



АКТИВНИ

ПОТРЕБИТЕЛИ

www.aktivnipotrebiteli.bg



Храни

Какво пише на етикета



Реклама

Как да се оплачете от неетични послания?



Месомания

Кой спечели конкурса на потребителя?



Пари

Как да спестим консумативи за принтера?

Тест на 30 модела телефони с тъчскрийн

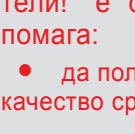
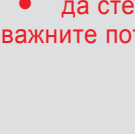
Тест на 18 модела ютии

ISSN 1314-0353



9 771312 783004 >

Съдържание

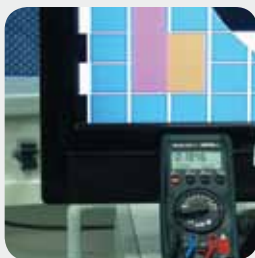
Актуално	3-4
 „Активни потребители“ иска преносимост и на топлинните счетоводители	5
 Банкови кредити с поръчител	5
 Съвременни абсурди по етикетите на храните	6-7
 Къде сме ние?	8-9
 Затлъстяването на децата	10-11
 Само 6 банки информират коректно за потребителските кредити	12-13
 Рекламна обективност	14-15
 Ски курорти и застрановки	16
 Само 18% от магазините проверяват стоките за безопасност	17
 Посетители на „Месомания 2010“ из-браха „Продукт на потребителя“	18-20



стр. 20-24

Сравнителен тест на 30 актуални модела телефони с „тъчскрийн“

През последните години телефоните с тъчскрийн дисплей се превърнаха в хит и напълно завладяха пазара. Предлагаме ви тест на 30 актуални модела телефони с „тъчскрийн“.



стр. 25-28

Сравнителен тест на 18 модела ютии

Как да изберем ютия, кои модели са най-качествени и какво трябва да знаем при използването ѝ?



Интернет общество у нас 29

Принтирай и пести 30-31



Детски дрехи и размери 32

10 начина да спестим по празниците 33



(Не)известни уловки по време на пазаруване 34

Какво трябва да знаем за pH? 35



Какъв подарък да изберем? 36

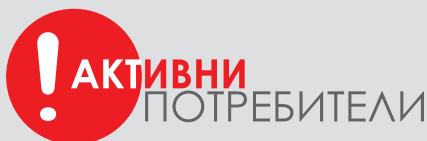
Новите енергийни етикети на ЕС 37



Справочник 38

Опасни стоки 39

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 подпомогнете 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

Изпълнителен директор
Богомил Николов

Редакционен екип
Светослава Банчева
Богомил Николов
Инес Субашка
Радослав Мирчев
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

Нова маркировка за храните в ЕС

Таблиците с хранителното съдържание стават задължителни

В борбата с наднорменото тегло министрите по защита на потребители на ЕС приеха нови маркировки за хранителните стоки. Така в бъдеще за първи път в Европа ще бъдат задължителни таблиците с хранителната стойност на продукта върху опаковката му. Потребителите ще могат по-бързо да разпознаят съдържанието на захар, мазнини и сол в продукта. Съдържащи кофеин продукти трябва да имат и предупредително обозначение за бременни жени и деца.

Новите правила влизат в сила, когато ги одобри Европейският парламент. Гласуването е планирано за юни 2011 година. Германският министър по защита на потребителите Илзе Айгнер изрази надежда за подобрения чрез ЕП. Предвижда се за месото да има марки-

ровка къде е било пакетирано. За съжаление не е одобрено предложението да се дава задължителна информация и за мястото, от което произхожда.



Защита от спам

Проверете дали имейлът, на който възнамерявате да изпратите реклама, не е в списъка на КЗП



Комисията за защита на потребителите (КЗП) води електронен регистър с имейли на юридически лица, които не желаят да получават непокани търговски съобщения. Фирмите, които практикуват директен имейл маркетинг, могат вече сами да сверяват своите бази данни адреси с тези на вписаните в електронния регистър на КЗП. Така те могат да премахнат от своя списък адресите на юридически лица, които изрично са заявили, че не желаят да получават спам. На сайта www.kzp.bg е качена за свободно изтегляне и употреба програмата KZPMailClearing.exe, с която се извършва проверката. На сайта е поместено и ръководство за работа със софтуера, както и криптирана версия на списъка с електронни адреси, вписани в регистъра. Всяка седмица комисията ще актуализира списъка с адреси.

Контактни лещи онлайн

Унгарски съд отмени забрана за продажба на контактни лещи по интернет

Унгарското законодателство изисква търговията с контактни лещи да се извършва в специализиран магазин с минимална площ от 18 кв.м. или отделно от работилницата помещение. Освен това в рамките на продажбата на тези продукти трябва да се прибегне до услугите на оптик или офталмолог, квалифициран в областта на контактните лещи. Унгарското дружество Ker-Optika извършва търговия с контактни лещи чрез своя уебсайт. Унгарските здравни органи му забраняват по-нататъшното упражняване на тази дейност с мотива, че в Унгария тези продукти не могат да се продават чрез



интернет. Ker-Optika обжалва по съдебен ред това решение за налагане на забрана и иска от съда да установи дали това не влиза в разрез с правото на ЕС. В решението си съдът установява, че предвидената в унгарското законодателство забрана за продажба на контактни лещи чрез интернет се прилага само за контактни лещи, които идват от друга държава – членка и са предмет на продажба по пощата и на доставка по домовете на потребителите в Унгария. Съдът отбелязва, че тази забрана лишава операторите от други държави членки от едно много ефикасно условие за търговия с тези продукти и така значително затруднява достъпът до унгарския пазар. Следователно подобна правна уредба представлява пречка за свободното движение на стоки в Европейския съюз.

Отровни пъзели

Меки постелки, тип пъзел, с високо съдържание на вредни вещества

Белгийските власти иззеха от търговската мрежа меки постелки, тип пъзели, поради прекалено високите нива на вредни вещества и по-специално – на формамид, които се съдържат в тях. Формамидът е известно, че е канцерогенен и е дразнещ за кожата.

Всички меки пъзели, които съчетани оформят цяла подложка, са изтеглени от белгийския пазар. Тези продукти са предназначени за малки деца и често се използват като подови покрития в детски градини или гимнастически салони. Производителите, които искат да пуснат отново подобни пъзе-



ли на белгийския пазар, трябва да докажат, че продуктите съдържат само следи от вредни вещества. Меките пъзели са достъпни и в много други страни от ЕС, така че е интересно да се провери дали се намират в търговската мрежа на България и какви вещества съдържат.

Часовници с никел

Производителят изтегля опасните модели от пазара



Три модела ръчни часовници на фирма Fossil имат завишено съдържание на никел и може да предизвикат кожни раздразнения или алергия. Засегнати са два модела

от серията Decker - CH2602 и CH2603 и един от серията Diesel - DZ7169. Производителят сам предупреждава за откритата нередност. Той е преустановил производството на стоките и е предприел изтегляне на описаните часовници от всички свои дистрибутори на територията на ЕС. Трите модела се предлагат и в България. Собствениците на такива часовници трябва да се свържат с търговеца, от който са ги закупили

Дефектни гуми на Мишлен

Част от произведените в Румъния гуми „Корморан“ се деформират и налягането им се понижава



„Мишлен – Румъния“ С.А. откри несъответствие при част от гумите с марка „Корморан“. Те са предназначени изключително за професионална употреба. Дефектът може да се прояви под формата на деформация върху проекторната или раменната част на гумата и ако остане незабелязан, води до влошаване на състоянието на гумата и понижаване на налягането ѝ. „Мишлен“ изтегля от пазара дефектната партида и предлага безплатна, идентична замяна на гумите с недефектни. Потребителите, които вече притежават гуми „Корморан“, трябва да проверят дали са произведени през януари 2010 година в Румъния и ако е така, да се свържат с търговеца, от който са ги закупили, за да им ги замени.

Есемес тормоз

„Глобул“ отнесе санкция за подвеждащи рекламни съобщения за „Големия кеш“

Мобилният оператор „Глобул“ изпраща рекламни есемеси с некоректна и непълна информация на потребителите си. Телекомът ги подканва да участват в „Големия кеш“, но съобщенията създават погрешното впечатление, че обявеният награден фонд ще бъде раздаден само сред абонатите на Глобул. Отделно мобилният оператор подвежда потребителя, че вече е определен като „избран“ да участва в теглелето на награда с голяма стойност. Липсва ясно указание колко есемеса трябва да изпрати потребителят, за да участва при разпределянето на наградите. Комисията за защита на потребителите санкционира мобилния оператор и му забрани да отправя подобни подвеждащи, настойчиви и непоискани търговски съобщения към абонатите в бъдеще.

Заблуждаващи цени

Сайт за самолетни билети подвежда потребителите



Сайтът за резервация на самолетни билети www.terminala.com заблуждава потребителите за цените, като пропуска да ги уведоми, че има задължителна допълнителна такса от 7 евро. Сигналът е подаден от Белгия чрез европейската система за сътрудничество при защита на потребителите (CPC) от неприятели практики и нарушения при електронната търговия. Друга нередност е, че на сайта цените са обявени в евро, но ако потребителят прави резервация от САЩ, сумата за билетите му се приспада от кредитната карта в долари, а след това му се удържа допълнителна такса за смяна на валутата. Тази информация отсъства от сайта и потребителите я научават час след извършване на транзакцията. Търговецът е с адрес в Испания.

„Активни потребители“ иска преносимост и на топлинните счетоводители

В Закона за енергетиката да се заложи механизъм, гарантиращ, че потребителят може да смени фирмата, без да инвестира в нови уреди

Държавата да създаде условия потребителите на отопление лесно да сменят топлинния си счетоводител, без да се налага да инвестират в нови уреди, настоява Асоциация „Активни потребители“. Моментът е подходящ, защото предстои да се приемат изменения в Закона за енергетиката. През следващите две години изтича срокът на годност на повечето устройства за дялово разпределение. Потребителите трябва да си купят и монтират нови уреди. Това за първи път от 10 години насам им дава възможност да сменят фирмата си за топлинно счетоводство, без да плащат допълнителни разходи за смяна на уредите.

Промяната в закона, която „Активни потребители“ предлага, ще гарантира на хората, че в бъдеще няма да са закрепостени към избраната фирма, ако не са доволни от услугите ѝ. Чисто технически трябва да се приложи решение, което да осигури съвместимост на устройствата (софтуера,

радиосигнала и т.н.) от различните фирми.

Това ще доведе до реална конкуренция на пазара за топлинни счетоводство и качеството на услугите ще се подобри. В момента абонатите на дадена сграда, които не са доволни от топлинния си счетоводител, не могат да сключат договор с друг, без всички домакинства да инвестират в нови уреди.

„Днес потребителите могат да сменят мобилния си оператор и да запазят стария си телефонен номер. По същия начин държавата трябва да насърчава преносимостта във всички други сектори от икономиката, за да се избегне монополизирането на определени услуги, да се гарантира свободната конкуренция и да се защитят правата на потребителите“, коментира **Богомил Николов, изпълнителен директор** на „Активни потребители“.

Асоциацията съветва абонатите, когато избират нова фирма за топлинно



счетоводство, да обърнат внимание дали тя предлага дистанционно отчитане на радиаторите. С този метод показанията на топломерите се улавят чрез радио сигнал и не се налага инкасатори на фирмата да посещават домовете. Отпада и проблемът с не-реалните сметки и многократното им преизчисляване, ако някой от съседите не си е бил вкъщи по време на отчета в края на отоплителния сезон.

Банкови кредити с поръчител

Често банките се обръщат направо към поръчителите, без да са предприели юридически действия към кредитополучателите си

Голяма част от банковите кредити в по-малък размер са отпуснати при наличие на поръчител. Поръчителят и кредитополучателят са солидарно отговорни пред банката за дълга. На обикновен език това означава, че банката има право да потърси целия дълг от единия или другия по свое усмотрение и преценка кой от двамата е по-платежоспособен и от кого е по-лесно да се съберат парите. Банката няма задължение да се опита първо с всички законови средства да събере вземанията си от длъжника и чак когато това се окаже невъзможно – да потърси поръчителя. Струва ни се, че при

подписване на договорите за кредити с поръчител, това не се обяснява достатъчно добре на самите поръчителите.

На практика банките избират винаги по-лесния за тях вариант, т.е. в доста случаи се обръщат направо към поръчителите, без изобщо да са предприели юридически действия към кредитополучателите си, ако не се броят едно-две телефонни обаждания. Те не се интересуват от това да защитят интересите на поръчителите спрямо кредитополучателите. Тук трябва да се отбележи, че банките имат право на кратка съдебна процедура и в рамките на две седмици

до един месец те могат да се снабдят с изпълнителен лист срещу своите длъжници. За разлика тях, поръчителят много по-трудно би успял да направи това. Да не говорим, че за целта той трябва да заплати на адвокат, който да му подготви документите и да извърши действията пред съответния съд. От тази гледна точка поръчителят се оказва в много по-неблагоприятно положение от самия длъжник. Нашето мнение е, че тази банкова практика ще доведе до липса на поръчители и съответно все по-малко ще бъдат отпуснати кредити с поръчител. Нека банките се замислят – добра ли е тази перспектива за тях?

Съвременни абсурди по етикетите на храните

Днес и минералната вода е панацея!

Все повече храни се появяват на пазара с невероятни твърдения. Лекуват болести, намаляват различни рискове, помагат при много заболявания! Проблемът с неверните или преувеличени хранителни и здравни претенции върху етикетите на храните не е само български, той присъства и на европейските пазари.

По този повод Европейската агенция за хранителна безопасност (EFSA) се зае да провери въпросните твърдения. След щателни изследвания агенцията изготви научнообоснован списък с одобрените и отхвърлените претенции или твърдения. Списъкът се актуализира, тъй като към EFSA продължават да постъпват запитва-

ния относно различни твърдения по хранителните етикети.

В тази статия ще ви представим одобрени твърдения, подредени в три групи – продукти, които намаляват рискове за здравето, помагат на детското развитие и здраве и твърдения, основани на новоразвити научни доказателства. В следваща статия /бр. 2, 2011 г./ ще се запознаете с отхвърлените твърдения отново в тези три категории.

Като потребители трябва да сме запознати с тези пазарни трикове, да ги разпознаваме по етикетите и да подаваме сигнал към компетентните органи, ако се натъкнем на хранителни или здравни твърде-

ния, вече отхвърлени от EFSA. Това че дадено твърдение е влязло в списъка с отхвърлените твърдения не означава, че автоматично ще излезне от пазара. Възможно е производители и дистрибутори да продължават да поставят подвеждащи твърдения поради недобросъвестност или незнание.

Ако се натъкнете на хранителни или здравни твърдения, в които се съмнявате, може да сигнализирате ДВСК (Държавен ветеринарно-санитарен контрол) или РИОКОЗ (Регионална инспекция за опазване и контрол на общественото здраве), а от 2011г. и новосъздадената Българска агенция по безопасност на храните.

Одобрени хранителни и здравни твърдения

Продукти, намаляващи рисковете за здравето

Вид съставка, храна, хранителна категория	Твърдение	Допълнителна информация на етикета. Допълнителни условия/изисквания
Растителни стероли или растителни станол естери	Храни, съдържащи растителни стероли или станол естери, намаляват нивото на холестерол в кръвта.	Ефектът се получава при дневен прием от 1,5-2,4 гр в продължение на поне 2 до 3 седмици. Може да се поставя само на следните продукти: маргарини, млечни продукти, майонези и салатени дресинги.
Растителни стероли. Те са извлечени от растения, свободни или естерифицирани с хранителни мастни киселини.	Храни, съдържащи растителни стероли, намаляват нивото на холестерол в кръвта.	Ефектът се получава при дневен прием от 1,5-2,4 гр в продължение на поне 2 до 3 седмици. Може да се поставя само на следните продукти: маргарини, млечни продукти, майонези и салатени дресинги.
Растителни станол естери	Храни, съдържащи растителни станол естери, намаляват нивото на холестерол в кръвта.	Ефектът се получава при дневен прием от 1,5-2,4 гр в продължение на поне 2 до 3 седмици. Може да се поставя само на следните продукти: маргарини, млечни продукти, майонези и салатени дресинги.
Дъвка, подсладена със 100% ксилитол.	Дъвка, подсладена със 100% ксилитол, намалява нивото на зъбна плака. Високото ниво на зъбна плака е рисков фактор за развитие на кариеси при децата.	Потребителите трябва още да знаят, че ефектът се постига с консумацията на 2-3 гр. от дъвката поне три пъти на ден след хранене.

Какво означава „значително количество“?

Според Европейската директива* референтните стойности на витамини и минерали за деца между 6 месеца и 4 година са следните:

Витамин D	7 µg
Калций	550 mg
Фосфор	550 mg
Йод	80 µg
Желязо	8 mg
Цинк	5 mg

* Източник: http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/nutritionlabel/discussion_paper_rev_tech_issues.pdf

Може да следите актуалния списък на одобрените и неодобрените твърдения на адрес:

<http://www.efsa.europa.eu/en/ndaclaims/ndaclaims13.htm>

Продукти, помагачи на детското развитие и здраве

Вид съставка, храна, хранителна категория	Твърдение	Допълнителна информация на етикета. Допълнителни условия/ изисквания
α- Линоленовата киселина (ALA) и линолова киселина (LA), Есенциални мастни киселини	Есенциалните мастни киселини са необходими за нормалния растеж и развитие на децата.	ALA да се приема дневно по 2 гр., а LA – по 10 гр. – за получаване на необходимия ефект.
Калций и Витамин D	Калций и Витамин D са необходими за нормалния растеж и развитие на костите при децата.	Твърдението, че дадена храна е източник на калций и витамин D може да се направи единствено, когато продуктът съдържа значителното количество калций и витамин D.
Калций	Калций е необходим за нормалния растеж и развитие на костите при децата.	Твърдението, че дадена храна е източник на калций може да се направи единствено, когато продуктът съдържа значителното количество калций.
Витамин D	Витамин D е необходим за нормалния растеж и развитие на костите при децата.	Твърдението, че дадена храна е източник на витамин D може да се направи единствено, когато продуктът съдържа значителното количество витамин D.
Фосфор	Фосфорът е необходим за нормалния растеж и развитие на костите при децата.	Твърдението, че дадена храна е източник на фосфор може да се направи единствено, когато продуктът съдържа значителното количество фосфор.
Йод	Йодът допринася за нормалния растеж на децата.	Твърдението, че дадена храна е източник на йод може да се направи единствено, когато продуктът съдържа значителното количество йод.
Желязо	Желязото допринася за нормалното когнитивно развитие на децата.	Твърдението, че дадена храна е източник на желязо може да се направи единствено, когато продуктът съдържа значителното количество желязо.
Протеини	Протеините са необходими за нормалния растеж и развитие на костите при децата.	Твърдението, че дадена храна е източник на протеини може да се направи единствено, когато продуктът съдържа значителното количество протеини.

