

ZIP

Магазин за потрошувачи

34h

Заштита на интересите
на потрошувачите



Издава:
Организација на потрошувачите
на Македонија - ОПМ 2020 г.

Овој број на е-магазинот е поддржан од
страна на Програмата за заштита
на потрошувачите на Град Скопје за 2020
година која ја спроведува ОПМ.

Главен и одговорен уредник:
Марјана Лончар Велкова

Извршен уредник:
Татјана Тасевска

Соработници на одредени теми:
Лидија Петрушевска Този
Александар Николов
Венцислав Стефановски
Мартина Грнчаревска

Лектор:
Јасмина Ѓоргиева

Дизајн:
ГЛОБАЛ Комуникации

Адреса:
Ул. 50 Дивизија 10А Скопје



СОДРЖИНА

Енергетски ефикасно осветлување	3
За каков шпорет да се определиме, електричен или на гас?	6
Права од гаранција и сервисирање	10
Советувања на потрошувачи	13
Заштита на личните податоци на потрошувачите	20
Направете соодветен избор на чипс со помош на семафорот за храна и пијалоци ...	27
Храна и исхрана - Работењето на Агенцијата за храна и ветеринарство во заштита на потрошувачите	31
Постменопаузна остеопороза	35



ЕНЕРГЕТСКИ ЕФИКАСНО ОСВЕТЛУВАЊЕ

Проф. д-р Сања Појовска Василевска

(според улогите за истражувачи издадено од Европската комисија)

Заштедете енергија и пари со избирање на енергетски ефикасен производ за осветлување!

На пазарот има голем избор на енергетски ефикасни светилки, а со тоа и многу можности за решавање на осветлувањето на домаќин.

Ова улогство може да ви помогне да најправилно добар избор при купување производи за осветлување.

Купување на вистинската светилка

Сè поретко во продавниците се наоѓаат традиционалните жаречки светилки. Поради нивната голема потрошувачка на енергија, тие сè помалку се користат. Тие се заменуваат со: прилично неефикасната халогена светилка, многу поефикасната компактна флуоресцентна светилка (CFL) и долготрајната ефикасна LED светилка.

Не се вознемирувајте од повисоката цена. Со изборот на енергетски ефикасна светилка,

сметката за електрична енергија ќе биде пониска. Всушност, со заштедената енергија, за не подолго од една и пол година ќе се вратат средствата вложени за набавка на светилката, а потоа во годините кои следат ќе имате само придобивки. Замената на халогенската светилка со LED ќе ви заштеди над 100 €!

Видови светилки

Денеска, при купувањето на светилка треба да се внимава на многу повеќе информации отколку само да се гледа јачината изразена во вати, како:

- **Осветленост/излезна светлина:** Лумените ја мерат количината на светлина која ја произведува светилката. Колку повеќе лумени, толку е посветла светлината. Првото прашање кое треба да се постави е дали светлината ќе се користи само за читање или треба да биде доволно светла за да ја осветли целата просторија?

Класични светилки	Лумени	LED (најефикасни)	CFL (ефикасни)	Халогени (поефикасни од класичните светилки)
100 W	1600	до 22 W	до 26 W	до 72 W
75 W	1100	до 20 W	до 23 W	до 53 W
60 W	800	до 12 W	до 15 W	до 43 W
40 W	450	до 9 W	до 11 W	до 29 W

- **Температура на бојата:** Дали претпочитате боја на дневна светлина или жолтеникава светлина? За последното, треба да се избере светилка од 2700K или „топло бело“, која е соодветна за дневни, спални соби и трпезарии. За вашата канцеларија, изберете „студено бела“ светилка со повеќе од 4000K.

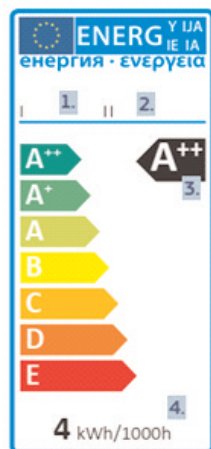
- **Животен век:** Животниот век на светилката е бројот на работни часови пред да „изгори“. Светилките кои постојано се вклучени ќе се расипат порано, а оние кои ретко се користат ќе траат подолго. Колку е подолг животот на светилката, толку поретко ќе треба да се набавува нова.

