдържанието на сайта да достигне до колкото е възможно повече европейски потребители, както и да се превърне в източник на полезна информация в областта на продуктите за домашна хигиена освен за потребителите, също и за студентите и преподавателите. От втори декември 2009 г. на адрес <http://bg.cleanright.eu/> сайтът предоставя информация и на български език, а днес той е преведен вече на 12 езика.

Cleanright не препоръчва, нито популяризира отделни търговски марки. Той предоставя ценна информация за различните категории продукти, за тяхната най-ефективна, най-безопасна и екологично съобразена употреба. Възможността за виртуална обиколка из помещенията на съвременния дом позволява сами да откриете полезните съвети относно хигиената и устойчивостта, информация за предназначението и най-добрата употреба на различните типове препарати.



Опасни стоки

Вид на стоката

Детска диадема с цвете “Jumbo”



Описание на продукта

Детска пластмасова диадема, от вътрешната страна на която има гребен с остри зъбци. Върху горната страна е залепено пластмасово цвете. Върху етикета на стоката има описание на български език, което гласи: Внимание! Не е подходящо за деца под 3 годишна възраст, защото съдържа малки частици, които детето може да погълне. Запазете упътването или данните от опаковката за допълнителна справка. Вносител за България: Jumbo ЕС.В, бул. България 51 (стар бул. България 222), София, България, тел. 02/9580340, произведено в Китай.

Страна на произход

Китай

Вносител

“ДЖАМБО ЕС Б” ЕООД, гр. София

Опасност/естество на риска:

Риск от нараняване на главата. Стоката не отговаря на изискванията за безопасност по показател “Безопасност на детските играчки. Физични и механични свойства.” Диадемата не отговаря на изискванията за безопасност поради това, че е установено наличие на остри върхове, което може да доведе до нараняване на главата при малки деца.

Вид на стоката

Аксесоар за коса - детска диадема



Описание на продукта

Пластмасова детска диадема, от вътрешната страна на която има остри зъбци и надпис UKV. Върху етикета има информация на български език, която гласи: артикул - диадема, производител - Китай, вносител - “Соан” ООД, състав - пластмаса.

Страна на произход

Китай

Вносител

Не е известен

Опасност/естество на риска:

Риск от нараняване на главата. Стоката не отговаря на изискванията за безопасност по показател “Безопасност на детските играчки. Физични и механични свойства.” Диадемата не отговаря на изискванията за безопасност, защото има остри върхове, които създават риск от одраскване.

Актуален списък с всички опасни стоки, забранени за реализация на българския пазар, може да бъде намерен в интернет страницата на Комисията за защита на потребителите на адрес: <http://bit.ly/coNXN9> и в страницата на Държавна агенция по метрологичен и технически надзор на адрес <http://bit.ly/cTkGe0>

В следващия брой четете:



**Сравнителен тест
на фотоапарати**



**Сравнителен тест
на вода за уста**



**Как да съхраняваме
продуктите**



ул. Врабча 26, София 1504
тел. 989 01 06, bnar@bnar.org
www.aktivnipotrebiteli.bg

Активни потребители не публикува
търговски реклами. То се издържа
само от вас. Купувайки списанието,
вие поддържате независимостта му
от интересите на търговците!