Твърдения, основани на новоразвити научни доказателства

Вид съставка, храна, хранителна категория	Твърдение	Допълнителна информация на етикета. Допълнителни условия/ изисквания
Разтворим във вода доматен концентрат (вид I и вид II)	Той помага за поддържането на нормално ниво тромбоцити, което на свой ред допринася за правилното кръвообращение.	За постигане на необходимия ефект вид I трябва да се консумира дневно по 3 гр, а вид II по 150 милиграма в до 250 мл плодов сок, овкусени напитки или млека (освен ако не са силно пастеризирани).

Къде сме ние?

Българските потребители са най-недоволни от електроснабдяването, колите втора употреба и услугите, свързани с недвижими имоти, показва проучване на Европейската комисия

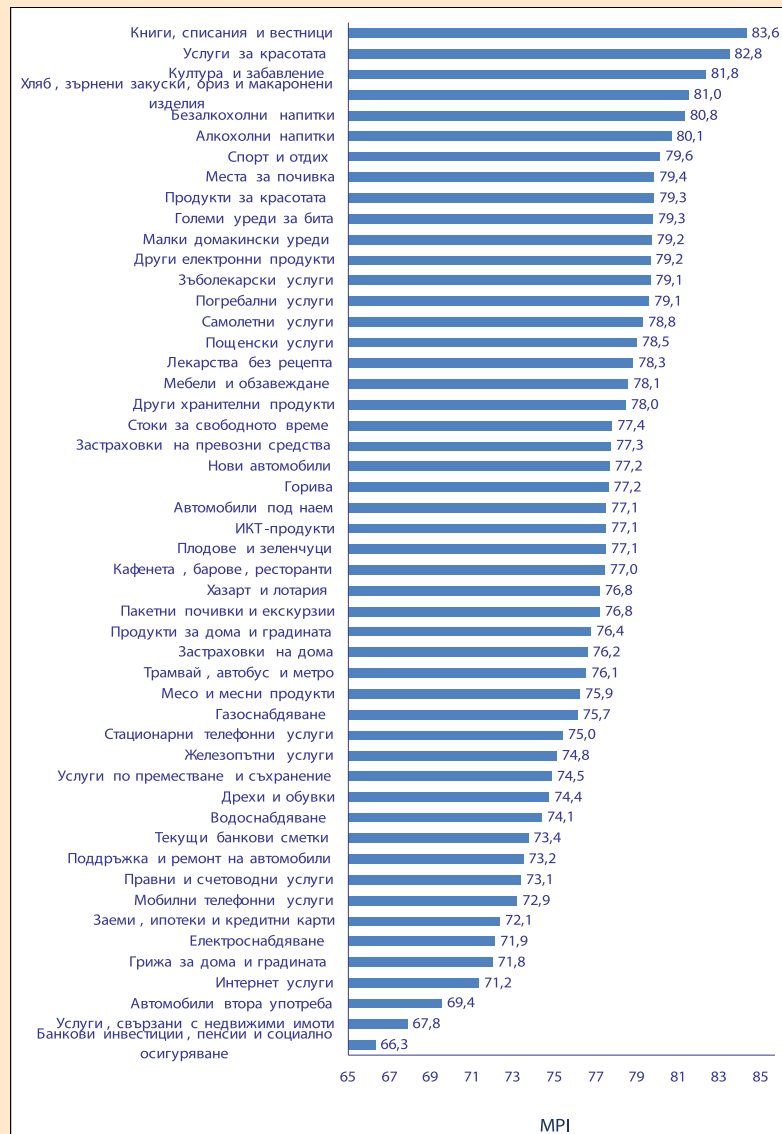
Проучването, с цел наблюдение на пазара, е с новаторски характер. То предоставя сравними потребителски мнения за 27 страни и Норвегия, за 50 пазара на дребно, които поемат повече от 60% от бюджета на потребителите (не са включени пазарът на жилища, повечето лекарствени продукти и медицински услуги или образованието). Подобно проучване досега не е правено не само в България, но и в целия ЕС, с изключение на някои някои държави или за ограничен брой пазари. Освен това се основава само на потребители, които са осъществили скоростни покупки на всеки пазар. По този начин се гарантира, че то отразява само факти, които имат значение, и не включва произволни мнения.

Проучването ще бъде повторено в бъдеще. Това ще позволи да се сравни развитието във времето. Потребителските мнения до голяма степен изпълняват ролята на лакмус за определяне качеството на функциониране на даден пазар. Тези мнения се използват широко и от бизнеса, защото предоставят красноречива, макар и непълна, представа за нарушеното функциониране на пазара.

Резултатите от проучването показват кои сегменти на пазара са потенциално проблематични, защото не отговарят на очакванията на потребителите. Данните ясно показват къде да бъдат съсредоточени усилията и ресурсите на държавните власти напред и накъде трябва да се ориентират приоритетите в законоприлагането. Те са добра основа и за стартиране на дискусии с представителите на съответните сектори, относно причините за резултатите от проучването. Един задълбочен анализ на причините може да спомогне за набелязването на областите, в които трябва да се предприемат мерки.

Европейската комисия вече е започнала по-подробно проучване на пазара на електроенергия и на електронната търговия, за да анализира в дълбочина причините. В резултат от настоящите резултати ще стартират нови две детайлни проучвания – на доставки на интернет услуги и на месо. Крайният резултат трябва да бъде подроб-

Общо за Европейския съюз



Класацията на секторите на равнище ЕС за всеки от 50-те пазара на дребно. По-ниски резултати на MPI са знак за възможното неправилно функциониране на конкретния пазар от гледна точка на потребителите.

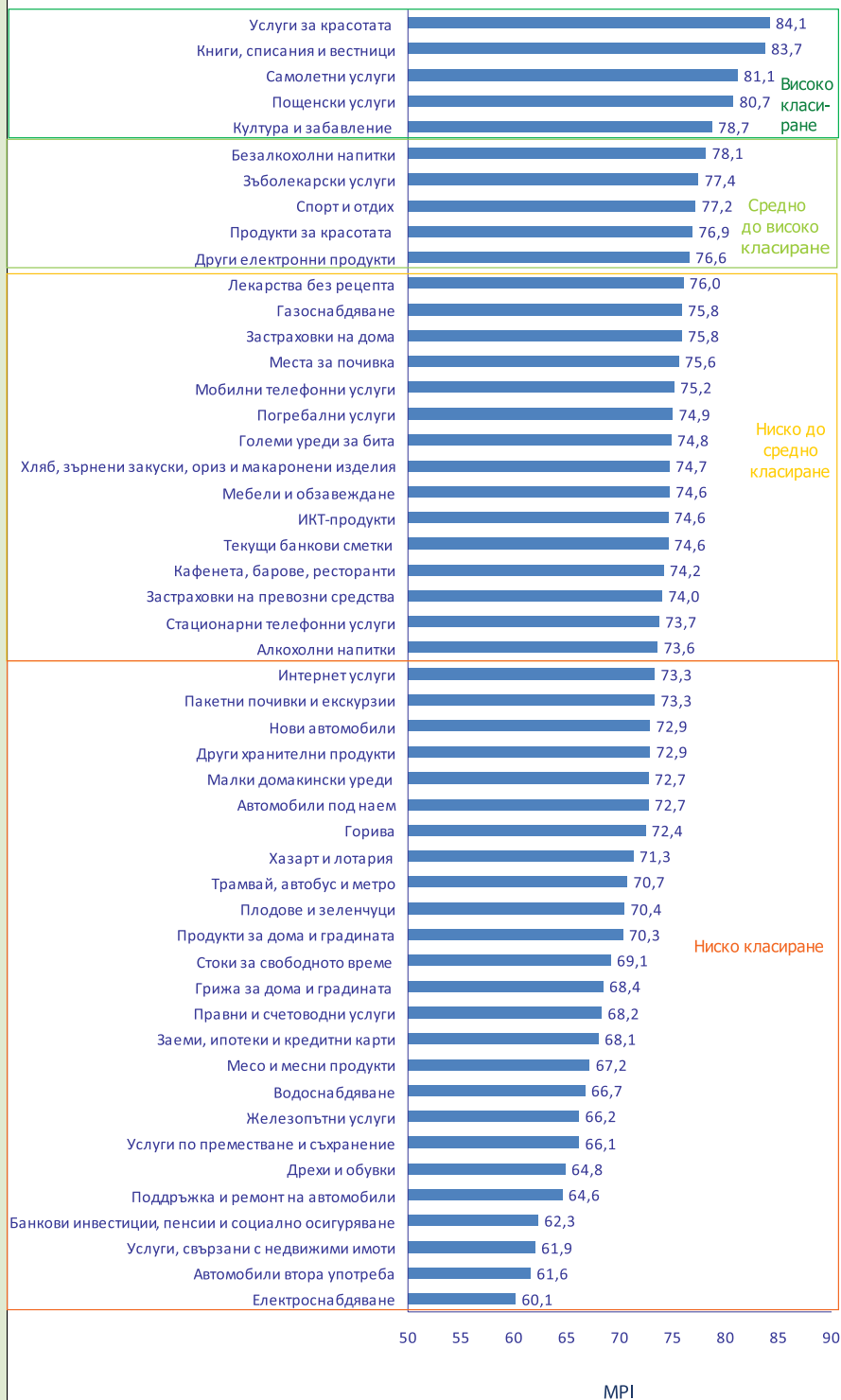
но описание на проблемите, както и въпросите, които изискват действия.

България няма традиция за извършване на подобни задълбочени проучвания, с които да се набелязват мерки в областта на отделните политики, но е време и това да се

промени, за да не се налага потребителите да излизат на улицата и да протестират, както в случая с мобилните оператори.

В България единствените пазари, които се класират на значително по-задно място в сравнение с класирането им в ЕС като

MPI за България (BG) по пазари



Как е направено проучването?

Проучването обхваща 5 основни аспекта на изследваните потребителски пазари: сравнимост, доверие, проблеми и жалби, удовлетвореност и смяна на доставчика.

- **Сравнимост** – възможността за потребителите да сравняват стоките и услугите по цена и качество.
- **Доверие** – доколко потребителите считат, че компаниите зачитат потребителските права.
- **Удовлетвореност** – посочва дали пазарите отговарят на желанията на потребителите, като косвено информира за сериозността на други недостатъци, които са останали неразкрити от конкретните показатели.
- **Проблеми и жалби** – комбинацията от „жалби“ и „проблеми“ дава представата за сериозността на проблемите и за вероятността потребителите да са в неизгодно положение, като съчетава честотата на проблемите и честотата на жалбите.
- **Смяна на доставчика** – възможността за избор на доставчик и липсата на бариери пред този избор.

На базата на 4 от 5-те аспекта (сравнимост, доверие, проблеми и жалби и удовлетвореност) е калкулиран обобщен пазарен индекс (Показател за функционирането на пазарите (MPI). За 11-те пазара, за които съществуват данни относно смяната на доставчика, е изчислен допълнителен индекс (MPIS – Показател за функционирането на пазарите, включително смяната на доставчика).

цяло, са пазарите на стоки за свободното време, малки домакински уреди и алкохолни напитки.

Пазарите за облекло и обувки, услуги по преместване и съхранение, железопътни услуги, месо, продукти за дома и градината, плодове и зеленчуци, горива, автомобили под наем, други храни, нови автомобили,

хляб/зърнени закуски/ориз, големи уреди за бита и места за почивка се класират на по-задно място в сравнение с класирането им в ЕС като цяло.

Пазарът за интернет услуги, текущи сметки, мобилни телефонни услуги, жилищно застраховане и газоснабдяване се класират на значително по-предно място

в сравнение с класирането им в ЕС като цяло.

Пазарите за услуги по поддръжка и ремонт на сгради, стационарни телефонни услуги, лекарства без рецепта, зъболекарски услуги, пощенски услуги и самолетни услуги се класират на по-предно място в сравнение с класирането им в ЕС като цяло.

Затлъстяването на децата

Около 45 милиона деца до 5 годишна възраст по света страдат от свръхтегло

Затлъстяването при децата се превръща в един от основните проблеми на съвременното общество. В наши дни все повече деца страдат от болести, типични за възрастните - диабет, висок холестерол, високо кръвно налягане, сърдечни проблеми и др.

Затлъстяването е метаболитно нарушение с хроничен характер, което е резултат от сложни взаимодействия между генетични особености, хормонален баланс и външната среда. Основна причина за развитието му е перманентното поддържане на положителен енергиен баланс - следствие на повишен енергиен прием, понижен енергоразход или комбинация от двете.

През последния четвърт век енергийният прием на хората се повишава драматично, като изменението в хранителните навици на населението не е само количествено, но и качествено. Друг външен фактор, оказващ силно влияние, е пони-

жената физическа активност на хората. Обездвижването е резултат от икономическия растеж и индустриализацията, които сведоха до минимум необходимостта от физическа дейност. В миналото дедите ни са получавали възнаграждение за полаганите физически усилия, а днес ние сме принудени да си плащаме, за да спортуваме.

Но къде всъщност се корени проблемът, довел до „порастването“ на децата ни... дали в семейството, училището, социалната среда или другаде?

Семейството

Нека разгледаме първо семейството. Взаимоотношенията на родителите и примерът, който дават, играят изключително важна роля в живота на детето. Те са първият образец на междуличностни отношения, който децата възприемат и именно те формират навиците и мирогледа им. Според изследвания 75% от децата на родители с наднормено тегло също са „обречени“



да наследят заоблената фигура. Ще кажете „Естествено, все пак е заложено генетично!“. Дали всъщност нещата винаги опират до наследственост, или има и други причини, които са очевидни, но ние подминаваме в желанието си да намерим оправдание за състоянието си?

Всяка сутрин се отбивате в Dunkin Donuts, пробвате всичките им донъти, браунита, нови напитки пълни със сметана и захар. На обяд се отбивате да похапнете пица и сладолед, а за вечеря минавате през KFC да вземете хрупкавите, вкусни пилешки крилца и единственото здравословно нещо в храната ви е листенцето маруля в сандвича от McDonalds, който сте хапнали на среща с приятели. Как бихте очаквали детето ви да иска да яде плодове, зеленчуци, ядки и месо? Та нали вие сте неговият пример за подражание?

Ако искаме децата ни да имат по-добър живот и да се чувстват здрави и пълноценни, трябва да променим първо себе си и начина, по който им влияем.



Медиите и затлъстяването на децата

Медиите също провокират затлъстяването. Все повече се засилва тенденцията любимите анимационни герои на децата да се „експлоатират“ като рекламни лица на новите „хранителни шедьоври“ на ресторантите за бързо хранене и на шоколадовите лакомства. При проведено изследване на децата са били предложени хамбургери, пържени картопки и моркови. Едните били сложени в обикновена едноцветна опаковка, а другите - в опаковки с образа на някой филмов герой. Резултатът бил, че близо 80% от децата, казали че морковите в „шарената“ опаковка са по-вкусни от тези в едноцветната! Следователно е доста лесно

да манипулираме децата, като „без да искаме“ формираме техните желания.

Причините за затлъстяването могат да бъдат намерени на още много места, но все трябва да започнем промяната отнякъде. В света има около 45 милиона деца до 5 годишна възраст, които страдат от затлъстяване и тенденцията е броят им да се увеличава. Нима искате това да бъде бъдещето на децата ни? Да бъдат роби на храната? Нека всеки да се опита да тръгне по пътя към по-здравословен живот, а оттам да се надяваме, че и децата ни ще станат наши спътници в това пътешествие.





Емоционални проблеми

Друга причина - основен фактор за затлъстяването на децата - са взаимоотношенията. Доказано е, че много от децата запълват емоционалната си празнота с тлъпчене. При едно изследване са били събрани и разпитани деца с наднормено тегло, като всяко от тях изтъкнало различна причина за пристрастеността си към яденето. Общото помежду им обаче било, че се опитват чрез яденето да запълнят липсата на някоя емоция. Отново излиза, че нещата опират до родителите.

Замислете се дали не лишавате детето си от внимание и любов. Може би в семейството ви има прекалено много кавги, които травмират детето и то търси спасение в успокоителното, наречено „храна“? Някои родители бъркат вниманието към детето с това на връщане от работа да му вземат едно детско меню от най-близкия ресторант за бързо хранене.

Училището

Друго място, на което трябва да се търси причината за затлъстяването сред децата, е училището. Трябва да се обърне повече внимание на храната, която децата получават в училище. В един малък град в Щатите хората са решили да направят първата стъпка към решаването на този проблем, като в стола на училището храната е съобразена с всекидневните нужди на децата и изобилства от плодове, зеленчуци, полезни мазнини, месо и т.н. Децата дори

сами отглеждат в училище зеленчуците и понякога приготвят сами храната си.

Часовете по физическо възпитание

Много от учениците прекарват часовете по физическо възпитание в някое кафене,

ядейки, пушейки и пиейки. Още по-фрапиращото е, че в не малко случаи компания им прави дори самият преподавател! Родителите определено трябва да се замислят повече върху здравето на децата си и да ги мотивират да се движат.



В Италия са най-стройни, а в Малта - най-пълни в ЕС

По данни на световната здравна организация повече от 1 милиард души по света са с наднормено тегло и броят им непрекъснато расте. Най-тежко е положението в Египет, Кувейт, Мексико, Турция, Южна Африка, Аржентина, Австрия, Германия, Гърция, Англия и САЩ. От статистиката става очевидно, че това, което до скоро е било проблем само за богатите държави, вече е характерно и за не толкова развитите. Лошото качество на храната и бездвижването навсякъде по света водят до един и същ резултат.

По данни на Европейската комисия най-слаби са италианците, а най-закръглени - малтийците. В челото на класацията по степен на затлъстяване в Европа са още гърците, финландците и жителите на Люксембург, а сред най-леките са французите и поляците. За съжаление изследването е правено преди България да влезе в ЕС... У

нас процентът на жените със затлъстяване е приблизително 35%, на мъжете - 25%, а на децата и юношите - 10-12%.