Исто така, секогаш треба да се посвети внимание на видот на грлото на светилката!

Читање на етикетата на светилката

Светилката секогаш е придружена со енергетска ознака која ја покажува својата енергетска ефикасност на скала од **A++ (најефикасна)** до **E (најмала ефикасност)**.

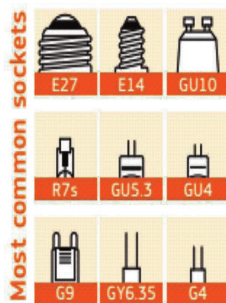
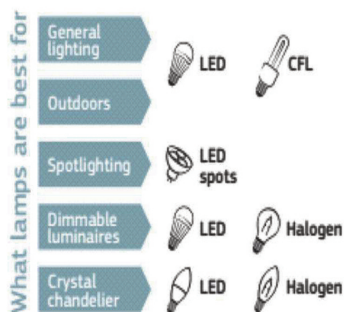
1. Фирмата-производител и дистрибутер на светилката
2. Модел на светилката
3. Колку светилката е енергетски ефикасна
4. Потрошувачка на енергија во текот на 1000 часа (типична потрошувачка на енергија за една година)



Пакувањето на светилката, исто така, содржи многу корисни информации:

1. Енергетска ознака (види погоре);
2. Просечен век на траење на светилката (1000 часови е еднакво на една просечна година на употреба);
3. Боја на светлината, од жолтеникава (2700K) до дневна светлина (6500K);

4. Колку светилката е прецизна за откривање на различни бои (индекс за рендер на бои, 80 е добар, 100 е најдобар);
5. Дали може да се затемнува или не (ако не, се појавува крст над симболот);



Ламби

Ламба е комплетно електрично осветлување, вклучувајќи светилка(и), механизам за вметнување или држење на светилката(ите), жици, приклучок и други заштитни компоненти.

Постојат разни видови на ламби за осветлување на станбени простории: подни, за на маса, сидни, висечки, лустери, рефлектори, тавански, директни, индиректни, провидни, матирани, непровидни и сл.

Без разлика на изборот, секогаш треба да се разгледаат информациите на етикетата:

6. Колку пати светилката може да се вклучи и исклучи пред да изгори;

7. Колку повеќе лумени, толку е посветла светлината.

Кај некои пакувања, исто така, се споменува еквивалентот на моќност со жаречка светилка. Ова едноставно го споредува количеството светлина на светилката со таа на жаречката светилка.

Читање на ознаката за ламба

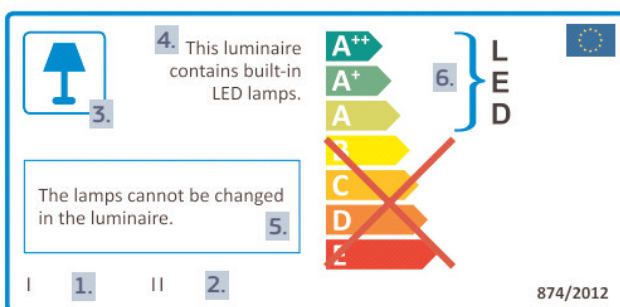
1. Фирма-производител и дистрибутер;
2. Модел на ламбата;
3. Оваа ознака може да претставува тип на ламба или мебел каде што се вградува;
4. Показува со кои светилки е компатибилна ламбата и/или ако содржи LED диоди;
5. Укажува дали содржи светилка. Во случај на вградени LED светилки, пишува дали се заменливи или не;
6. Графичка идентификација на класата на ефикасност на компатибилните светилки.

Митови и совети за светилки и ламби

- Иако количината на жива во флуоресцентните светилки е всушност многу мала (може да се собере на врв од игла), секогаш треба да се биде претпазлив ако CFL се скрши. LED светилките, од друга страна, се поефикасни и не содржат жива.
- Не е вистина дека LED светилките обезбедуваат слаба осветленост или дека не можат да ја осветлат целата просторија. Тие можат да имаат понасочена светлина, и ја фокусираат светлината на помала површина или предмет, или пошироко распределување на светли-

ната. Покрај тоа, малата придружна моќност (W) значи само дека LED технологијата обезбедува многу светлина со помала потрошувачка на енергија.

- Пред да се набават LED светилки кои се затемнуваат и флуоресцентни светилки, да се провери дали затемнувачот (потенциометарот) е компатибилен.
- Најефикасната светилка е ИСКЛУЧЕНАТА светилка кога не се користи! Запомнете, секогаш кога се напушта просторијата, треба да се исклучат светилките.
- Купете енергетски ефикасни светилки за деловите во вашиот дом кои најмногу користат осветлување - како што е дневната соба. Поради нивната неефикасност, халогените светилки, обично, долгорочно не се најевтината опција.
- Секогаш купувајте ламби кои можат да користат светилки со висока енергетска ефикасност (A++ и A+).
- За ламби со флуоресцентни светилки, користете T5 флуоресцентни цевки бидејќи тие се далеку поефикасни отколку T8 или T12.



- Да се обезбеди чистење на ламбата од време на време - ќе се изненадите како само малку нечистотија може значително да ја намали количината на светлина која ја произведува ламбата.

ЗА КАКОВ ШПОРЕТ ДА СЕ ОПРЕДЕЛИМЕ, ЕЛЕКТРИЧЕН ИЛИ НА ГАС?

Проф. д-р Сања Појовска Василевска

РАЗЛИЧНИ ВИДОВИ ШПОРЕТИ

Кога размислуваме за набавка на плотна за готвење, најнапред треба да донесеме одлука за изворот на енергија – гас или електрична енергија? Ако изберете електрична енергија, тогаш постојат две можности: плотни кои имаат рингли со класични грејачи на зрачење и рингли од поновата технологија, со индукција. Сите видови имаат предности и недостатоци, па затоа одлуката треба да се заснова на вашите навики, можности и очекувања.

Во денешно време, плотните за готвење кои се вградуваат во кујнските плочи (работни површини) речиси целосно ги потиснаа самостојните шпорети. Гасните (плински) плотни се изработени од метал (не'рѓосувачки челик) или стакло-керамика, додека електричните се речиси исклучиво од стакло-керамика, која има голема топлинска отпорност и овозможува многу едноставно чистење. Само во случај на груби влијанија, стаклените површини можат да попуштат или да се скршат. Стакло-керамиката има потреба од редовно чистење кое, на почетокот, може да биде малку вознемирувачко, но во споредба со потребното отстранување на застоена и исушена нечистотија кај другите видови, преовладува мислењето дека одржувањето на чистотата на стакло-керамиката е далеку поедноставно.

ШПОРЕТИ НА ГАС

Постојат шпорети на гас со горилници на метална или керамичка површина, а вторите се понови, па затоа и поскапи. Гасот се цени првенствено поради неговата едноставна употреба, моменталното вклучување и исклучување - без одложување, како и регулацијата на топлината (со контрола на пламенот). Токму поради овие својства, гасот го користат и сите големи готвачи. Шпоретите се опремени со електрично палење кое предизвикува искра и иницира пламен, а моќноста на зоните за готвење зависи од големината и моќноста на горилниците. За љубителите на азиска храна, која има потреба од брзо достигнување на високи температури, во продажба има модели со помокен, двоен горилник. Кај гасниот шпорет можат да се користат речиси сите видови на садови за готвење, без разлика на обликот, димензиите и материјалот. Исто така, се обезбедува и сигурност: ринглите имаат вградени штитници кои спречуваат истекување на гас. Како и да е, отворениот пламен го зголемува ризикот од изгореници (погрижете се за безбедноста на децата), постои можност рачките на садовите да се стопат или кујнската крпа да се запали.