Според проучването на ЕК, 85% от гражданите на Съюза смятат, че обществените власти трябва да се ангажират по-активно в борбата със затлъстяването. Някои страни вече взимат мерки за справяне с проблема. Унгария прие програма за храненето в училищата, Латвия ограничи консумацията на безалкохолни напитки, сладкиши и snacks, а Естония предвижда да въведе безплатни закуски. Похвален пример даде и Франция, където въпреки, че има едва 9% жители с наднормено тегло, наскоро гласуваха специален закон за рекламите на хранителни продукти. Подобно на надписите върху кутиите с цигари, рекламите ще се съпровождат от задължителни анонси, приканващи аудиторията към ограничения в храненето и физически по-активен начин на живот:

Само 6 банки информират коректно за потребителските кредити

Девет други финансови институции не спазват закона и дават само непълни устни консултации

Само 6 български банки дават на клиентите си писмена информация в стандартен европейски формуляр за условията, при които отпускат потребителски кредити. Това показва проучване, което Асоциация „Активни потребители“ проведе на принципа „Таен клиент“, в 15 български банки. Предоставянето на писмена информация за условията по кредитите в стандартен европейски формуляр е задължение на банките според чл. 5 от Закона за потребителския кредит (ЗПК), но 9 от проверените банки не го изпълняват. По този начин те лишават потребителите от основното им право да бъдат информирани и да сравнят различни оферти, преди да изтеглят кредит.

Алинея първа от член 5 на ЗПК гласи: „Преди потребителят да е обвързан от предложение или от договор за предоставяне на потребителски кредит, кредиторът или кредитният посредник предоставя своевременно на потребителя, съобразно изразените от него предпочитания и въз основа на предлаганите от кредитора условия на договора, необходимата информация за сравняване на различните предложения и за вземане на информирано решение за сключване на договор за потребителски кредит.“

Според алинея втора: „Информацията по ал. 1 се предоставя във формата на стандартен европейски формуляр за предоставяне на информация за потребителските кредити съгласно приложение №2“.

Проучването на „Активни потребители“ показва, че банките, които спазват закона, отделно дават добра и изчерпателна устна консултация. Обясняват на клиента как се формира базовият лихвен процент, как се изчислява годишният процент на разходите, какви са таксите, условията и др. Освен че не предлагат стандартен европейски формуляр, другите девет банки дават и попестеливи консултации. Така те напълно лишават потребителите от законовото им право на информиран избор.

Резултати от проучването „Таен клиент“ в българските банки

Банка	Резултат	Забележка
1) „Емпорики Банк – България“ ЕАД	Предоставяне на писмена информация в стандартен европейски формуляр, съгласно ЗПК чл. 5, ал. 2	Много добра и изчерпателна консултация; обяснение на всички подробности – как се формира БЛП, ГПР, таксите, условия и т.н
2) „Алианц Банк България“ АД	Предоставяне на писмена информация в стандартен европейски формуляр, съгласно ЗПК чл. 5, ал. 2	Много добра и изчерпателна консултация; обяснение на всички подробности
3) Първа инвестиционна банка“ АД	Предоставяне на писмена информация в стандартен европейски формуляр, съгласно ЗПК чл. 5, ал. 2	Много добра консултация;
4) „Алфа банка - клон България“	Предоставяне на писмена информация в стандартен европейски формуляр, съгласно ЗПК чл. 5, ал. 2	Много добра консултация;
5) „Юробанк И Еф Джи България“ АД	Предоставяне на писмена информация в стандартен европейски формуляр, съгласно ЗПК чл. 5, ал. 2	Много добра консултация;
6) „Обединена българска банка“ АД	Предоставяне на писмена информация в стандартен европейски формуляр, съгласно ЗПК чл. 5, ал. 2	Добра консултация;
7) „Райфайзенбанк (България)“ ЕАД	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Добра консултация; Устно обяснение на условията, лихвите и вноските
8) „Стопанска и инвестиционна банка“ АД (СИБАНК)	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Добра консултация; Устно обяснение на условията, лихвите и вноските
9) „УниКредит Булбанк“ АД	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Добра консултация; Устно обяснение на условията, лихвите и вноските и предоставяне само на заявление
10) „Банка ДСК“ ЕАД	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Добра консултация; Устно обяснение на условията, лихвите и вноските; Предоставяне на удостоверение от работодателя, декларация на поръчител
11) „Сосиете Жене-рал Експресбанк“ АД	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Предоставяне на служебни бележки и лист с информация за лихвения процент, месечните вноски и периода на кредита, като не отговаря на стандартния европейски формуляр
12) „ПроКредит Банк (България)“ АД	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Устно обяснение на условията, лихвите и вноските
13) ТБ „МКБ Юнион-банк“ АД	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Устно обяснение на условията, лихвите и вноските
14) Общинска банка АД, гр. София	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Устно обяснение на условията, лихвите и вноските
15) „Централна кооперативна банка“ АД	Не предоставят стандартен европейски формуляр	Устно обяснение на условията, лихвите и вноските



Какво съдържа Европейският формуляр

Стандартният европейски формуляр за предоставяне на информация за потребителските кредити няма силата на предложение за сключване на договор и не задължава кредитора да предостави на потребителя финансов продукт, за който се отнася съответната информация. Формулярът има четири основни части:

1. Данни за кредитора (кредитния посредник).
2. Описание на основните характеристики на съответния кредит.
3. Разходи по кредита.
4. Други важни условия по договора за кредит.

В първата част подробно се описват идентификационните данни на банката, нейния адрес, телефон, имейл и други начини за контакт.

Втората част от формуляра съдържа: вида на кредита, общия му размер, максималния размер (лимита) или общата сума, предоставена по договора за кредит; условията за усвояване на кредита (как и кога ще получите парите), срока на договора за кредит, указания за размера, броя, периодичността и датите на погасителните вноски. Банката трябва да укаже и какво трябва да платите (размер, брой и периодичност на погасителните вноски), как точно ще се издължават лихвите и/или разходите по кредита, а също и общата сума, която следва да заплатите - общият размер на кредита (главницата) заедно с лихвите и разходите, които могат да възникнат във връзка с вашия кредит. Когато е приложимо за съответния вид кредит, банката описва и изискваните обезпечения.

Третата част на формуляра помага на потребителя да се ориентира за разходите, които ще има по кредита. Банката описва как се формира лихвата по кредита - с индекс или референтен лихвен процент, приложим спрямо първоначалния лихвен процент; различните лихвени проценти, които са относими за кредита и др. Посочва се годишният процент на

разходите (ГПР) - общите разходи за потребителя, настоящи или бъдещи, изразени като годишен процент от общия размер на предоставения кредит. ГПР дава възможност на потребителя да сравни различни предложения за сключване на договор за кредит.

Банката трябва да уведоми предварително клиента си дали се изисква за получаване на кредита задължително да сключи договор за застраховка или друг договор за допълнителна услуга. Посочват се и други разходи - за откриване и обслужване на една или няколко сметки във връзка с договора за потребителски кредит; размерът на разходите за използване на определен платежен инструмент (например кредитна карта) и всеки друг разход, свързан с договора за кредит. Условията, при които посочените по-горе разходи могат да се променят, също се вписват във формуляра. Ако потребителят е задължен да плати нотариални такси и разходи за нотариус, трябва да бъде уведомен за това предварително. Задължително се описват и разходите, дължими при просрочени плащания.

В четвъртата част от Европейския формуляр се описват други важни условия по договора за кредит и се изброяват основните права на потребителя, като например: правото на отказ от договора за кредит в срок от 14 календарни дни; правото на предсрочно погасяване на кредита и условията на банката, ако потребителят се възползва (например - дължи ли обезщетение на банката за предсрочното погасяване). Когато кредиторът откаже да предостави кредит въз основа на извършена проверка в Централния кредитен регистър или в друга база данни, той е длъжен да уведоми клиента незабавно и безвъзмездно за резултата от извършената справка и за съдържащите се в нея сведения. Клиентът има право при поискване да получи безвъзмездно екземпляр от проекта на договор за кредит. Последната разпоредба не се прилага, ако в момента на поискването кредиторът не желае да сключи договор за кредит с потребителя.

Рекламна обективност

Телекоми пропагандират проституция, вулгарност и срещи на непълнолетни с непознати

В края на 2010 година три български телекома и организаторът на играта „Големият кеш“ - фирма „Ню геймс“ се надпреварват кой да облъчи потребителите с най-неетична реклама. „Мобилтел“ праща децата на среща с непознат и показва как Дядо Коледа играе на „гол покер“ със Снежанка. „Ню геймс“ се опитва да легитимира проституцията. „Глобул“ премълчава в рекламните си брошури важна информация за потребителите, с което ги подвежда. „Макс телеком“ лъже, че предлага най-бърз интернет със 100% покритие.

Как „Мобилтел“ насърчава децата да се срещат с непознати

Телевизионната реклама на „Мобилтел“ за тарифен план LOOP Mega е определена от Националния съвет за саморегулация (виж повече за сдружението в карето на стр 15) като неподходяща за деца. Тя е признак, че един от най-големите рекламодатели показва липса на социална отговорност и се възползва от младежката доверчивост или неопитност. Недопустимо е рекламодаделец като „Мобилтел“ да не отчита отрицателния ефект от търговската си комуникация и да призовава младите хора да разговарят и да се срещат с непознати чрез изпращане на есемес. В Националния съвет за саморегулация са постъпили няколко жалби относно телевизионна реклама на „Мобилтел“ за тарифен план LOOP Mega. Целевата група на мрежата на Loop са физически лица между 14 и 29 години. Етичната комисия намира жалбите за основателни. Парадоксалното е, че „Мобилтел“ е партньор в Обществения съвет за безопасен интернет, чиято цел е разумното използване на мобилните комуникации.

Дядо Коледа играе гол покер със Снежанка

Другата телевизионна реклама, с която „Мобилтел“ се компрометира по празниците, е с главен герой Дядо Коледа. Тя е



определена от Етичната комисия на НСС като неподходяща за деца. Непристойно и безотговорно е в една рекламна кампания да се посяга на герой, символ на добротата, носещ много емоции, надежди и мечти, и да се профанизира по този начин неговия образ, се казва в мотивите на комисията. Рекламата показва как Дядо Коледа лъже, че го няма вкъщи, изключил е телефона си и играе карти със Снежанка. Дрехите му са разхвърляни из къщата, сякаш ги е събличал, докато отива към другата стая. На масата има две недоизпити чаши за вино. Още по-притеснително е, че когато губи, той се съблича. Това е крайно неуместно, имайки предвид, че рекламите се гледат и от деца. Те вярват в Дядо Коледа, затова не е добре да го виждат в такава светлина. Независимо, че рекламният клип не е насочен към деца, недопустима е заигравката с Дядо Коледа, показан в непривична за него среда, която поставя много въпроси пред подрастващите. Рекламата привлича тяхното внимание с използваната музика от популярна коледна песен, още повече че клипът се излъчва във време, когато и децата гледат телевизия. В рекламната се спекулира с образа на Дядо Коледа и се злоупотребява с доверието на най-малките телевизионни зрители, които го чакат с нетърпение, за да им раздаде подаръци. На всичкото отгоре текстът, който тече под линия, минава с голяма бързина, не може да се прочете, не е съобразен с възприятията на човешкото око и не е достъпен за потребителя, който проявява интерес към рекламната.

„Ню геймс“ „легитимира“ проституцията

Един от рекламните видеоклипове на играта „Есемес за милиони“ на „Ню Геймс“ също е определен като неподходящ за деца. Рекламният клип показва проститутка, която предизвикателно предлага услугите си и „е добра в ръцете“. В следващите кадри, в поза, създаваща асоциация за сексуален контакт, тя изпраща есемес на „Игра за милиони“. Недопустимо е да се пропагандира рекламна игра със средствата на непозволената от закона най-древна професия - проституцията. Рекламният клип отблъсква със своята вулгарност, далече е от всякакви норми на благоприличие и е в разрез с добрите нрави на българското общество, реши Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация. Вярно е, че сексът продава и продажбите скачат, ако в рекламната има дългокрака красавица, но защо тази пропаганда трябва да става чрез афиширане на платената проституция, още повече че клипът се излъчва във време, когато деца и подрастващи гледат? Представителят на „Ню геймс“ защитава рекламната концепция с аргумента, че тя представлява реплика на известния и обичан филм „Хубава жена“. Етичната комисия счита, че подобно сравнение е повърхностно и несъстоятелно. Търговската комуникация не е изготвена с чувство на отговорност към потребителите и обществото.

Най-скъпите „безплатни“ есемеси

Вторият рекламен видеоклип на играта „Есемес за милиони“ е определен като подвеждащ и заблуждаващ. Потребителят е подведен, че участието му в играта е безплатно, защото в търговската комуникация не се споменава за финансови задължения. Не става ясно и колко есемеса човек трябва да изпрати, за да продължи участието си в играта. Срещу клипа е подадена жалба, в която се казва, че абонатите на мобилните оператори получават неопиан рекламен есемес със следното съдържание: "Tvoiat nomer xxxxx igrae dnes za 20 000 leva i 2 Jackpota nad 130 000 leva! Kak? Bezplatna registracia s EGN na nomer 9999". По този начин потребителят се подвежда да се регистрира уж безплатно, но след изпращане на първия безплатен есемес е подтикван да изпраща платени такива. За да се участва наистина в тегленето на печалбите, той трябва да отговори с платен есемес на поне един последващ въпрос. Етичната комисия намира жалбата за основателна и счита, че регламентът на играта трябва да бъде оповестен в ефир, а не само в сайта на играта, защото не всеки има компютър и интернет у дома си.

„Глобул“ крие важна информация и подвежда потребителите

Брошурата за абонаментен план GLOBUL WEB&TALK на „Космо България Мобайл“ /Глобул/ въвежда потребителя в заблуда, но той би разбрал за това само ако отвори сайта на оператора и прочете всички звездички, които са доста на брой. Отделно трябва да се запознае с допълнителните условия, които липсват в брошурата и не са част от така наречените звездички. В Националния съвет за саморегулация

постъпва жалба, в която се обръща внимание на нередности, които се откриват в на пръв поглед изряден абонаментен план на Глобул. „GLOBUL си запазва правото да въведе допълнително ограничение по отношение на потреблението на услугата или да я прекрати/деактивира едностранно в случай, че бъде надвишено разумното потребление, като за такова се приема потребление превишаващо с 30 (или повече % включените MB на максимално достижима скорост)“. Това уточнение не е част от първата звездичка, която пояснява условията за неограничен интернет. То липсва в брошурата и присъства само в сайта на оператора. Етичната комисия намира жалбата за основателна. Фактът, че Глобул ползва различни канали на комуникация за даден свой продукт, не го освобождава от задължението да спазва етичните правила във всеки един от тях. Когато даден неинформиран потребител посети търговски обект на Глобул, там той няма достъп до интернет, а само до брошурата. В конкретния случай в брошурата не е посочена съществената информация, че Глобул си запазва правото да въвежда допълнително ограничение по отношение на потреблението на услугата или да я прекрати/деактивира едностранно в случай, че бъде надвишено определено потребление.

„Макс телеком“ лъже, че предлага най-бърз интернет

„Макс Телеком“ е уличена в подвеждаща реклама. Едно от важните решения на рекламната е изборът на посланието. То служи като средство за мотивация на целева аудитория. В случая посланието „Вземи най-бързия мобилен интернет“ подлежи на доказване. Дали „Макс Телеком“ предлага наистина най-бързия мобилен интернет от всички мобилни оператори? Отделно от това се твърди, че мрежата на дружеството

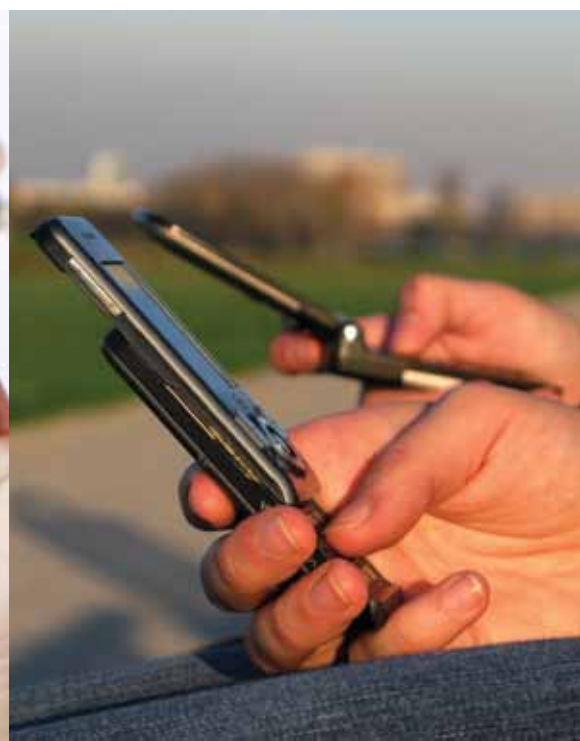


Неетични
реклами?
Оплатете се на
НСС

Новата доброволна форма за саморегулация работи успешно под пълна пара

Малко повече от година след създаването си Националният съвет за саморегулация (НСС) в рекламния бизнес показва, че надеждите, които потребителите възлагаха на него, не са били напразни. Това е сдружение с нестопанска цел в обществена полза. Основната му задача е да „възпитава“ рекламната индустрия да спазва правилата на професионалното поведение в областта на рекламата и търговските комуникации като приеме, разпространи и осигури прилагането на Етичен кодекс в полза на лоялната конкуренция и преди всичко - в защита на потребителя. Уебстраницата на сдружението е www.nss-bg.org, а телефонът - 0886 695 616. При съмнение за неетична реклама, оплатете се!

покрива 100 % от населението на страната, докато на практика мрежата покрива около 55 на сто от населението. Парадоксалното е, че този факт е посочен в официалния сайт на „Макс Телеком“. В жалбата срещу рекламната се казва, че сравнението на база скорост при мобилния интернет не е правдиво, защото преките конкуренти предоставят доста по-висока скорост от предлаганите от „Макс Телеком“ 16 Mbps.



Ски курорти и застраховки

Цените за писти и съоръжения остават почти непроменени от миналия сезон

Планинската застраховка е сред най-малките разходи, които посетителите на ски курортите трябва да направят, но често туристите я забравят поради недоглеждане, очакване тя да е включена в цената на картата, незнание и др. В случай на злополука планинската застраховка е от решаващо значение, защото спестява големи разходи. Много хора мислят, че планинското спасяване е безплатно като „Бърза помощ“, а всъщност то е много скъпо. Повечето застрахователни компании в България предлагат планински застраховки, като ориентировъчно цената на човек за целия зимен сезон е 25-30 лева. Планинска застраховка може да се направи и във всеки пункт на Планинската спасителна служба.