Плотна со метална
површина

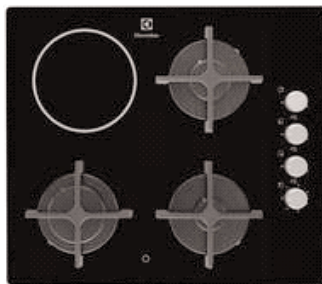
Плојна со стакло-керамичка површина

При одржување на хигиената во кујната, гасот е малку непријатен. Поради вградените горилници, чистењето на површините за готвење, вклучително и стакло-керамичките, е посложено отколку кај оние со електрична енергија, а особено е незгодно чистењето на горилниците и потпорите за садовите за готвење, иако сега сè почесто се мијат во машина за садови. Покрај тоа, кај гасните шпорети треба да се земе предвид чистењето на масните слоеви кои се нафаќаат на кујнската опрема, а се формираат од смесата на масни честички кои се ослободуваат за време на готвењето и гасовите кои се емитираат при согорување. Дури и кога се користат фолии за покривање, кои тешко се отстрануваат, не е можно целосно да се избегнат.

Во однос на трошоците, готвењето на гас, без оглед дали сме поврзани со природен гас или користиме боци за гас, е поекономично од електричната енергија, иако загубите на енергија како резултат на готвењето на отворен оган се значителни. Умерени се и цените на шпоретите.

КЛАСИЧНИ СТАКЛО-КЕРАМИЧКИ ПЛОТНИ (ГРЕЈАЧИ СО ЗРАЧЕЊЕ)

Електричните плотни за готвење од стакло-керамика, кои речиси ги отстранија од употреба ринглите од леено железо, имаат грејач во форма на намотка под плочата за готвење. Кога е вклучен, тој свети (оттука и името: зрачен грејач) и ја загрева зоната за готвење. Овој тип плотна за готвење се карактеризира со бавно загревање и бавно ладење, како и со бавна реакција на регулацијата на топлината. За подобра ефикасност, се препорачува да се исклучи готвењето околу 5 до 10 минути пред да заврши процесот на термичка обработка, со што барем малку се намалува загубата на

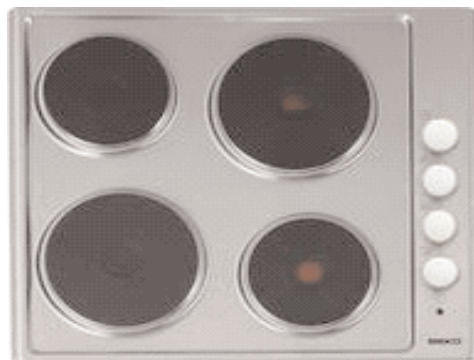


енергија. Поголемите загуби можат да бидат и резултат на слаб контакт на садот со плочата за готвење (нерамна површина, виткање или испакнување на дното на садот) и неусогласеност на димензиите на садот со димензиите на

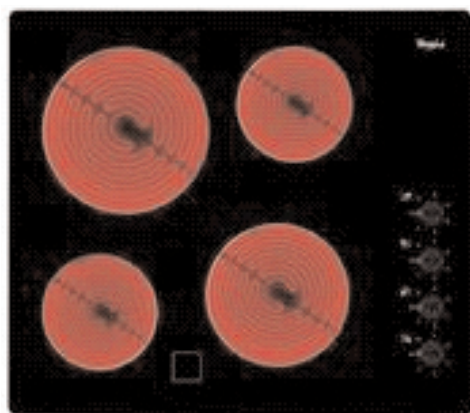
плочата за готвење. Кога купувате плотна за готвење, посветете внимание на димензиите на плочите за готвење! Моделите кои нудат една или дури две продолженија на плочата за готвење помагаат за подобро искористување!

Поради врелите површини, чистењето кај овој вид на плочи за готвење е доста тешко. Кога храната ќе се прелее, најдобро е површината веднаш да се исчисти, односно пред да изгорат остатоците поради високите температури.

Плотните за готвење со вакви рингли, поради едноставната технологија, се достапни според цената. Ретко кој модел има копчиња за регулација, сега повеќето од нив работат со допир, што обезбедува едноставна и пријатна употреба. За оние кои бараат повеќе, на пазарот има и модели со некои современи функции (програмски часовник, препознавање на садови на плочата за готвење и сл.). Меѓу недостатоците, покрај големите загуби на енергија, е големиот ризик од изгореници, бидејќи ринглите се жешки долго после готвењето (опасни за децата).