Големите зимни курорти в България - Банско, Боровец, Витоша, Добринище и Пампорово включват планинската застраховка в цената на картите за ползване на писти и съоръжения, но при каране извън пистите тя не важи. Затова Асоциация „Активни потребители“ съветва туристите да си направят отделна, индивидуална застраховка, в която са предвидени всички рискове. Имайте предвид също, че планинската застраховка не поема разходите за болнично лечение. То е безплатно само ако сте здравно осигурен.

Планинската спасителна служба винаги оказва помощ при злополука, но без застраховка цените са много високи. Една акция за търсене например струва 724 лева, а ако продължи повече от 24 часа се заплаща допълнително по 40 лева на час. Спасяване при инцидент с лавина струва 955 лева, а при нараняване на ски писта – 400 лева.

През сезон – 2010/2011 година цените за ползване на ски пистите и съоръженията в българските зимни курорти остават почти непроменени в сравнение с миналата година, показва проучване на „Активни потребители“. Наблюдава се известно намаление в тарифите за нощно каране на ски, но са увеличени цените на картите за половин ден.

Най-изгодно карането на ски излиза в малките курорти Беклемето, Узана, Връх Ком, Мальовица, Рилски езера, Паничище, Пършевица, Хижа Чумерна, Семково. Там за цял ден цената е между 10 и 25 лева, а за половин ден – от 7 до 15 лева.

Ски писти в по-големите курорти

Курорт	Брой писти	Обща дължина в км.	Лифтове	Влекове	Оръдия за сняг	Нощно каране
Банско	19	75	9	15	186	НЕ *
Боровец	24	58	5	10	59	ДА
Витоша	14	29	5	7	-	ДА
Пампорово	21	37	6	9	80	ДА
Добринище	4	7	2	-	30	
Чепеларе	12	20	2	2	47	

* Има осветление на ски пътя водещ от пистите до града Банско, но няма работещи съоръжения за нощно каране

Цени за ползване на съоръжения и екипировка

Курорт	Карта 1 ден	1/2 ден	Нощно каране	Сезонна карта	Ски екипировка под наем за 1 ден	Сноуборд екипировка под наем за 1 ден	Ски училище (4 часа)	Паркинг за ден
Банско	45/55	34/41	п/а	980	30	50	40	10
Боровец	55/35	30/20	22/17	900	28/15	28/15	55	п/а
Витоша	35	26	20	590	20	25	85 (инд.)	п/а
Пампорово	50	37	18	п/а	25	32	49	п/а
Добринище	20	15	п/а	п/а	15	15	40	безплатен
Чепеларе	38	25	п/а	п/а	20	20	40	п/а

Само 18% от магазините проверяват стоките за безопасност

Търговците на дребно не знаят колко е пробният период при продажби от разстояние

България е на трето място в ЕС по процент на потребителите, които са сменили банката си, и на последно място по процент на потребителите, които са срещнали затруднения при съпоставяне на офертите по текущите си сметки. Това показват данни от проучването на Европейската комisia „Индекс на потребителските пазари“.

Процентът на потребителите в България, които се чувстват адекватно защитени от съществуващите мерки, е 23 %. Малко повече са потребителите, които имат доверие в това, че продавачите/доставчиците зачитат техните права на потребители - 26 %, но и по двата показателя България е на последно място в ЕС. Малко по-високо се нареждаме в класацията по отношение на процента на потребители, които имат доверие в способността на публичните институции да защитят правата им на потребители (38 %), което ни „качва“ до третото най-ниско място в ЕС.

Само 18 % от търговците на дребно са подлагали на проверка за безопасност предлаганите от тях продукти (третото най-ниско място в ЕС), въпреки че много от тях са били на мнение, че значителен брой продукти не са безопасни. Българските власти обаче са били много активни и са проверили продуктите на 36 % от търговците на дребно. Нито един търговец на дребно не е бил в състояние да отговори правилно на въпроса за продължителността на пробния период при продажбите от разстояние. А само 39 % от потребителите са получили удовлетворение от разглеждането на своите оплаквания (второто най-ниско място в ЕС).

Процентът на потребителите, които са се натъкнали на проблеми при извършване на покупка (29 %), също е висок, както е и процентът на потребителите, които не са подали оплакване, макар да са имали причина да го направят (12 %). Обичайна практика са били и ограничените по обхват последващи мерки във връзка с неудовлетворяващо разглеждане на жалби, въпреки честите оплаквания. Използването на способи за алтернативно разрешаване на спорове от страна на потребителите е на

най-ниско ниво в Европа, като средствата за масово осведомяване изглежда са оказали

ли слабо влияние върху разясняването на правата на потребителите.



Статистика за
България

ОПЛАКВАНИЯ

Процент на потребителите, които са подали оплакване до търговец/доставчик	17,0 %
Процент на потребителите, които са считали, че имат основание да подадат оплакване, но не са го направили	11,6 %
Процент на потребителите, които са били удовлетворени от разглеждането на тяхното оплакване	39,3 %
Процент на потребителите, които не са предприели по-нататъшни действия, след като не са получили удовлетворение от разглеждането на тяхното оплакване	68,3 %
Процент на потребителите, които са се сблъскали с проблеми при извършване от тях покупки	28,6 %

ВЪЗМЕЗДЯВАНЕ

Процент на потребителите, които считат, че с лекота са разрешили свои спорове с търговци/доставчици чрез способи за алтернативно разрешаване на споровете (АРС)	16,3 %
Процент на потребителите, които считат, че с лекота са разрешили свои спорове с търговци/доставчици по съдебен път	15,1 %
Процент на търговците на дребно, които са запознати със съществуването на механизми за АРС	60,8 %
Процент на търговците на дребно, които са използвали механизми за АРС	10,9 %

СМЯНА НА ДОСТАВЧИКА

Процент на потребителите, които са сменили доставчици по текущите си сметки	14,0 %
Процент на потребителите, които са срещнали трудности при съпоставянето на оферти от доставчици по текущите си сметки	17,9 %
Процент на потребителите, които са сменили доставчиците си на електроенергийни услуги	0,2 %
Процент на потребителите, които са срещнали трудности при съпоставянето на оферти на доставчици на електроенергийни услуги	31,5 %
Процент на потребителите, които са били запознати с движението на цената на техния доставчик на електроенергийни услуги през последната година	78,2 %

Посетители на „Месомания 2010“ избраха „Продукт на потребителя“

За поредна година „Активни потребители“ организира конкурс за месни и хлебни изделия в рамките на изложението

Посетителите на авторитетната изложба „Месомания 2010“ избраха „Продукт на потребителя“ в категориите ръжено-пшеничен хляб, козуначени кифли, тарталети, варено-пушен колбас и суджук. По традиция Асоциация „Активни потребители“, Асоциацията на месопреработвателите и Асоциацията на хлебопроизводителите и сладкарите организираха дегустация – конкурс в рамките на изложението.

В проведения потребителски тест участваха общо 11 месни продукта – 5 вида варено-пушен колбас и 6 вида суджук, както и 13 вида хлебни изделия (2 вида питки, 7 вида кифли и 4 вида тарталети). В рамките на един ден, посетителите на изложението имаха възможността да участват в дегустация „на сяло“, при което могат да опитват и сравняват по няколко продукта от всяка категория и да дадат своите предпочитания за този, който им харесва най-много.

В категорията „суджук“ победителите са двама, защото разликата между тях е само



1 точка. Това са „Сарай 73“ и „Орехите“. Варено-пушеният колбас, който потребителите оцениха най-високо, е на фирма „Колбасо“. Предпочитаните питки са на „Елиаз“, тарталети – „Сладкарско ателие Ради“ и козуначени кифли – „Салон“.

Тестът не си поставя за цел да препо-

ръчва на потребителите кой от участващите продукти да избират в магазина, тъй като вкусовите предпочитания на всеки от нас се различават, но пък ни предоставя отлична възможност да ви запознаем с някои от най-важните изисквания, които разкриват качествата на продуктите.

Суджук

След като се разреже, хубавият суджук е с чиста и гладка външна повърхност, без шупли, с равномерно разпределени парченца тлъстини и месо, с червено-кафяв цвят. Тлъстините са с бял или бледорозов цвят, без видими сухожилия. Консистенцията трябва да е плътна и еластична. Миризмът е приятен, с изразен аромат на вложените подправки или на опушено. Вкусът е умерено солени, с изразен оттенък на вложените подправки, без несвойствен привкус.

Суджук

Име на фирма	Вкус	Мирис	Вид	Общо	Класиране
Орехите, Белла България	24	12	18	78	1
Сарай - 73 - Г. Бележков ЕТ, Разлог	16	16	29	77	2
Братя Къртеви, Радиново	15	18	8	56	3
ИБ-МЕС, Шумен	12	14	12	50	4
ЧЕХ - Йосиф Новосад, Соколово	7	7	12	33	5
Лотос, Димитровград	4	4	3	15	6

Траен варено-пушен колбас

Когато се разреже, повърхността трябва да е чиста, леко набръчкана, със светло кафяв до тъмно червенокафяв цвят. Консистенцията е твърда и еластична. Добрият варено-пушен колбас е с изразен аромат на вложените подправки, без несвойствен мирис. Вкусът е умерено солени, усещат се подправките.

Салам					
Име на фирма	Вкус	Мирис	Вид	Общо	Класиране
Колбасо, Батановци	29	25	29	112	1
Стефанов, Горна Оряховица	18	18	20	74	2
ИБ-МЕС, Шумен	17	16	22	72	3
ЧЕХ - Йосиф Новосад, Соколово	8	12	8	36	4
Братя Къртеви, Радиново	4	7	4	19	5

Питки

Питката трябва да е направена от вида брашно, който е упоменат на етикета. Тестото трябва да е бухнало, да се дели и да е равномерно изпечено – да няма глетова част. Питката е мека и прясна, при натиск хлътва леко навътре. Коричката трябва да е равномерно изпечена и да не е загоряла. Вкусът е леко солени, а ароматът – на хляб.

Ръжено-пшенични питки					
Име на фирма	Вкус	Мирис	Вид	Общо	Класиране
„Елиаз“ ООД	52	46	53	203	1
„Симид А и Д“ ООД	34	37	30	135	2

Козуначени кифли

Козуначените кифли се произвеждат от козуначено тесто. Те трябва да имат приятен, специфичен за състава си вкус и аромат и висока хранителна стойност. Може да са с различни пълнежи: мармалад, крем, локум, шоколад, с поръски от маково семе и др. Козуначена кифла не само трябва да е вкусна, но и да ухае приятно (на захар, масло и ванилия) да изглежда пухкава и добре опечена. При отчупване, хлебната част трябва да се дели „на конци“.

Кифли					
	Вкус	Мирис	Вид	Общо	Класиране
„Салон“ ЕООД	42	41	42	167	1
ЕТ „Нушка - Теменужка Александрова“	13	10	13	49	2
„Сладкарско ателие Ради“	8	12	9	37	3
„Съни мей“ ООД	7	4	13	31	4
ЕТ „5Р - Галина Влайчева“	6	12	4	28	5
„Елиаз“ ООД	7	7	2	23	6
ЕТ „Кърк - на“	5	7	5	22	7

продължение от стр. 20

Тарталети

Тарталетите са миниатюрни торти, обикновено замислени като една порция. Също като големите торти тарталетите могат да бъдат украсени с асортимент от желирани плодове, сметана, шоколадови пръчици, както и други декоративни елементи. Много е важно всички продукти, използвани за тарталетите, да са пресни, а крайният резултат да е съчетание от красив и нежен външен вид и богат вкус – също като хапка вкусна торта.

Тарталети

	Вкус	Мирис	Вид	Общо	Класиране
„Сладкарско ателие Ради“	28	23	27	106	1
ЕТ „Съни дрийм“	19	27	38	103	2
ЕТ „Равик - Оля Рангелова“	29	22	12	92	3
„Салон“ ЕООД	10	10	9	39	4



Съвети за пазаруване

Когато пазаруваме храни е важно да познаваме правилата и изискванията за продажбата им, а също и условията за съхранението им у дома. За да намалите до минимум риска за вашето здраве и безопасност, трябва да спазвате някои основни правила:

1. Не пазарувайте от магазини, за които имате съмнения, че са нелоялни към потребителите (например не издават касова бележка) - така имате по-голяма гаранция за правилното съхранение на продуктите!
2. Разгледайте добре опаковката! Не купувате стоки с нарушена цялост на опаковката и съмнителен външен вид! Това предполага влошено качество и на продукта.
3. Ако срокът на годност не е посочен, изисквайте допълнителна информация от продавача или се отка-

жете от стоката. В много случаи маркировката върху етикета е нетрайна и не се разчита. Не купувате такива стоки!

4. Когато купувате бързо развалящи се продукти, трябва да изисквате от търговеца да ви бъде даден продукт от хладилната камера или от средата, в която той би трябвало да бъде съхраняван.

5. При съмнение в годността на продукта, можете да изискате от продавача да ви покаже санитарно хигиенно заключение от РИОКОЗ или ДВСК.

6. Забранена е продажбата на храни от животински произход извън търговските обекти.

7. Не купувате такива стоки от сергии и на улицата! Те обикновено се съхраняват при неподходящи условия.

Как тествахме?

Кодиране на пробите: Преди провеждането на теста, продуктите се регистрират за участие. На всеки производител се дава номер за всеки от представените за тестване продукти. Впоследствие този номер се кодира повторно, за да се постигне максимална коректност на резултатите и да се избегне възможността от неправомерни действия от страна на производители. Кодирането се провежда така, че в края на теста „Активни потребители“ притежава номерата на спечелилите, но няма информация за фирмите, а Асоциацията на месопереработватели-

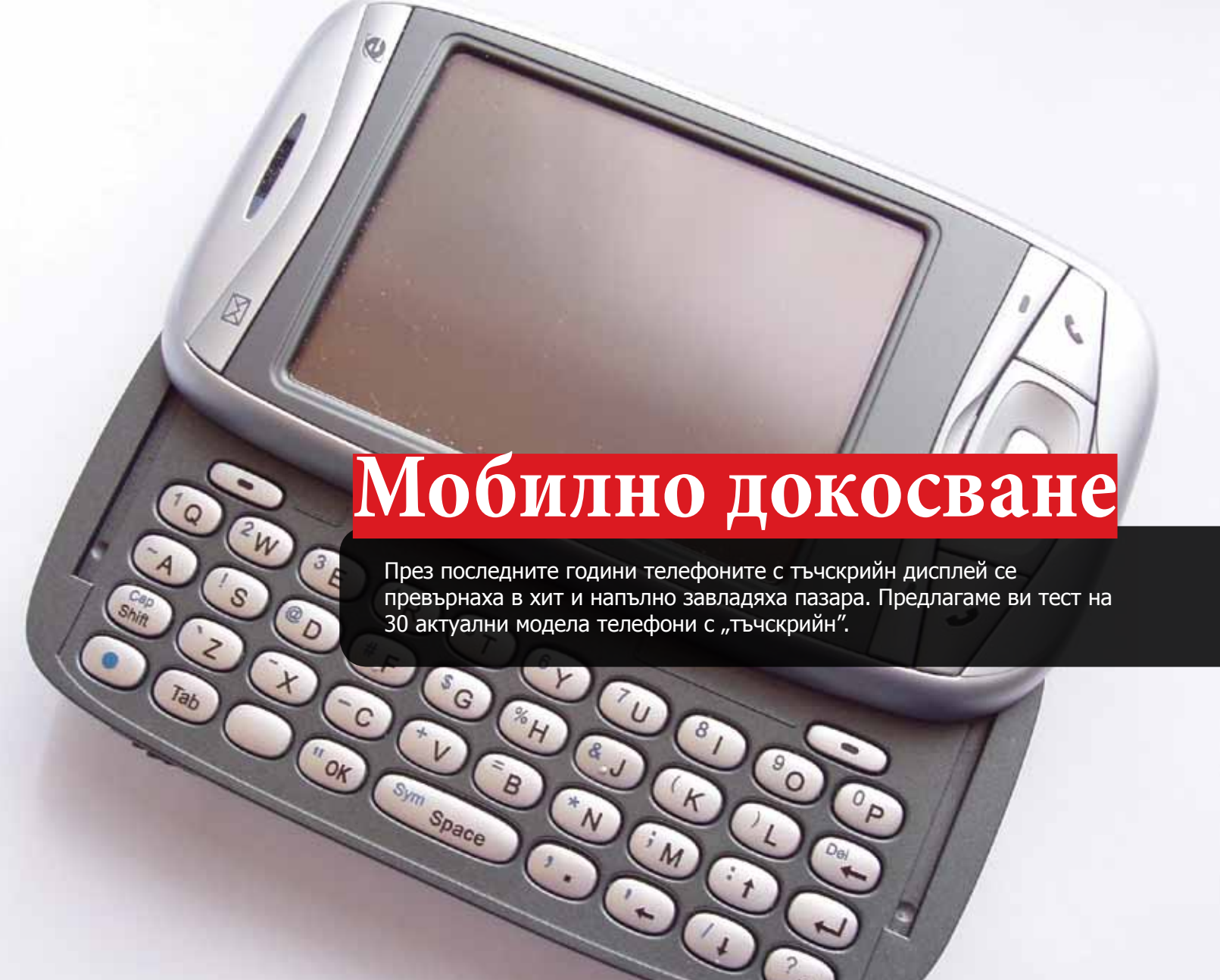
те и Асоциацията на хлебопроизводители-те и сладкарите притежават информация за кодирането на фирмите, но не разполагат с данните от теста и класирането. По този начин се гарантира провеждането на теста и извеждането на резултати, които са максимално защитени от интересите на търговци и производители.

Период на провеждане: ноември 2010

Обща оценка

Оценката на продуктите се извършва на два етапа. През първия етап потребителите оценяват вкуса, аромата и външ-

ния вид на продуктите и посочват номера на този, който им харесва най-много. През втория етап събраните данни от потребителските анкети се анализират, като крайната оценка се състои от сумата на потребителските избори за всеки продукт. Единственият параметър, който се мени е „Вкус“ - сумата на потребителските избори се умножава по две. С тази корекция „Активни потребители“ дава по-голяма тежест на вкуса, отколкото на аромата и външния вид, така че по-невзрачните, но вкусни продукти да имат възможност да се сравняват с останалите.



Мобилно докосване

През последните години телефоните с тъчскрийн дисплей се превърнаха в хит и напълно завладяха пазара. Предлагаме ви тест на 30 актуални модела телефони с „тъчскрийн“.

Първият телефон с тъчскрийн дисплей е представен доста отдавна – преди почти 30 години. Той е дело на Американската компания Apple. Телефонът е за стационарни мрежи и вместо „шайба“ или бутони, разполага с тъчскрийн дисплей за набиране. Устройството обаче си остава концептуално. Първият смартфон с тъчскрийн дисплей е на компанията IBM, а моделът е наречен Simon. Представен е през 1992 г.

На пазара на мобилните телефони само допреди няколко години компаниите можеха да си позволят да предлагат качество за сметка на дизайн и обратното, но това време вече е отдавна отминало. До миналата година оригиналността при тези високотехнологични продукти имаше водещо значение, а сега надпреварата е кой ще изкара на пазара по-добър, по-функционален и по-практичен тъчскрийн модел. Стремехът на компаниите към компактност и същевременно към изключително повишена функционалност се забелязва както в магазините за мобилни телефони, така и при разходка из залите на различни изложения за мобилни комуникации. След

като светът бе завладян от появата на прословутия и дългоочакван iPhone, това вече е технологията, която диктува модата на пазара на мобилни телефони. И точно затова в момента всяка уважаваща себе си компания се бори за място на пазара и със своята версия на тъчскрийн телефон.

От друга страна на пазара все повече се налагат така наречените умни телефони или смартфони. Те разполагат с огромно изобилие от екстри, които да улесняват максимално потребителя. За шофьорите, които държат да не се разсейват например, се предлага продуктът DriveAssist, който има функцията на персонален асистент. Това е софтуер, който се инсталира в мобилния апарат. Той може да разпознава дали притежателят на телефона върви по улицата или шофира и в зависимост от това чрез съответните настройки „преценява“ дали да допусне разговора или есеме до получателя. Може да се зададе и функция да се приемат разговори само от близки или от бизнес партньори. Софтуерът дава също възможност на отсрещната страна да разбере дали позвъняването

или изпращането на съобщението могат да бъдат приети. Данните в световен мащаб показват, че 80% от случаите на пътни инциденти се дължат на разговори или пък изпращане на съобщения по време на шофиране. Но борбата между телекомуникационните гиганти в сектора се води и на друго поле – възможността всичко в смартфона да бъде максимално персонализирано. А комбинацията от смартфон със сензорен дисплей предоставя голяма функционалност и възможности за персонализиране. Това позволява всичко във виртуалната среда или в т. нар. операционна система на телефона да се случва, както на потребителя му е приятно, подобно на любимото му заведение, в което сервитьорът го разпознава веднага и направо му носи любимото ястие. Клиентите на мобилни услуги се чувстват значително по-комфортно, когато всичко се прави, сякаш специално за тях.

Други големи компании залагат в тежката битка за клиенти, на опростяването на платформите си за мобилните телефони и максимално увеличаване на скоростта на



Nokia N97
Цена: 630 лв.



Apple iPhone 4
Цена: 1420 лв.



Apple iPhone 3GS
32GB
Цена: 1330 лв.



Apple iPhone 3G
16GB
Цена: 1100 лв.



Nokia 5530 XpressMusic
Цена: 315 лв.



Nokia C6-00
Цена: 430 лв.



Nokia X6 16GB
Цена: 700 лв.



Nokia 5800 XpressMusic
Цена: 379 лв.



Apple iPhone 3G
8GB
Цена: 900 лв.

		Технически характеристики															Удобно носене	
Модел	Цена (в лева)	Операционна система	Wi-Fi	Mini или Micro-USB вход	Кабел за данни, включен в комплекта	Възможност за зареждане през USB	Вградена памет (>64MB) [в MB]	Слот за карта с памет	Карта с памет, включена в комплекта [в MB]	Java	FM Радио	MP3 плейър	Стерео хендсфри в комплекта	Резолюция на камерата [в MegaPixel-и]	Автофокус	Светкавица	Концепция на телефона	Ергономичност
Nokia N97	630	Symbian	Да	Micro	USB	Не	32768	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	5	Да	LED	4.2	4.3
Nokia C6-00	430	Symbian S60 5th edition	Да	micro	-	Не	240	Micro-SD	2048	Да	Да	Да	Да	5	Да	LED	4.3	4.5
Apple iPhone4	1420	iOS 4	Да	-	-	Да	16000	-	-	Не	Не	Да	Да	5	Да	LED	4.4	4.4
Nokia X6 16GB	700	Symbian 5th edition	Да	Micro	USB	Не	16000	-	-	Да	Да	Да	Да	5	Да	LED	4.3	4.3
APPLE iPhone 3G S 32 GB	1330	iPhone OS 3.0	Да	-	USB	Да	32768	-	-	Да	Не	Да	Да	3	Да	Не	4.3	4.2
Nokia 5800 XpressMusic	379	Symbian	Да	Micro	USB	Не	81	Micro-SD	8196	Да	Да	Да	Да	3.2	Да	LED	4.4	4.3
APPLE iPhone 3G 16 GB OS 3.0	1100	iPhone OS 3.0	Да	-	USB	Да	16384	-	-	Не	Не	Да	Да	2	Не	Не	3.8	4.0
APPLE iPhone 3G 8 GB OS 3.0	900	iPhone OS 3.0	Да	-	USB	Да	8192	-	-	Не	Не	Да	Да	2	Не	Не	3.8	4.0
Nokia 5530 XpressMusic	315	Symbian	Да	Micro	-	Не	70	Micro-SD	4096	Да	Да	Да	Да	3.2	Да	LED	4.6	4.4
SONY ERICSSON U5i Vivaz	445	Symbian 5th edition	Да	Micro	USB	Да	75	Micro-SD	8192	Да	Да	Да	Да	8.1	Да	LED	4.5	4.3
HTC HD2 T8585	949	Windows Mobile 6.5	Да	Micro	-	Да	181	Micro-SD	2048	Да	Да	Да	Да	5	Да	LED	3.9	3.9
Sony Ericsson U1i Satio	605	Symbian	Да	-	-	Да	65	Micro-SD	8192	Да	Да	Да	Да	12.1	Да	Xenon	4.0	3.7
Blackberry 9500 Storm	418	Индивидуална	Не	Micro	USB	Да	1024	Micro-SD	-	Да	Не	Да	Да	3.2	Да	LED	4.2	4.3
SAMSUNG SGH-i900 Omnia 16 GB	475	Windows Mobile 6.1	Да	-	USB	Да	16384	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	5	Да	LED	4.2	4.1
SAMSUNG GT-S5230 Star	190	Индивидуална	Да	-	USB	Да	50	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	3.2	Не	Не	4.5	4.3
HTC Touch Diamond 2	786	Windows Mobile 6.1	Да	Mini	USB	Да	256	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	5	Да	Не	4.1	3.7
Sony Ericsson Xperia X1	575	Windows Mobile 6.1	Да	Mini	USB	Да	280	Micro-SD	-	Да	Не	Да	Да	3.2	Да	LED	3.6	4.1
SAMSUNG GT-B5722	255	Индивидуална	Не	-	-	Да	35	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	3.2	Не	LED	4.4	4.3
LG KE850 Prada	384	Индивидуална	Не	-	USB	Не	8	Micro-SD	256	Да	Да	Да	Да	2	Да	Не	4.4	4.0
HTC Magic	406	Android	Да	Mini	USB	Да	289	Micro-SD	8192	Да	Не	Да	Да	3.2	Да	Не	4.3	4.1
LG KU990 VIEWTY	259	Индивидуална	Не	-	USB	Да	110	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	5	Да	Xenon	4.1	3.8
HTC Smart	361	Brew Mobile Platform 1.0	Не	Mini	USB	Да	256	Micro-SD	-	Не	Да	Да	Да	3	Не	LED	4.3	3.9
LG KM900 Arena	355	Индивидуална	Да	-	USB	Да	7300	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	5	Да	LED	4.4	4.4
Sony Ericsson Xperia X10	661	Android 1.6	Да	Micro	USB	Да	1000	Micro-SD	8192	Не	Не	Да	Да	8.1	Да	LED	4.3	4.3
Samsung M7600 Platine	308	Индивидуална	Не	Micro	USB	Да	50	Micro-SD	1024	Да	Да	Да	Да	3.2	Да	LED	4.3	4.0
Samsung S8300 Ultra TOUCH	363	Индивидуална	Не	Micro	USB	Да	90	Micro-SD	1024	Да	Да	Да	Да	8	Да	LED	3.9	3.3
LG KF700	297	Индивидуална	Не	-	USB	Да	90	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	3	Не	LED	4.2	3.6
LG KS360	177	Индивидуална	Не	-	USB	Да	14	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	2	Не	Не	4.1	3.8
LG KF750 Secret	290	Индивидуална	Не	-	USB	Да	100	Micro-SD	-	Да	Да	Да	Да	5	Не	LED	4.1	3.7
Sony Ericsson Aino	430	Индивидуална	Да	-	-	Да	55	Micro-SD	8192	Да	Да	Да	Не	8.1	Да	LED	3.6	3.8

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



Удобство при държане		Удобство при носене в джоба	Преносимост	Дисплей		Качество на дисплея	Издръжливост		ОБЩО Издръжливост	Удобство на работа					Работа с менюто	Качество на звука	Качество на камерата	Чувствителност към мрежата	Батерия	ОБЩО ТОЧКИ (0 -100)
Удобство при държане	Удобство при носене в джоба			Качество на изображенията	Качество на цветовете		Устойчивост на удар	Устойчивост при намокряне		Разговори	SMS-и	Сърфиране в интернет	Работа с ел. поща							
3.4	3.9	3.2	4.4	4.8	5.0	5.0	4.5	4.8	4.7	5.1	4.0	5.1	4.9	4.3	4.0	4.6	5.3	73		
3.9	4.5	3.3	4.3	4.4	4.5	5.0	4.5	4.8	4.7	5.3	3.7	5.2	5.3	4.0	3.9	4.6	4.9	72		
3.3	5.1	3.9	4.0	2.3	5.3	5.0	4.5	4.8	4.4	4.5	4.7	4.8	5.3	4.1	3.4	3.5	5.4	71		
4.3	4.8	4.0	4.3	4.3	4.3	5.0	4.0	4.6	4.7	5.0	3.7	4.7	4.7	4.3	3.8	4.7	5.4	71		
3.4	4.8	3.7	4.1	2.4	5.5	5.0	4.5	4.8	4.6	4.5	4.5	4.6	4.2	4.4	3.5	4.6	5.5	70		
4.0	4.5	4.1	4.2	4.4	4.0	5.0	4.5	4.8	4.6	4.9	3.7	4.4	4.7	4.2	3.9	4.6	5.0	70		
3.4	4.8	3.7	4.1	3.8	5.5	5.0	2.5	3.5	4.6	4.1	4.4	4.6	3.7	4.4	3.6	4.7	5.3	67		
3.4	4.8	3.7	4.1	3.8	5.5	5.0	2.5	3.5	4.6	4.1	4.4	4.6	3.7	4.4	3.6	4.7	5.3	67		
4.6	5.3	4.5	4.2	4.1	3.3	5.0	5.0	5.0	4.4	4.6	3.2	4.6	5.2	4.0	3.9	4.9	4.6	67		
4.8	5.4	4.7	4.2	5.2	4.3	5.0	4.0	4.6	4.5	4.9	3.6	3.6	4.5	3.8	3.8	4.6	5.3	67		
2.8	4.4	3.1	4.0	3.4	4.3	5.0	4.0	4.6	4.5	3.6	4.1	5.0	4.4	4.3	3.6	4.8	4.9	66		
3.2	4.2	3.7	4.3	4.7	4.0	5.0	4.5	4.8	4.6	5.0	3.9	4.5	4.0	4.5	4.0	4.7	4.9	66		
3.6	4.3	3.1	4.0	3.5	5.3	5.0	4.0	4.6	4.4	5.2	2.8	4.7	4.2	4.2	3.3	4.6	5.1	65		
4.1	4.9	4.0	4.3	3.8	4.0	5.0	4.0	4.6	4.3	4.2	3.6	4.1	3.8	4.0	3.9	4.8	5.6	64		
4.6	5.3	4.7	3.9	3.3	4.5	5.0	4.5	4.8	4.7	4.7	3.4	4.1	3.8	4.4	3.5	4.8	5.4	64		
4.1	4.8	4.0	4.0	3.8	3.8	5.0	4.5	4.8	4.6	3.7	3.4	4.8	3.2	4.4	3.4	5.0	5.0	63		
3.8	4.0	3.1	4.1	3.7	4.8	3.0	4.5	3.0	4.6	4.6	3.2	4.8	4.2	4.3	3.5	4.6	5.3	62		
4.4	4.7	4.3	4.0	4.8	4.0	5.0	4.5	4.8	4.7	4.0	-	-	3.8	4.4	4.0	4.5	5.2	62		
4.1	5.4	4.9	-	2.7	4.5	5.0	4.5	4.8	4.4	3.6	-	-	3.5	4.3	-	4.9	4.2	61		
4.2	4.7	4.0	3.9	2.6	5.3	5.0	4.5	4.8	4.2	3.5	3.7	3.4	3.0	4.1	3.2	4.9	5.0	61		
3.8	4.3	3.9	4.0	4.6	4.3	5.0	4.5	4.8	4.3	4.6	3.0	3.8	3.9	4.1	3.6	4.4	3.6	61		
4.3	5.3	4.4	4.0	2.3	3.8	5.0	4.5	4.8	4.5	3.2	3.4	3.3	3.1	4.5	3.8	4.9	5.2	60		
4.4	5.3	4.3	3.8	3.5	4.0	5.0	4.0	4.6	4.5	4.5	3.0	3.7	4.3	4.6	3.4	4.8	3.9	60		
3.6	4.3	3.6	3.9	2.8	5.3	5.0	4.5	4.8	4.1	3.3	3.6	3.5	4.0	3.5	3.2	4.9	4.9	60		
4.8	5.2	4.5	3.8	3.1	3.5	5.0	4.5	4.8	4.4	4.4	3.1	2.6	3.6	4.2	3.3	4.4	4.8	57		
3.3	5.0	4.0	3.9	3.8	3.8	5.0	4.5	4.8	4.3	4.1	2.8	2.9	3.5	3.4	3.9	4.8	4.0	57		
4.0	4.8	4.2	3.6	3.3	4.0	5.0	5.0	5.0	4.3	4.4	2.6	2.8	3.5	4.3	3.1	4.4	3.4	57		
4.1	4.7	4.1	3.7	2.6	3.8	5.0	4.5	4.8	4.5	4.9	1.6	4.1	4.2	4.2	3.4	4.9	4.1	56		
3.9	5.4	4.2	3.0	3.8	3.5	5.0	4.0	4.6	4.6	4.7	2.3	2.8	4.4	4.5	2.5	4.6	4.1	56		
3.4	4.8	3.9	3.9	2.2	4.8	3.0	4.5	3.0	4.6	3.4	3.0	3.1	4.2	4.2	3.7	4.7	4.6	54		



Нашият съвет

В теста най-добри показатели показва Nokia N97, чийто дисплей е проектиран за работа със стилус. Работата с пръсти също е удобна, но по-удобно е прелистването на менютата със стилуса. Не бива да пропускаме и факта, че този модел разполага с външна QWERTY клавиатура, която улеснява писането значително. Друг модел с добър дисплей е Apple iPhone 4. По показатели цена - качество сред моделите, които се представят най-добре, са Nokia C6-00 и Nokia 5800 XpressMusic.

работа с устройството, което с помощта на сензорния дисплей наистина е възможно. Но екраните, работещи с докосване, нямат само преимущества. Понякога работата с тях се оказва трудна задача – ако потребителят е с мръсни или мокри ръце например, това не само му пречи да използва ефективно функциите на телефона, а е опасно и за дисплея. По-евтините модели съответно разполагат с по-нискокачествени дисплеи, което води до затруднения при работа с тях. Случва се работата с менютата на телефона, търсенето, писането, отварянето и избирането на падащите опции от менюто да е бавно или да се изхаят много нерви, докато се “уцели” правилното меню с пръст. Тук на помощ идват така наречените стилуси или пластмасови „писалки“ за работа с екрана.

Видове сензорни дисплеи

Много потребители не знаят, че има различни типове сензорни дисплеи и често се чудят защо новият им телефон не реагира например на докосване с молив. Ето и основните типове сензорни дисплеи, използвани масово при мобилните телефони:

Мултитъч

Това е технологията, позволяваща да се разпознават натисканията на сензорния екран в няколко точки едновременно. Тя дава нови възможности за управление на устройствата. Пример за използване на технологията мултитъч е интерфейсът на Apple iPhone.

Капацитивни сензорни дисплеи

Сензорният екран, работещ на капацитивен принцип, реагира на докосване. Недостатъкът му е, че не може да се управлява с ръкавици. Друг проблем е, че при понижаване на околната температура, електрическите характеристики на сензора се променят и екранът започва да работи по-лошо. Този принцип се използва и при тъчаща на лаптопите.



Любопитно - Как тествахме

Удароустойчивост:

Тест при падане

Устойчивостта на удар на телефона се тества в т. нар. ударен варел. Представява варел с височина 80 сантиметра, в който е поставен телефонът. Варелът се обръща рязко със скорост 5 обръщания в минута, което е равно на скорост от 10 падания и удряния в минута на телефона. Правят се серии от по 25 обръщания на варела, като на всеки 25 обръщания се проверява здравината на всяка част от телефона, провеждането на разговори, звука и картината.



Водоустойчивост:

Тест „дъжд“

Апаратът трябва да е включен и свързан към мобилна мрежа. Върху него се пуска вода, разпръсква се от душ с минимален брой отвори – три. Телефонът е разположен хоризонтално на 50 см. под душа и след всяка цяла минута мокрене се проверяват всички негови функции. След приключване на теста, телефонът се прибира и след три дни отново се проверява неговата функционалност.

Проекционно-капацитивни екрани

Друга разновидност на капацитивния сензор е проекционно-капацитивен дисплей. Освен висока прозрачност и дълъг живот, подобни екрани имат и още две важни преимущества – стъклото-подложка може да е направено доста здраво (и относително дебело), а освен това те поддържат функцията мултитъч. Отрицателната черта на тези екрани е по-ниската точност в сравнение с обикновената капацитивна технология.