Метална плоча со рингли од леено железо



Стакло-керамички ѓлоѓни со зрачни ѓрејачи

ИНДУКТИВНИ ПЛОТНИ ЗА ГОТВЕЊЕ

Индуктивната плотна за готвење е стакло-керамичка површина под која има индуктивни калемии кои ја претвораат електричната енергија во електромагнетно поле кое создава топлина на дното на садот и ја загрева храната во него. За да работи системот, садот мора да има дно изработено од феромагнетски материјал (железо, челик), садот изработен од алуминиум, керамика или стакло, на таква плоча за готвење останува студен. Карактеристично за индукцијата е дека површината на плочата за готвење, исто така, останува студена за време на готвењето. Површината, сепак, малку ја загрева (поради садот во кој се готви), но не до степен да предизвика

изгореници. Токму поради студените површини има помалку проблеми со чистењето на индукциските рингли, бидејќи остатоците не горат ако садот се прегрее, каков што е случајот со другите видови рингли.



Индуктивна ѓлоѓна за ѓотвење

Индуктивните шпорети со својствата како што се брзо готвење, прецизна контрола и брза реакција, се натпреваруваат со гасот, освен што индукцијата нема речиси никаква загуба на енергија како резултат на насочувањето на топлината директно во садот. Најдобротојдена е брзината на греење која може да се зголеми за неколку минути со вклучување на специјална функција (засилувач), а потоа самостојно се спушта до избраното ниво (за варење, динстање, пржење). При регулирање на топлината, индукцијата дури и го надминува гасот, степените се подробно разграничени и, исто така, овозможуваат топлински постапки при ниски температури (топење на чоколада), што не е возможно со гасните горилници. Понапредните модели нудат, покрај програмски часовник, и неколку автоматски програми (спречување на прегревање, исклучување на рингла ако јадењето се прелее итн.).

Од сите видови рингли, индуктивните рингли се енергетски најефикасни. Топлината поминува директно на дното на садот за готвење,

така што ефикасноста е многу висока. Ефикасноста на индуктивната зона е поврзана со дијаметарот на садот. За да се искористи целата моќност на индуктивниот грејач, треба да се користи сад за готвење чие дно има еднаков дијаметар со зоната за готвење.

Ако садот за готвење е помал, ќе добие само дел од максималната моќност на грејачот. Внимание: тенџериња и тави со помал дијаметар, на индуктивните рингли остануваат студени бидејќи магнетното поле не ги распознава. Тестирањата докажале дека за да се активира индуктивната рингла, на неа треба да се постави тенџере со минимален дијаметар од 21 до 22 сантиметри или тава со минимум 9 до 11 сантиметри.

Слаба страна на индуктивните плоти е дефинитивно цената. Дополнителен трошок кој многу луѓе го забораваат е набавката на садови за готвење кои можат да се препознаат од натписот или етикетата на дното на садот. Меѓу вознемирувачките фактори треба да се посочи зуењето за време на работата, најизразено за време на греењето, но не се сите исти. Звукот зависи и од квалитетот на садот.

ИНДУКЦИЈАТА И ЗДРАВЈЕТО

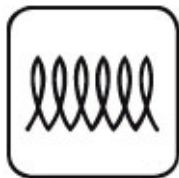
Направени се многу студии за влијанието на индукцијата врз здравјето, но наодите не го запреле развојот. Сепак, се даваат одредени препораки кои се во насока на зачувување на здравјето, како:

- Секогаш да се користи сад за готвење наменет за употреба на индуктивна плотна за готвење. Ако садот е наменет за употреба на индуктивна плотна за готвење, има соодветна ознака на дното.
- Садот за готвење треба да биде со соодветна големина за секоја рингла. Секогаш треба да се става на средина на ринглата. Зрачењето ќе биде помало и ќе се обезбеди висока ефикасност.
- За да се спречи индукција на дополнителни струи во телото, за време на готвењето да не се употребува метален прибор.
- Иако истражувањата укажуваат на доволно високо ниво на имунитет на пејсмејките или дефибрилаторите на нарушувања како резултат на надворешни полиња, оние кои ги имаат треба да се консултираат со лекар пред да користат индуктивна плоча за готвење.