Резистивни сензорни дисплеи

На практика резистивният сензор реагира на натиск, а не на обикновен лек допир. Устройствата с резистивни дисплеи най-често се комплектват с писалка (наречена стилус). Този тип екрани осигуряват по-висока точност на управление – с писалката може да се натисне дори един единствен пиксел, докато с пръст върху капацитивния екран ще натиснете доста

голяма област. Въпреки това обаче, поради постоянния си контакт с твърди предмети, гъвкавата пластина бързо се покрива с драскотини. Все още повечето мобилни устройства са снабдени именно с резистивни дисплеи, но тенденцията и развитието на технологията диктуват налагането на капацитивните дисплеи.

За какво да следим?

При телефоните със сензорен дисплей трябва да следите основно за качеството на самия дисплей. След като сте си избрали телефон с необходимите функции, задължително изпробвайте дисплея му. Може да се окаже че работата с пръст без стилус е доста трудна, че сензорите на дисплея не са достатъчно чувствителни, а понякога - дори че не работи поради транспортен или производствен дефект. Изпробвайте и удобството за работа със самия дисплей в менютата на телефона – прелистване, писане, набиране.

Как тествахме?

В теста на Международната организация за потребителски проучвания и тестове (ICRT) са включени 30 модела тъчскрийн мобилни телефони.

Закупуване на тестовите модели: 2010

Проучване на цените: Януари 2011

Тествани са следните показатели:

Технически характеристики

Концепция на телефона

Качество на дисплея – качество на показваните изображения при силна и слаба осветеност на околната среда, както и експресивността на цветовете.

Качество на звука

Издръжливост – устойчивостта на телефона и на неговия дисплей както на намокряне,

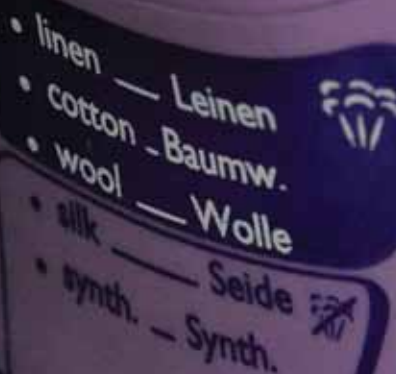
така и на механични удари и изпускане.

Удобство при работа – упътване, ежедневна употреба, удобство при работа с менюто.

Включена е и информация за основните **технически характеристики** – (възможности за комуникация на устройството – свързване, размер на паметта, качества на камерата, МРЗ-плейър, радиото, батерия и др.)

Сравнителен тест на ютии

Как да изберем ютия, кои модели са най-качествени и какво трябва да знаем при използването ѝ?



Ютията не е от стоките, които пазаруваме често, затова атрактивната цена не винаги е определящ фактор за добра сделка. За да сме доволни от покупката, не е достатъчно да прегледаме етикетите с цените в магазина. Понякога е по-добре да платим повече, но да сме сигурни, че това ще ни се изплати при дълготрайното използване. Преди да изберем ютия е много важно да познаваме основните ѝ елементи и техните функции:

Нагревателят е главен елемент от всяка ютия. За домашно използване е подходящ около 1500 вата. Такава ютия би се справила с който и да е плат. По-мощните ютии (1800-1900 вата) ще се справят с всички гънки, а освен това по-бързо се нагряват до необходимата температура.

Повърхността на ютията е важен детайл, защото точно тя е в непосредствен контакт с намачканата тъкан. Обърнете внимание от какъв материал е повърхността на ютията. Най-разпространени са ютиите с повърхност от неръждаема стомана - добър материал, който е много

здрав и лесно се почиства. Недостатъците му са, че лесно се замърсява и е доста тежък. Алуминиевата повърхност е лека, бързо се нагрява и бързо изстива, леко се плъзга по повърхността на дрехите, но и лесно се поддава на деформации. Лошото при нея е, че може да се надраска от някоя метална закопчалка или цип, а после драскотината да похаби дрехата. Повърхността с керамично покритие също се поддава на деформации лесно, но коефициентът на плъзгане по дрехите е много висок, докато с тефлоновото покритие не се глади лесно, но пък пази тъканите от изгаряне.

Резервоар за вода. Колко вода трябва да събира резервоарът на ютията? Определено колкото повече, толкова по-добре. Типичният резервоар събира 200-250мл вода, но при някои ютии достига 350-400мл. Специалната антиваровикова игла защитава отворите, които са на повърхността на ютията от варовик, който се образува при използването на вода от водопровода. Ако ютията не е защитена по този начин се препоръчва да се използва преварена или дестилирана вода.

Шнуровете, дръжките и теглото. Ако наблизо до мястото ви за гладене вкъщи няма контакт, то избирайте ютия с шнур, не по-къс от 2 метра. Някои съвременни ютии притежават функция за автоизключване след 10-15 мин, ако уредът стои вертикално, без да се движи, а ако ютията лежи хоризонтално, без да се движи, то тя се изключва след 10-30 секунди. Обикновено продавачите говорят много за повърхността на ютията и функциите на парата, но пропускат ергономичността на дръжката и теглото на ютията. Задължително преди да я купите, хванете ютията, за да усетите как ще я използвате. Ако е много лека, ще ви бъде трудно да гладите големи дрехи, а ако е много тежка, ще ви изморява. Според нас идеалното тегло за ютията е между 1300-1500г.

Правилното използване и поддържане на ютията също е много важно, за да сте доволни от покупката. Без претенции за изчерпателност ви предлагаме и няколко полезни съвета за използване на ютията.

продължава на стр. 27



ROWENTA
WATERCONTROL
DG5070
Цена: 369 лв.



ROWENTA
FOCUS DZ5110
Цена: 108 лв.



TEFAL ULTIMATE
AUTOCLEAN 300 FV9430
Цена: 141 лв.



TEFAL
AQUASPEED210 FV5210
Цена: 109 лв.



ROWENTA
STEAMIIUM DW9020
Цена: 1590 лв.



BOSCH
Pro energy TDA7650
Цена: 157 лв.



PHILIPS GC6430
Цена: 299 лв.



PHILIPS
Azur GC4710
Цена: 151 лв.



DELONGHI
FXH18
Цена: 42 лв.



ROWENTA
PRO MASTER DW8010
Цена: 142 лв.



PHILIPS
GC2840
Цена: 89 лв.



PHILIPS
Azur Ionic GC4730
Цена: 190 лв.

Марка и модел	Цена (в лева)	Технически характеристики										Работа				Издръжливост			Удобство при работа							
		Обем на контейнера за вода [в литри]	Изваждащ се контейнер за вода	Максимална мощност [в kW]	Допълнителна метална плоча	Индикатор за нивото на водата	Автоматично изключване	Възможност за самопочистване	Дължина на кабела [в см]	Консумация на енергия	Време за изстигане на плочата	Време за произвеждане на пара	Качество на гладене	Продължителност на гладене	Общо представяне при работа	Издръжливост на кабела	Почистване на гладещата повърхност	Общо издръжливост	Устойчивост на надраскване	Време за заграване	Време за охлаждане	Термостат	Пълнене/изпразване на контейнера	Копчета за управление	Движение и управление на ютията	Плъзгане
ROWENTA WATERCONTROL DG5070	369	1	Не	2.33	Не	Да	-	Не	195	-	79	2.2	4.5	5.6	5.0	3.5	3.5	5.7	4.0	2.7	3.4	3.9	3.1	4.5	4.3	4.2
ROWENTA FOCUS DZ5110	108	0.3	Не	2.4	Не	Да	Не	Да	188	22	85	5.4	4.2	5.5	5.0	4.8	3.5	5.1	4.5	5.2	3.2	4.7	4.5	3.7	3.5	4.8
TEFAL ULTIMATE AUTOCLEAN 300 FV9430	141	0.35	Не	2.4	Не	Да	Не	Да	251	31	73	5.2	4.0	5.7	4.9	4.8	4.8	4.2	5.5	5.0	3.6	5.2	5.2	5.0	4.7	5.2
TEFAL AQUASPEED210 FV5210	109	0.3	Не	2.2	Не	Да	Не	Да	198	20	63	5.5	4.3	5.3	4.9	4.8	6.0	4.0	5.5	4.8	3.9	4.5	5.5	5.0	5.3	5.7
ROWENTA STEAMIIUM DW9020	159	0.32	Не	2.6	Не	Да	Не	Да	251	27	92	5.3	3.8	5.5	4.9	4.8	3.5	5.2	4.5	4.5	2.9	3.8	3.8	3.3	3.0	4.0
BOSCH Pro energy TDA7650	157	0.4	Не	2.4	Не	Да	8 мин.	Да	249	30	62	5.0	4.2	5.2	4.7	4.8	3.5	5.1	5.0	5.0	3.9	4.7	4.3	4.8	4.7	4.2
PHILIPS GC6430	299	0.8	Не	2.35	Не	Не	-	Не	187	-	50	2.0	4.2	5.4	4.7	3.5	6.0	5.7	5.0	2.6	4.3	4.3	2.8	4.7	4.5	4.6
PHILIPS Azur GC4710	151	0.35	Не	2.4	Не	Да	Не	Да	310	32	83	5.1	3.9	5.4	4.7	3.5	3.5	5.2	5.0	4.5	3.2	3.3	4.8	3.7	3.2	3.3
DELONGHI FXH18	42	0.39	Не	1.8	Не	Да	Не	Не	154	20	63	5.6	4.2	5.6	4.9	3.5	2.3	4.8	2.8	4.5	3.9	4.7	3.5	3.7	4.2	4.2
ROWENTA PRO MASTER DW8010	142	0.38	Не	2.6	Не	Да	Не	Да	252	29	97	5.3	4.2	4.8	4.6	4.8	3.5	4.1	4.5	4.7	2.8	4.2	4.2	4.2	3.5	4.8
PHILIPS GC2840	89	0.3	Не	2.2	Не	Да	Не	Да	189	25	56	5.3	3.9	5.5	4.7	3.5	3.5	3.5	5.0	5.0	4.1	4.3	5.0	4.3	4.5	4.3
PHILIPS Azur Ionic GC4730	190	0.34	Не	2.4	Не	Да	8 мин.	Да	312	57	82	5.5	4.2	5.2	4.7	3.5	3.5	3.4	5.0	4.5	3.3	3.8	5.0	3.7	3.0	3.2
TAURUS Atlantis2200	38	0.3	Не	2.2	Не	Да	Не	Да	165	21	63	5.4	4.3	5.0	4.6	3.5	3.5	3.3	5.0	4.7	4.1	4.0	4.8	4.3	4.7	4.5
BOSCH sensixx B1 TDA2610	52	0.29	Не	2.2	Не	Да	Не	Да	183	21	39	5.4	3.4	4.0	3.8	3.5	4.8	3.3	2.8	4.3	3.9	3.5	2.5	4.0	4.5	4.5
PHILIPS GC2510	66	0.3	Не	2	Не	Да	Не	Да	191	24	53	5.4	4.2	5.0	4.6	4.8	4.8	3.5	4.3	4.8	4.7	4.2	3.7	4.0	4.8	3.7
PHILIPS GC2810	66	0.3	Не	2	Не	Да	Не	Да	190	22	56	5.3	4.2	5.5	4.8	3.5	6.0	3.4	5.0	4.8	4.2	4.3	4.5	4.5	4.8	4.7
TEFAL ULTRAGLISS4550 FV4550	85	0.3	Не	2.2	Не	Да	Не	Да	205	12	57	5.7	3.9	5.3	4.7	4.8	6.0	3.3	5.5	5.0	4.1	4.5	4.7	5.2	5.3	5.3
PHILIPS GC1705	46	0.18	Не	1.4	Не	Да	Не	Да	194	13	57	5.5	3.9	5.2	4.6	3.5	3.5	3.2	5.0	4.7	4.1	4.0	3.0	4.2	4.8	4.0

Легенда на оценките в теста

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

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

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



TAURUS
Atlantis2200
Цена: 38 лв.



BOSCH
sensixx B1 TDA2610
Цена: 52 лв.



PHILIPS
GC2510
Цена: 66 лв.



PHILIPS
GC2810
Цена: 66 лв.



TEFAL
ULTRAGLISS4550 V4550
Цена: 85 лв.



PHILIPS
GC1705
Цена: 46 лв.

Как да почистваме ютията си?

За да почистите запушените отвори за парата, изключете ютията и след като изстине, почистете котления камък от дупките с обикновена клечка за уши. Винаги поддържайте дупките за пара чисти, за да предпазите ютията от прегряване, както и дрехите си от следи от котления камък. Гладещата повърхност се почиства преди гладене при студена ютия със суха хавлиена кърпа.

Болки в раменете?

Да сте в седнало положение, докато гладите, не е добра идея. Установено е, че тогава се накланяте напред, което води до дискомфорт и схващания. Най-добре е да гладите прав върху дъска за гладене.

Лъскавина при гладене

Ако гладите изкуствена материя с голям натиск или гореща пара, това може да изгори изкуствените нишки,

продължава на стр. 28

Риск от изгаряне	Съхранение	Общо удобство	Общо инструкции за употреба	ОБЩА ОЦЕНКА (0-100)
4.3	4.7	3.8	5.2	77
3.8	4.7	4.2	4.3	76
4.5	4.8	4.6	3.9	74
4.8	4.8	4.8	4.3	74
4.2	3.8	3.9	4.3	74
4.7	4.8	4.6	2.7	73
4.3	4.8	3.9	2.7	73
4.5	4.5	4.2	3.5	73
5.0	4.8	4.1	3.5	71
3.7	4.0	4.2	4.3	68
4.7	4.8	4.6	2.3	67
4.3	4.5	4.1	3.5	47
4.7	5.0	4.6	2.3	40
5.0	4.8	4.0	1.8	40
5.0	5.0	4.2	2.7	40
4.7	5.0	4.3	2.3	40
5.2	5.3	4.7	4.3	40
5.0	5.2	4.2	2.3	33



Любопитно - Как тествахме

Колко дълго продължава изпускането на парата?

Тествахме колко продължително ютиите могат да изпускат пара със сила, с която го правят, когато са нови. Ютиите се пускат на пълна пара, измерва се силата на парата, след което се закрепват на подвижна стойка, която през равни интервали от време симулира движението при процеса на гладене. Водата се налива в контейнерите им бавно и продължително през целия процес на тестване, за да се подsigури продължителното изпускане на пара. Всяка ютия работи по 2 часа на пълна пара, след което ѝ се дава 1 час почивка за охлаждане. Този процес се повтаря 8 пъти, след което отново се измерва силата на парата, за да се види дали се е понижала. Отделно всяка ютия се оставя за други 4 цикъла на повторения и симулация на гладене и изпускане на пара по 24 часа, докато се постигне симулация на 3 месеца непрекъснато гладене. След това силата на парата отново се измерва и се сравнява със записаната в началото на теста.

Ютиите се проверяват за електрическа безопасност.



Всяка ютия изпуска пара по 24 часа, преди да бъде класирана и оценена.



в следствие на което се получава лъскавият ефект. Не е нужно да натискате толкова силно самата ютия, за да получите желанния резултат. Гладенето на дрехите все още влажни или с достатъчно количество пара прави прераждането на гънките достатъчно лесно.

Гладене направо от пералнята

Основната дума при гладенето е влажен, а не мокър – гладенето на дрехите, докато са все още мокри, може да повреди силно тъканите им. Също така не трябва да гладите с пара нищо, на което има етикет с надпис – "Само сухо гладене", тъй като може да повредите плата или да разтопите някоя апликация по самата дреха.

Как да гладим фини тъкани?

Деликатни тъкани като коприната трябва да се гладят от обратната на лицевата страна. Коприна, смесена със синтетични тъкани, може да се свие и да се повреди структурата на нейните нишки. Препоръчително е използването на бял памучен плат, през който да се глади коприната.

Антикалций функции

Повечето от новите модели ютии притежават собствени почистващи системи и атни котлен камък функции, създадени специално за предотвратяване на появата на котлен камък по дупките за пара и пренасянето му върху чистите тъкани.

Чешмяна или дестилирана вода?

Според нашето изследване, без значение каква вода използвате, рано или късно котленият камък се появява. Честото почистване помага за борбата с него, но най-лесният начин да го намалите е като прочетете упътването на вашата ютия и разберете каква вода препоръчва производителят.



Полезно

Съвети при гладене

- Ако искате да изгладите дреха вертикално, то препоръчително е първо поне веднъж да я изгладите и на дъска за гладене, за по-добър ефект.
- При по-упорити гънки, напръскайте дрехата с малко вода и се опитайте да опънете с ръце гънката. След гладене винаги оставайте дрехите от лесно мачкащи се материи да изстинат преди съване.
- Ако ще използвате закачалка за изгладените дрехи и искате да предпазите дрехата от деформиране, то обикновените дървени закачалки са най-добри.

Гладене на риза

- За постигане на най-добри резултати при гладенето, първо

прочетете упътването за гладене на етикета на ризата, а след това и упътването на ютията ви.

- Първо изгладете яката, а след това задната част на рамената.

• Вземете единия ръкав и изгладете маншета му по същия начин, както изгладихте яката, след което изгладете целия ръкав. Добре изгладената риза трябва да има гънка по целия външен ръб на ръкава. Ако на ръкава вече има видима гънка преди гладенето, то напръскайте ръкава с малко вода и тогава изгладете.

• Изгладете останалата част от самата риза, като първо гладите едната предна половина, после същата задна половина.

- След изглаждане веднага закачете на дървена закачалка, като закопчате ризата от горе до долу, за да се поддържат гънките прави.

А може ли да се избегне гладенето?

Дрехите трябва да бъдат добре изгладени, за да изглеждат добре, но често това е трудно заради различните материи. По тази причина много хора се преориентират към материи, които нямат нужда от гладене. Ние тествахме няколко ризи от подобни материи.

Първо ги изпрахме на препоръчаната температура от 40 градуса, пуснахме ги на съвсем лека центрофуга, след което ги окачихме да съхнат. Резултатите след проведения оглед се оказаха окуражаващи.

Трите ризи, претендиращи, че нямат нужда от гладене, наистина постигнаха много добри резултати. Те бяха годни за носене без гладене и нямаха никакви гънки. Ако все пак искате да изгладите ризата си, можете съвсем да минете със студена ютия.

Други две лесно гладещи се ризи постигнаха различни резултати. Едната притежаваше наистина осезаемо гладка повърхност, помагаща много на гладенето, докато другата имаше по-грапава материя и може да се каже, че дори затрудняваше гладенето.

Как тествахме?