ВОДАТА НАЈБРЗО ЗОВРИВА НА ИНДУКЦИЈА

Победник во брзината на готвење е индукциската плоча за готвење, водата зоврива побрзо отколку кај класичната електрична плоча, а најмногу време е потребно кога се користи гас.

Потребно време да зовријат 1,5 литри вода:



5 – 8 минути



7 – 10 минути



13 – 14 минути

ПРАВА ОД ГАРАНЦИЈА И СЕРВИСИРАЊЕ

Зголемениот обем на претставки во нашето советување за остварување на правата од гаранција и сервисирање не поттикна да спроведеме онлајн анкета и да утврдиме каде најчесто се јавуваат проблемите.

Дури 70% од испитаниците одговориле дека се соочиле со некаков проблем со правата од гаранцијата и сервисирањето, а само 30% немале никаков проблем со остварувањето на овие права. Овие негативни искуства на потрошувачите соодветствуваат со статистичките показатели од нашето советување во однос на примените претставки, особено во поглед на гаранцијата и сервисирањето на белата техника и другите технички производи.

Сте имале ли проблем со правата од гаранцијата и сервисирањето?

Од вкупниот број одговори од потрошувачите согледуваме дека тие се соочуваат со следните негативни искуства во остварувањето на правата од гаранција и сервисирање:

- Непризнавање на гаранцијата за одредени делови од производот од страна на сервисерот (40%);

- Долгиот период на чекање сервисерот да дојде и да го поправи производот во домот (18%);
- Држење на производот во сервисот повеќе од 30 дена (13%);
- Неиздавање гарантен лист при купување на производот (10%);
- Неисполнување на обврската кога производот се расипал и по четврти пат, а после три сервисирања треба да добијат нов производ или да им бидат вратени парите (8%);
- Неиздавање сервисен налог за извршено сервисирање (6%);
- Одбивање производот да се сервисира иако е во гарантен рок (5%).

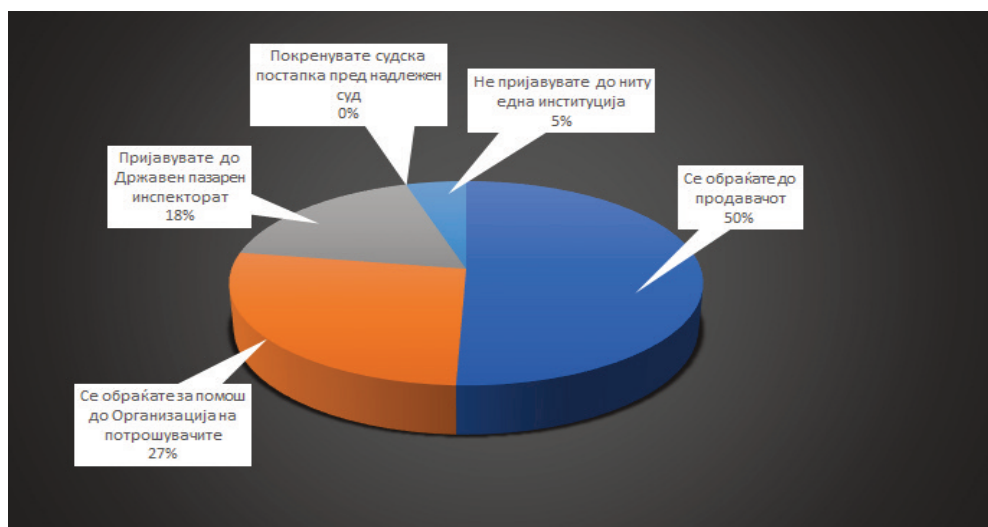


Потрошувачите коишто се соочиле со проблеми при остварувањето на нивните права од гаранција и сервисирање на купен производ, најчесто се решиле да пријават кај продавачот, па така, дури половина од испитаниците се одлучиле на



овој чекор. Потоа следува Организацијата на потрошувачите на Македонија (27%), Државниот пазарен инспекторат (18%), додека, пак, само 5% се изјасниле дека не пријавуваат до

ниту една институција. Потрошувачите не се подготвени да поведат судска постапка за да ги остварат своите права поврзани со гаранција и сервисирање.



Член 22- Гаранција и сервисирање

Трговецот е должен, согласно со техничките прописи со кои се определуваат производите за кои производителот, увозникот, односно застапникот на странска фирма мора да издаде гаранција за квалитетот, односно за исправното функционирање на производот, документ за начинот на употреба на производот, да обезбеди сервис за одржување и поправка и снабдување со резервни делови во гарантниот рок. Трговецот е должен најмалку за пет години од денот на производството на производот, но не помалку од две години од денот на истекот на гаранцијата на производот, да обезбеди резервни делови.

Во согласност со потрошувачот, производот може да се сервисира најмногу три пати во рамките на гарантниот рок и доколку не се поправи производот, потрошувачот има право да бара од трговецот да го замени со ист таков нов и исправен производ или да му го врати платениот износ на потрошувачот за купениот производ. Потрошувачот нема право да бара замена на производот или враќање на платениот износ согласно со ставот 1 на овој член доколку недостатокот што се сервисира е минимален, односно не влијае врз квалитетот и перформансите на основната функција на производот.

Производителот е должен да се придржува на обврските од гарантниот лист. Гаранцијата содржи: - фирма, односно назив и седиште на давателот на гаранцијата; - податоци за производот со кој се идентификува производот; - изјава за гаранцијата и за условите на гаранцијата; - траење на гарантниот рок; - рок во кој трговецот е должен да постапи по барањето на корисникот на гаранцијата и да ги отстрани дефектите и недостатоците на производот; - фирма, односно назив и седиште на трговското друштво или друго правно или физичко лице што производот го продал на мало, датум на продажбата, печат и потпис на овластениот работник; - изјава дека потрошувачот ги има законските права кои произлегуваат од националното законодавство кое ја регулира продажбата на производите и дека овие права не се загрозени со гаранцијата.

Трошоците за материјалот, резервните делови, работата, преносот и превозот на производот што настануваат при отстранување на дефектите, односно замената на производот со нов производ врз основа на гаранцијата, паѓаат на товар на давателот на гаранцијата. Документите од ставот 1 на овој член мора да бидат напишани јасно и читливо на македонски јазик и кирилско писмо, што не ја исклучува можноста за истовремена употреба и на другите јазици и знаци лесно разбирливи за потрошувачот.

Член 48 - Рокови и начин на отстранување на недостатоците

Недостатоците кои се откриени од страна на потрошувачот, трговецот мора да ги отстрани во рок од 30 дена од моментот на поднесувањето на барањето од страна на потрошувачот или по добирањето на решението од надлежниот инспекциски орган со кое е наредено трговецот да ги отстрани недостатоците во определен рок.

За производите кои служат за потрајна употреба, трговецот е должен, по приемот на барањето од потрошувачот, веднаш да му достави соодветен производ кој потрошувачот ќе го користи за време на поправката на производот.

Во случај на отстранување на недостаток на производот, гарантниот рок се продолжува за време во кое производот не е користен. Ова време се пресметува од денот на барањето на потрошувачот за отстранување на недостатокот. Во случај на отстранување на недостатоци со замена на производот кој се склопува или е составен дел на производот за кој се утврдени гарантни рокови, гарантниот рок за новиот производ почнува да тече од денот кога на потрошувачот му е испорачан производот чиј недостаток се отстранува.

СОВЕТУВАЊА НА ПОТРОШУВАЧИ

Организацијата на потрошувачи на Македонија им пружа совети на потрошувачите во рамките на советувањето кое функционира во седиштето на организацијата во Скопје. Ова советувајште е во постојан контакт и соработка со советувајштата раководени од потрошувачките организации на Тетово, Битола, Охрид, Штип и Кочани.