В теста на Международната организация за потребителски проучвания и тестове (ICRT) са включени 18 модела ютии.

Закупуване на тестовите модели: 2010

Проучване на цените: Януари 2011

Тествани са следните показатели:

Технически характеристики – оценява се както леснотата и удобството при ежедневната употреба, така и устойчивостта на гладещата повърхност на на-

драсквания и леснотата при почистване на самата гладеща повърхност.

Представяне при работа – оценява се времето за произвеждане на парата, както и качеството и времето за гладене

Издръжливост – оценява се издръжливостта на устройството като цяло, както и на отделните негови компоненти като кабел и гладеща повърхност. Оценява се и леснотата на почистване на устройството.

Устойчивост на надраскване – Оценява се издръжливостта на гладещата повърх-

ност при контакт с различни видови абразивни материали.

Удобство при работа – Оценява се термостатът, времето за загряване и охлаждане, както и цялостната работа с контейнера, движението и плъзгането на ютията. Оценява се и рискът от изгаряне на тъканите.

Инструкции за употреба – Оценява се леснотата на ежедневна употреба на ръководството и самата ютия, както и пълнотата и разбираемостта на упътването.

Интернет общество у нас

За последните пет години интернет достъпът на българските домакинства се е покачил двойно

Интернет поколението

За периода 2006-2010г. броят на българи, ползващи интернет у дома, се е покачил от 17% до 33%, според резултатите на последното изследване, публикувано от Евростат през декември 2010г. Подобен скок не е характерен само за България. Същото се случва и в Чехия, Гърция, Унгария и Словакия, докато в Румъния ръстът е троен.

Процентът у нас на ширококолов интернет, използван вкъщи, е 26%, докато през 2006г. е бил едва 10%. Според проучването 62% от домакинствата с деца имат интернет, докато този процент е значително по-нисък при семействата без деца – едва 29%.

Все още обаче държим последно място в ЕС като процент от домакинствата с достъп до интернет (33%), като непосредствено преди нас са Румъния с 42% и Гърция с 46%. За сравнение има държави като Холандия и Люксембург, където 90% от населението има интернет у дома. Средният процент в ЕС е 70%.

За какво ползваме интернет

Интернет за провеждане на телефонни и видео разговори се използва широко от всички възрастови групи в България, Литва, Латвия и Словакия. В България този процент се движи между 60% и 73% съответно при хората от 25 до 54 години и от 14 до 24 години. Изследването показва, че 80% от българите между 25 и 54 години имат електронна поща, а 73% от най-младите са активни в чатове, блогове и социални мрежи.

Скорост

Ширококоловите връзки със скорост поне 10 мегабита за секунда (Mbps) са 29% от всички ширококолови връзки към юли месец 2010г в ЕС, което представлява 15% годишно увеличение. Европейците все повече използват този вид интернет — на 100 души се падат 25,6 абонамента, докато през 2009г. цифрата е 23,9 абонамента. Мобил-

ният ширококолов достъп от друга страна нараства с 45% през 2010г.

Къде сме ние? В България ширококоловият интернет със скорост поне 10 мегабита е също популярен, като ние изпреварваме значително средния процент в Европа – у нас 68.1% от ширококоловите връзки са именно с тази скорост или по-бързи.

Защитени ли сме

Стопроцентова защита естествено няма, но винаги е добре да имаме следното предвид:

- софтуерът трябва да се обновява и е най-добре, ако това става автоматично;
- добре е да използваме защитна стена;
- никога да не отваряме прикачен файл от непознат изпращач;
- възможно е вирус да намери нашия компютър и чрез прикачен файл, изпратен ни от „приятел”.

Източник: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-14122010-BP/EN/4-14122010-BP-EN.PDF



Когато пазарувате по интернет:

• Проверете какви данни за контакти е оставил търговецът – ако има само електронен адрес и формуляр за обратна връзка, а липсват телефони, адрес и други данни за фирмата, това може да значи, че продавачът иска да затрудни евентуални бъдещи рекламации. Подобна оскъдна информация се среща и в сайтовете на измамници, които публикуват примамливи оферти, теглят пари от картите на потребителите, които искат да си купят съответните стоки, а после изчезват.

• Проверете общите условия на сайта на търговеца. В тях са описани потребителските ви права и условията, при които може да върнете стоката, ако не ви хареса. По Закон всеки има право да върне стока, закупена по интернет, в 7-дневен срок след получаването ѝ, но от общите условия

ще разберете например дали търговецът ще ви поеме пощенските разходи по връщане на стоката, или те ще са ваша сметка.

• Добре е, преди да поръчате от даден търговец, да направите търсене в интернет с името му. Ако други потребители са имали проблеми с тази фирма (или са доволни от нейните услуги), най-вероятно ще намерите полезни отзиви в различни форуми. Добре е да се провери и кой притежава домейна на сайта, кой го е регистрирал и в коя държава.

• Желателно е в интернет да пазарувате чрез кредитни карти или сигурни електронни системи за разплащане, при които може да оспорите плащането впоследствие, ако възникне проблем. Стока, която сте поръчали по интернет, трябва да ви бъде доставена в рамките на 30 дни. Ако това не се случи, имате право да се откажете от поръчката.

Принтирай и пести

Как можем да спестим пари за мастило, хартия и електричество, когато принтираме? Ето нашите предложения.

Пестене на мастило

- Използвайте режим „чернова“ (draft mode) за текстове и някои графики. Така ще изхабите наполовина по-малко тонер и ще спестите време. Този начин на принтиране се нарича още „бърз режим“ или „бързо принтиране“. Отпечатаните копия са с по-ниско качество, но са напълно четливи. Същият режим може да се използва дори за графики, въпреки че качеството при тях страда в по-голяма степен, отколкото при текстовете. Въпреки това, ако се нуждаете само от информацията, може да спестите тонер и време.

- Принтиране в черно-бял режим (grayscale mode). Цветните тонери обикновено са по-скъпи от черния. Ако цветът не е важен за това, което принтирате, потърсете в настройките на вашия принтер опцията „Print in grayscale“ („Черно-бяло принтиране“) или „Use black ink only“ („Използване само на черно мастило“).

- Продължете да принтирате дори след предупреждението за привършване на мастилото. Някои модели принтери ви предупреждават, когато мастилото започне да привършва и ви карат да мислите, че е нужно да замените патрона веднага. Всъщност, освен ако принтерът не спира да работи, можете да продължите да използвате стария патрон, докато не започнете да виждате пропуски и избледнели думи в копията. Понякога може да употребите още 20% от тонера след предупреждението. Добре е обаче да имате резерви под ръка, защото не трябва да оставяте празния патрон в принтера за прекалено дълго (главата на принтера може да се изсуши и става трудна за почистване).

- Заменете само цветовете, които е необходимо, ако е възможно. Повечето принтери вече използват отделни патрони за всеки от основните цветове, плюс един или два черни патрона. Драйвърът на принтера или неговият статус, който се изписва на дисплея, ви съобщават кой



започнат да избледняват и да се появяват пропуски.

цвят е свършил. Заменете само него, не е нужно да сменяте и другите.

- Добавете още хартия в „комбо пакета“ („combo pack“). Консумативите за печатане на фото изображения на мастилено струените принтери често се продават в пакет - тонери и фото хартия от 50, 100 или повече страници. Идеята е тонерът да стигне за отпечатването на съответното количество хартия в пакета. Установено е, че в зависимост от количеството на черните цветове в принтираните снимки, често остава мастило в избыток, след като е отпечатана и последната страница в пакета. Може да купите допълнително хартия и да използвате оставащото мастило, докато копията не

- Не правете почистващия цикъл прекалено често. За почистването на главата на принтера се използва толкова мастило, колкото за отпечатване на няколко страници. Нужно е да я почиствате само когато се появяват хоризонтални линии или черти върху отпечатаните страници.

Пестене на хартия

- Пробвайте програмата „зелено принтиране“

- GreenPrint е безплатен допълнителен драйвър за Windows, който филтрира страниците, които принтирате, преди да са стигнали до принтера – изрязва





белите страници, тези, върху които има само заглавие, или всяка, която изберете да бъде пропусната. Също така може да премахва изображения, от които не се нуждаете, или да преобразува документа в PDF формат за по-лесно четене, вместо да го отпечатвате на хартия.

- Smart Web Printing е добавка на HP за Internet Explorer или Firefox, който работи с всички видове принтери и ви позволява да „уловите“ само частите от уеб страниците, които искате да принтирате, подреждайки ги на страницата по ваш избор.

- Двустранно принтиране. Все повече принтери могат да правят това автоматично чрез настройки в драйвъра. Ако вашият принтер няма тези възможности, задайте ръчно първо да се отпечатат само нечетните страници, а след това върнете хартията в принтера и отпечатайте четните страници на гърба на нечетните.

- Принтиране на повече от една страница на лист. Както GreenPrint, така и повечето драйвъри на принтери ви позволява да направите това. Обикновено е лесно да се чете, когато две страници са принтирани на един лист. Малко по-трудно е, когато са четири.

- Не принтирайте всичко! Може да трансформирате файловете си в PDF (Portable Document Format) формат, да ги запазите за по-късно преглеждане, или да ги изпратите на някой друг. PDF файловете изглеждат точно като принтираните копия и са удобни за четене в електронен вид. GreenPrint има опцията да преобразува файловете ви в PDF.

Пестене на електричество

- Когато не използвате принтера, уверете се, че е в „sleep mode“ – тогава харчи по-малко енергия. При повечето принте-

ри „sleep mode“ се включва автоматично до половин час след последното принтиране, но се уверете, че тази опция не е изключена.

- Изключете принтера си. Когато принтерът е изцяло изключен, той не харчи никаква електроенергия.

- Изключете функциите, които не използвате. Wireless мрежите и Bluetooth-ът също изразходват определено количество енергия, така че ако не ги използвате, може да ги изключите от настройките на принтера.

- Спестете пари и се погрижете за околната среда

- Запазете стария си принтер или го подарете. Ако сте си купили нов компютър, не е необходимо да купувате и нов принтер, ако настоящият ви работи добре с новата система. Ако е нужно да си

купите нов, подарете стария на някой, който може да го използва. Не забравяйте да дадете и всички излишни патрони тонер, които имате.

- Повторна употреба или рециклиране на патроните. Има сервиси, които заменят празните патрони и ви дават повторно напълнени. Имайте предвид, че мастилото няма да бъде същото като оригиналното, така че проверете качеството на принтирането, за да сте сигурни, че е приемливо. Ако решите да не използвате повторно празните патрони, може да потърсите и да ги дадете на организации, които ще ги вземат за презареждане или рециклиране.

- Изхвърляне. Когато животът на вашия принтер приключи, занесете го на място за рециклиране на електротехника. Някои фирми сами извозват старата техника, която са произвели, без разходи за вас.



Смени шрифта

Как американски университет спести 100 000 долара от консумативи за принтер само за една година

За отпечатването на различни шрифтове принтерът използва различни количества мастило. По тази причина обикновената смяна на шрифта може да доведе до солидно спестяване. Холандска компания, която оценява консумативите за различни видове принтери, възлага на американски университет да използва шрифта Century Gothic за всички документи, които принтира. За една година учебното заведение спестило от мастилен и тонер касети около \$100 000 само в резултат на тази мярка! Според тестовите на сайта Printer.com Century Gothic и Times New Roman са най-икономичните за печатане шрифтове. Следващи в класацията са Calibri, Verdana, Arial и Sans Serif, но трябва да се има предвид, че Century Gothic използва 30% по-малко мастило от Arial. Количеството използвано мастило се определя от дебелината на чертите в съответния шрифт. По тази причина шрифтове, които съдържат в името си „narrow“ или „light“, са много по-икономични от



тези с „bold“ или „black“. Шрифтът Century Gothic, който е най-икономичен откъм мастило, има два недостатъка. Първо, буквите са по-широки и може да се окаже, че един и същ текст, набран на Arial, се отпечатва на една страница, а на Century Gothic – на две страници. В такъв случай пестите от мастило, но хабите два пъти повече хартия. Второ, дизайнът на Century Gothic е подходящ за заглавия и начални страници, но не толкова – за цели документи. По тази причина експертите препоръчват Times New Roman и от икономична, и от практическа гледна точка.

Детски дрехи и размери

Бързи съвети за определяне на размерите на детските дрехи

Дрехи

Много често се чудим какво да купим за нашето дете, за подарък на друго дете и най-вече - дали ще му стане. Въпреки че децата не си приличат и се развиват с различни темпове, съществуват стандартни размери, които биха ни помогнали. Преди да се отправим към магазина и да похарчим пари за нещо, което може би няма да е по размера на детето, може да прочетем следната информация.

За ориентация на родителите на много дрешки е написана височината на детето. Затова на нас ни остава само да измерим колко е високо то. Предлагаме ориентираща височина при различните възрастови групи децата.

Бебета от 0 до 30 м	Месеци	0	1	3	6	9	12	18	24	30
	Височина	50	56	62	68	74	80	86	92	98
Деца от 2 до 8 год.	Години	2-3	3-4	4-5	5-6	6-7	7-8			
	Височина	98	104	110	116	122	128			
Деца от 8 до 14 год.	Години	8-9	9-10	10-11	11-12	11-12	13-14			
	Височина	134	140	146	152	164				
Бельо, деца 8 до 14 год.	Години	2-3	4-5	6-7	7-8	9-10	11-12	13-14		
	Височина	98	110	122	128	140	152	164		

Ръкавици

Размер	S	M	L
Години	4-6	6-8	10-14

Чорапогащници

Размер	2-4	4-6	6-8	8-10	10-12
Височина	104	116	128	146	158

Детски аксесоари

Ако ще избираме аксесоари за децата като например ръкавици, чорапи или чорапогащници, трябва да се използват други похвати, а не възрастта, за да се определи размерът на детето.

Чорапи от вълна и памук

Размер	2	4	6	8	10	12
Номер на обувки	23-25	26-28	29-31	32-34	35-37	38-40

Чорапи от ликра

Размер	2-3	6-8	10-12
Номер на обувки	23-28	29-34	35-40

Какво не трябва да купуваме за деца

Има различни стоки, които не се препоръчват за деца или за определени възрастови групи деца. Условно тук може да ги разделим на дрехи и играчки.

Опасности при дрехите:

Дрехите за деца до 7 години и височина 1.34 м не трябва да имат връзки или шнурове в качулката и областта на врата. При по-големите деца може да има такива връзки, но не по-дълги от 75 мм в качулката и областта на врата, или шнурове със свободни краища. Другите връзки или шнурове по детските дрехи не трябва да се спускат под ръкава или подгъва на дрехите. Всички функционални шнурове и декоративни връзки в подгъва на долната част на панталони с дълги крачоли, трябва да са напълно във вътрешността на дрехата.

Винаги следете на дрешките да има информация на български език за производител, вносител, страна на произход и състав на вложените текстилни влакна. Обувките не трябва например да съдържат по-високо от допустимото количество формалдехид - вредното химическо вещество, което може да предизвика кожни алергии.

Опасни играчки

Опасността от играчките може да идва от материалите, от които е направена играчката, или от размера на частите ѝ, лесно поглъщани не само от най-малките деца. Много играчки от Китай съдържат опасни вещества. Оказва се обаче, че и играчки от други държави, САЩ например, също се изтеглят от пазара поради наличието на опасни багрила.

Превишаването на нормата на вещества та фенол и формалдехид е много опасна. Откривани са играчки, в които количеството им е 10 пъти над допустимото. Доказано е, че дори 5 пъти над допустимото количество вече е опасно за живота.

Друг опасен елемент в детските играчки е оловото. Той може да доведе до анемия, проблеми с нервната система, понижено умствено развитие и агресивно поведение.

Съветите:

1. Да купуваме играчки от магазини с добра репутация. Винаги да гледаме информацията на етикета. И най-вече наличието на етикет!
2. Децата не бива да поставят играчките в устата!
3. Нека да си мият ръцете всеки път, след като играят с играчки, независимо дали играчките са от Китай, или не.



Фактите

Дългите връзки и шнурове по детските дрехи представляват сериозна опасност за децата, съобщават от Комисията за защита на потребителите. Тези връзки в качулките или яките могат да удушат детето, ако се омотаят около врата му или да се захванат за някакво оборудване на детската площадка, а дългите връзки на гърба на дрехата могат да се захванат за вратата на автобуса, когато детето слиза. Досега са предприети мерки спрямо повече от 1 400 дрехи. Две трети от тях са предназначени за малки деца (0-7 години), а останалите - за деца до 14 години. Най-често срещаното несъответствие е свързано с наличието на връзки и шнурове в качулката и областта на врата. Почти 60% от случаите са такива, а 20% са свързани с наличието на връзки и шнурове в областта на гърдите и талията.

10 начина да спестим по празниците

За всеки от нас празниците са свързани с големи разходи за покупки и пазаруване. Предлагаме ви 10 съвета как да намалите разходите си за храна, напитки и подаръци

1. Направете предварителен план на разходите

Преценете добре какви са възможностите ви за пазаруване и се съобразявайте с тях. Харченето на момента и пресмятането на разходите по-късно водят до неприятни емоции и финансови затруднения. Направете елементарен бюджет за покупките, които трябва да направите, и не се изхвърляйте прекалено.

2. Пазарувайте по интернет

Пазаруването по интернет може да ви спести значителни средства. Използвайте сайтове, които съдържат сравнителни цени на един и същ продукт. По този начин ще можете да изберете най-евтиния вариант. Също така, ако не сте доволни от продукта, който сте закупили, имате право да го върнете в 7 дневен срок.

3. Без лихва за покупките ви

Ако притежавате кредитна карта, която не използвате често, тя може да се окаже много удобна по коледните празници. Ако не дължите пари по картата и можете да изплатите цялата сума през януари, бихте могли да я използвате за кратък период на безлихвени заеми. Не забравяйте да проверите реда и условията по кредитната си карта, преди да харчите от нея, и помнете, че покупките ви ще бъдат подложени на лихви, ако не ги изплатите навреме.

4. Купувайте храни и напитки на намалени цени

Намалете разходите си за хранителни стоки, като пазарувате от по-евтини супермаркети продукти с намалени цени и на промоция. Не винаги най-скъпите марки са с най-добро качество.

5. Намалете разходите за коледното пътуване

Ако планирате да пътувате със самолет за Коледа, най-добре е да закупите билетите си колкото е възможно по-отрано. Особено ако смятате да използвате нискобюджетните авиокомпании. При тях принципът на формиране на цените е в зависимост от заетите места за конкретния полет и какъв е периодът от време между закупуването на билета и пътуването.

Същото важи и за пакетните почивки, резервациите в хотели и т.н. Колкото по-отрано планирате пътуването си, толкова по-евтино ще ви излезне.

6. Неизядената храна и остатъците

Винаги по празниците остава голямо количество храна, което много хора изхвърлят, след като отминат празненствата. Това може да бъде предотвратено, като не купувате прекалено много храна и направите предварителен план на менюто си. Използвайте всичката храна, която сте закупили и не я изхвърляйте. С продуктите, които са в излишък, можете да изпробвате нови рецепти и да ги споделите с роднини и приятели.

7. Нежелани подаръци

Не изхвърляйте подаръците, които не ви харесват. Ако получите подарък, който не ви допада, вероятно ще можете да го замените с друга стока от същия магазин, от който е закупен. Ако няма такава възможност, добро решение е да го пуснете за продажба в интернет, в определените за това сайтове.



8. Направете подаръци собственоръчно

Не е нужно всяка година да правите големи и скъпи подаръци. Нещо малко, но оригинално и направено собственоръчно, е много по-ефектен и с по-висока стойност подарък. Освободете въображението си и ще видите, че дори не ви е нужно много време. В интернет можете да намерите разнообразни идеи и методи за ръчноизработени подаръци.

9. Спестете от коледна украса

Коледната украса е важна за празничното настроение, но често разходите за нея идват вповече и са непредвидени. Не купувайте всяка година нови украшения. Използвайте украсата от миналата година, като измислите нови форми и подредби, за да бъде ефективна.

10. Оборудвайте се за следващата година

Не забравяйте, че разпродажбите през януари са една прекрасна възможност да намалите разходите си за следващата Коледа. Оборудвайте се с амбалажна хартия, бисквити, коледни картички и украси на намалени цени, и следващата година няма да се налага да купувате същите продукти, в периода когато те са по-скъпи.



(Не)известни уловки по време на пазаруване

Подготвени ли сме за всички трикове, с които могат да ни подлъжат в магазините?

Модерните коледни подаръци: Ваучери

Да дадем ваучер за подаръци е все по-модерен и интересен начин да зарадваме приятели и роднини. Много магазини, доставчици на услуги и интернет страници предлагат такива ваучери, особено по време на Коледа. Но дори и при този вид подаръци може да има неприятна изненада.

За какво да внимаваме

Кога изтича ваучерът? Това е най-важното, което трябва да проверим, преди да го купим. Посочено ли е на ваучера докога е валиден или е написана само датата на издаване? Някои магазини твърдят, че винаги ще приемат ваучер, донесен от клиент, докато други дават гратисен период от например един месец след изтичане на ваучера. За удобство на клиента някои доставчици предоставят интернет адрес или телефонен номер, на който може да проверим докога е валиден нашият ваучер или каква сума от него ни остава. Други обаче си спестяват това усилие.

Покупки под определена сума. Някои ваучери съдържат подобно условие, което най-често се превръща в неудобство за потребителите. Ако от ваучера са останали например само 4,50 лв, не може да ги ползваме, защото ваучерът не позволява покупка под 5 лв. В такъв случай ние трябва да купим стока за повече от 5 лв и да доплатим разликата в брой.

Изгубен или откраднат ваучер. Обикновено в тези случаи търговците разглеждат ваучера като пари в брой. При загуба или кражба не се възстановява. Все пак може да намерим търговци, които ще ни дадат опции дори и при кражба. Те ще ни позволят да анулираме изгубения ваучер и ще издадат нов често срещу такса. Важно е да пазим касовата бележка или номера на ваучера!

Ограничения за ползване. Не трябва да забравяме, че ваучерите за подаръци все пак не са пари. Те могат да се ползват само на определени места. Ако закупим ваучер от верига магазини или ако доставчикът на определена услуга има повече от един

магазин, най-вероятно ще можем да го ползваме на всичките тези места.

Ресто. Повечето от ваучерите не връщат ресто. Но бихме могли да ги използваме многократно, докато в тях все още има пари.

Безопасна Коледа

Коледни светлинки. Въпреки усилията на държавите от ЕС, все още един от най-опасните продукти за Коледа си остават коледните лампички.

Най-разпространените рискове при тези лампички са токов удар или пожар. Рискът се покачва, ако инсталацията у дома е стара. Съществува и не малка опасност от механично нараняване по време на окачване или употреба, тъй като някои от тях имат остри ръбове и части. Лампичките са най-опасни за деца.

Задължително. Какво трябва да съдържа продуктът, преди да се появи на пазара:

- Знакът „СЕ“;
- ЕС декларация за съответствие;
- Техническа документация;
- Разрешително от компетентните органи в държавата.

Потребителите. Основните съвети към потребителите са:

- Да купуваме коледни лампички само от магазини с добра репутация.
- Да ги изгасваме преди да си легнем или излезем от къщи.
- Да ги върнем в магазина, ако се окажат повредени. По този начин сигнализираме за проблем и може да предотвратим други потребители да пострадат.

Благотворителна Коледа. Една различна инициатива.

Всички сме купували благотворителни картички за Коледа, на гърба на които пише, че нашите пари ще помогнат за различни каузи. Наистина част от печалбата от продадените картички отива за благотворителност. Но каква точно част?

След запитване, направено сред австралийските потребители се установява, че около половината от тях смятат, че между 20% и 50% от цената на картичката е за благородна кауза, докато една трета от тях заявяват, че между 51% и 70% отива за благотворителност.

Истината обаче е различна. В много случаи едва около 10% от цената на картичката ще стигне до болни деца или възрастни хора. Това не означава да спрем да купуваме такива продукти. Може би обаче има и по-ефикасен начин да дарим сума за добра кауза. Най-голяма част от парите ни ще отидат за каузата, ако закупим нещо директно от благотворителната организация, която прави коледната кампания. Може да купим коледна картичка директно от интернет страниците на Oxfam и Unicef. В тези случаи цялата печалба постъпва в благотворителната организация. На някои интернет страници дори може сами да създадем дизайна на своя електронна картичка или картичка за разпечатване!

Няколко съвета

1. Пазете касовата бележка. Само с нея може да докажете, че сте закупили конкретна стока или услуга.

2. При покупки онлайн документът, който получите след края на транзакцията, играе роля на касова бележка. Най-важното тук: При покупки онлайн, ако размислите, имате право да върнете продукта в 7-дневен срок от деня на доставката!

3. При стоки на разпродажба имате същите права, както и при останалите стоки. Търговецът обаче има право да обяви предварително някой дефект или проблем със стоката, но това трябва да ви е известно преди покупката.

4. Пазете се от прекалено добри коледни оферти. Те най-вероятно не са чак толкова добри.

5. Внимавайте с лампичките за елха. Използвайте само такива, които са двойно изолирани! Това намалява рисковете от пожар и електрически удар.

Какво трябва да знаем за рН?

Обикновеният сапун се смята за най-честия вредител върху рН на кожата

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

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

рН и защитата на организма

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

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

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

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

рН и миешите средства

Обикновеният сапун се смята за най-честия вредител върху рН на кожата, защото продаваните сапуни имат стойности на рН около 9-11, т.е. са областта на алкалното рН. Но имайте предвид, че вашата кожа е жива система, тя се опитва да противодейства на намесата отвън, което може да означава, че ако се измиете със сапун с рН 9, след известно време кожата ще си върне нормалното рН – 5.5. Процесът на връщане на живата система в изходно положение се нарича хомеостаза и се извършва постоянно в нашите организми. С това искаме да отбележим, че ползването на обикновени сапуни не е определящ фактор за заболяемостта на кожата.

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

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



Съвети

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

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

Какъв подарък да изберем?

Празниците не биха били същите без купищата подаръци, които подготвяме за любимите си хора. В желанието си да ги зарадваме и изненадаме, прекарваме дълго време във внимателно избиране на подходящия подарък

Подаръци за всички от сърце

В коледния дух винаги е подходящо да изберете красива и стилна коледна украса, ароматни свещи или аранжирана кошница, пълна с лакомства и бутилка луксозно шампанско или вино.

За хората, чийто вкус познавате добре, можете да изберете ефектни аксесоари и бижута, скъп парфюм или техника. За дамите са подходящи ароматни и СПА подаръци, кутия за бижута или стилно дамско огледало. Ако търсите подарък за домакиня, в магазините можете да намерите голямо разнообразие от коледни сервиси за хранене, книги с уникални коледни рецепти, различни фигурки и форми за сладкиши и забавни готварски престилки и ръкохватки с коледни мотиви. За мъжете интересни подаръци са многофункционални ножове, визитници, джобни бутилки, закачливи подаръци, като игри с алкохол, лула или висококачествена пура. За тези, които харесват по-практични подаръци, са подходящи ваучери за покупки или годишен абонамент за списание.

Идеи за специални хора

Ако искате подаръкът ви да бъде с сантиментална стойност, може да направите нещо сами, като например диск с компилация от любими песни, колаж със снимки, личен календар с отбелязани най-важните дати за съответния човек, украсен с рисунки и снимки, коледен чорап с изписано име и дребни подаръчета в него или специално изработена чаша. Можете да направите кутия с 365 листчета в нея, на които сте написали нещо специално за всеки ден от новата година - мъдри мисли, крилати фрази, пожелания или просто едно нарисувано усмихнато човече. Това със сигурност ще носи положителни емоции на притежателя си всяка сутрин.

Подарък, който със сигурност би бил голяма изненада и запомнящ се за дълго време, е ваучер за екстремно приключение - скок с бънджи, каране на сърф, летене с парашут, сканане с парашут или просто един курс по нещо, което би харесало на човека, за когото е предназначен. Друго приятно изживяване, което можете да подарите, е екскурзия или СПА почивка с релаксиращи процедури. Ако нямате време за тези неща, може да подарите билет за концерт на любим изпълнител, театър или опера.

Подаръци със стил

Трудно се избира стилин и оригинален подарък, особено за хора, които не познаваме добре или изглежда, че си имат всичко. Добро решение в такива моменти са колекционерските подаръци - класически литературни произведения, подвързани специално за човека, колекция от интересни атласи и енциклопедии, антики и старинни вещи, картини, реставрирани стари снимки, луксозни комплекти за различни игри - шах, табла, зарове, домино, голф и т.н.

Подходящи бизнес подаръци са луксозни бележници и писалки, метални щипки за пари, визитник, аксесоари за вино - ко-

пмлект с пособия за отваряне и затваряне на вино, кожена или дървена кутия за вино, глобус бар или красива статуетка. За пушачите може да изберете стилна табакера, запалка, лула или аксесоари за пури.

Подаръци за най-малките

За децата Коледата е най-вълшебният празник. Те са тези, които най-много се вълнуват от получените подаръци и е най-лесно да зарадват. Типичните подаръци за децата са куклите, конструкторите, различните видове играчки и пълните торбички с лакомства. Други интересни предложения са пособия за рисуване и моделиране, пъзели, комикси, комплекти от типа „Направи си сам“ и комплекти за фокуси.

Бъдете внимателни, когато избирате играчки за децата. На страницата на „Активни потребители“ можете да прочетете повече за това как да изберете безопасни детски играчки.

Подаряване

Много е важно да опаковате подаръка си красиво и да го сложите под празничната елха. Добавете към него картичка с хубаво пожелание и го подарете с усмивка и от сърце.



Новите енергийни етикети на ЕС

Телевизорите също ще имат енергиен клас

Европейската комисия одобри нови регламенти за енергийно етикетиране на съдомиялни машини, перални, хладилници и телевизори. Новата маркировка ще се съобрази с това дали стоките са имали енергиен етикет по времето и на предишната директива, или им предстои за първи път етикетиране за енергиен клас.

Познатите енергийни класове от А до G трябва да се използват само за продуктови групи, при които за първи път се въвежда енергиен клас – например за телевизорите. Задължителният формат ще бъде разширен с А+ през 2014 г., с А++ през 2017 г. и А+++ през 2020 г. Въпреки това, веднага след като производителят постигне подобра енергийна ефективност от съответстващата на клас „А“, той може да постави на етикета обозначението „А+“ още преди 2014 г. Няма да се допуска обаче телевизорите да се етикетира в повече от седем класа. Това значи, че когато се добави клас А+, трябва да се отстрани клас G. Клас F се отстранява, когато се прибави А++ и т.н.

на ефективност ще станат по-строги през 2014 г., но само за класовете "А+" и "А". За всички други класове индексът на ефективността остава непроменен (дори и за А++ и А+++ класове).



За оборудване, на което в миналото вече са били поставяни енергийни етикети, ще бъдат добавени допълнителни класове, по-големи от А. Хладилниците и фризери (за разлика от телевизорите) може да се етикетира с до 10 класа - от G до А+++.

За съдомиялни машини класовете за енергийна ефективност ще бъдат от А+++ до D. Ефективността за сушене на съдовете ще се оценява отделно и ще се изписва в долната част на етикета по скалата от А до G.



Същото енергийно етикетиране се възприема и за пералните машини.



Станете член на Асоциация АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ!**ПЪЛНО ЧЛЕНСТВО** (членският внос за 2011 година е 40 лева) - включва:

Една безплатна индивидуална правна консултация с юрист и до 3 писмени консултации от специалисти на АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ за текущата година при разрешаване на потребителски спорове с търговци и производители

Включен абонамент за 10 броя на списание АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ за съответната календарна година. Изпраща се на посочен от вас пощенски адрес при регистрацията

Всички информационни издания на АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ, които не се заплащат допълнително, издадени през 2011 г. (Изпращат се заедно с получаване на списанието)

Разширен достъп до информацията в интернет страницата на асоциацията – достъп до резултатите от тестове на продукти и услуги, статии и полезна информация

СТАНДАРТНО ЧЛЕНСТВО (членският внос за 2011 година е 25 лева) - включва:

Включен абонамент за 10 броя на списание АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ за съответната календарна година. Изпраща се на посочен от вас пощенски адрес при регистрацията.

Всички информационни издания на АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ, които не се заплащат допълнително, издадени през 2011 г. (Изпращат се заедно с получаване на списанието)

Разширен достъп до информацията в интернет страницата на асоциацията – достъп до резултатите от тестове на продукти и услуги, статии и полезна информация

ОН-ЛАЙН ЧЛЕНСТВО (членският внос за 2011 година е 15 лева) - включва:

Разширен достъп до информацията в интернет страницата на асоциацията – достъп до резултатите от тестове на продукти и услуги, статии и полезна информация

АБОНАМЕНТ ЮРИДИЧЕСКИ ЛИЦА - 30 /тридесет/ лева за 10 броя на списанието (издава се фактура).

Ако имате въпроси, свържете с нас по телефона (02/9890106) или по ел. поща - bnap@bnap.org

Талон за абонамент за 2011 г.
☐ частно лице

☐ юридическо лице

Име

Адрес Град

П. код Тел.

e-mail

Попълва се само от юридически лица!

Име на фирма БУЛСТАТ

МОЛ

Плащане в брой

БНААП
София 1504,
ул. Вrabча №26,
етаж 2

Пощенски запис

София 1504,
ул. Вrabча №26
до Венета Василева
Пейчева-Атанасова

По банков път

IBAN BG67 FINV 9150
1000 0652 34,
BIC: FINVBGSF,
ПИБ, за Българска
национална асоциация
АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ
*Моля, в основание за
плащане посочвайте
името на наредителя.*

Показалец на по важните теми в списанието**Тестове**

Авиокомпани	8/2010
Вода за уста	7/2010
Детски колички	6/2010
Детски столчета за кола	2/2010
Домашен интернет	5/2009
Колбаси	10/2010
Лампи	8/2010
Мобилен интернет	3/2009
Мобилни телефони	6/2009
Мобилни телефони	4/2010
Навигационни системи	6/2010
Прахосмукачки	4/2010
Принтери	4/2009
Принтери	3/2010
Сирене	2/2009
Слънцезащитни продукти	5/2010
Телевизори	1/2009
Телевизори	8/2009
Телевизори	2/2010
Телевизори	5/2010
Тоалетна хартия	1/2010
Фотоапарати	7/2009
Фотоапарати	3/2010
Фотоапарати	7/2010

Проучвания

Касови банкови преводи	5/2010
Роуминг услуги	2/2010
Такси при теглене от банкомат	3/2010
Хапчета за отслабване	5/2010

Справочна информация

Е номера - антиоксиданти	6/2010
Е номера - оцветители	4/2010
Електроуреди рециклиране	5/2010
Еномера - консерванти	5/2010
Миешки препарати - символи	2/2010
Яйца - символи и значение	1/2010

Опасни стоки

Вид на стоката

Светеща коледна шапка



Описание на продукта

Светеща коледна шапка с бродерия – елха и надпис Merry Christmas. По периферията ѝ има 5 броя мигащи звездички (или елхички) и малка кутийка, в която се намират 2 батерии АА. Върху етикета на стоката има описание на български език, което гласи: коледна шапка, материали – 100% полиестер, вносител „Юнипри“ ЕООД, произход - Китай

Страна на произход

Китай

Вносител

„Юнипри“ ЕООД, гр. София

Опасност/естество на риска:

Риск от задавяне.

Стоката не отговаря на изискванията за безопасност съгласно БДС EN 62115. Батериите са достъпни без помощта на инструмент, което подлага на риск детето. Има опасност от задавяне. Стоката не е придружена с инструкции за употреба.

Вид на стоката

Коледен чорап - украса



Описание на продукта

Коледна украса – чорап, с прикачена глава на снежен човек, със залепени малки елементи за очи, нос и украсителни елементи за шапката. Върху чорапа са залепени и малки звездички. Върху етикета има информация на български език, която гласи: коледна украса, материал – текстил, производител - Китай, вносител - „Юнипри“ ЕООД.

Страна на произход

Китай

Вносител

„Юнипри“ ЕООД, гр. София

Опасност/естество на риска:

Риск от задавяне и последващо задушаване, риск от алергия.

Стоката не отговаря на изискванията за безопасност съгласно БДС EN 71-1 и БДС EN 14362-2. При „Изпитване на опън“ със сила 50 N (по-малка от изискващата се 90 N) се отделят малки части. По показателя „Цилиндър за малки части“ – отделените малки части влизат изцяло в цилиндъра. Изделието съдържа и забранени азобагрила над допустимите норми.

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 12 марки
диетичен хляб**



**Сравнителен тест
на 25 модела плоски
телевизори**



**Протест срещу
мобилните
оператори**



**АКТИВНИ
ПОТРЕБИТЕЛИ**

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!