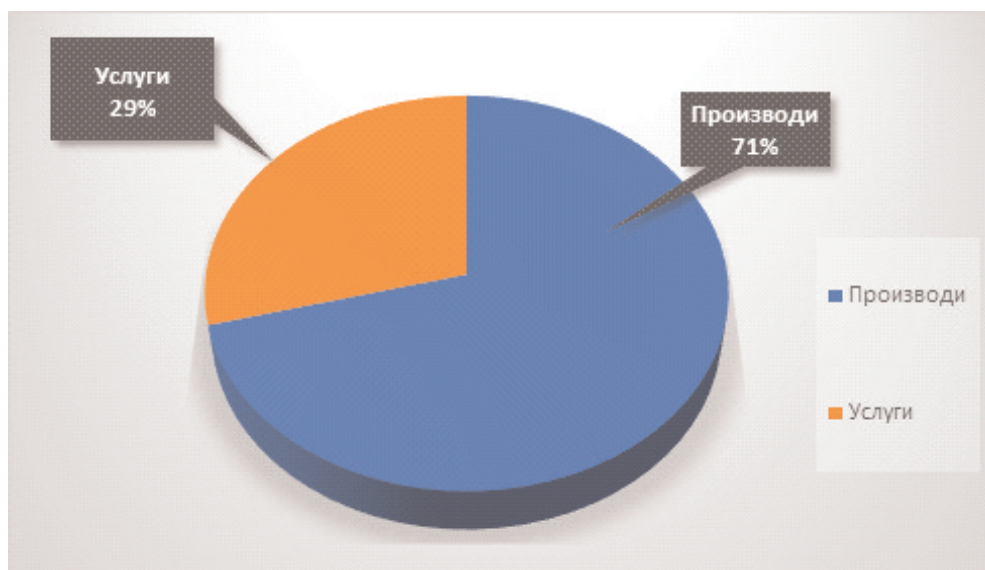
Во периодот јануари-септември 2020 година, примени се вкупно **1787** поплаки од потрошувачи. Најголем број поплаки (**1093**) беа примени во Скопје, каде што покрај потрошувачите на Град Скопје, се јавуваат и потрошувачи од други градови во РС Македонија. Организациите на потрошувачи од другите градови во наведениот период примиле **694** поплаки од потрошувачи.

Во делот на производите, најзастапени беа проблемите со производи од бела техника (машини за перење, сушење и садови, шпорети и фрижидери); технички апарати (телевизори, мобилни телефони и лаптоп компјутери); производи за домот (мебел). Поконкретно, потрошувачите најчесто се соочуваа со: неоства-



Најголем број од поплаките примени во советувајштето во Скопје, односно 71 % се однесуваа на купување на производи, додека, пак, во делот на услугите беа примени околу 29% од вкупниот број на поплаки.

рување на правата од гаранција и сервисирање на производите; неможност да го заменат производот и/или да им се вратат парични средства (продавачот не прифатил да го врати производот кој не му одговара на потрошувачот



по боја, форма, големина, во законскиот рок од 15 дена, иако истиот ги исполнува законските услови за враќање); купувањето производ со скриен недостаток; непризнавање на рекламации; долг рок на испорака и сл.

Во делот на интернет-купувањето, најголем дел од проблемите се однесуваат на нелегалната Фејсбук продажба и продажбата преку другите социјални медиуми, каде што потрошувачите се измамани од нелегалните/нерегистрираните трговци и потоа кај истите не можат да го вратат или заменат некавалитетниот или оштетен производ. Во вакви случаи потрошувачите се упатени да се обратат до Државниот пазарен инспекторат (ДПИ) и МВР-Сектор за компјутерски криминал. Сепак, напоменуваме дека можноста да ги остварат своите права е мала поради фактот што не им се издадени фискални сметки или гаранција за исправно функционирање на производот од страна на фиктивните продавачи.

Кога се работи за услугите, најчестите проблеми се однесуваат на туристичките патувања, односно ваучерите кои се доделуваат за откажаните патувања поради Корона вирусот, а некои потрошувачи ни пријавуваат дека не добиле ваучери како гаранција за уплатените средства. Во овие случаи беа доставени пријави до ДПИ или потрошувачите беа упатувани да поведат судска постапка. Во делот на јавните услуги, најзастапени беа проблемите со високи сметки за електрична енергија, високи сметки за телекомуникациските услуги и незадоволство од квалитетот на интернет-услугите на операторите. Кај финансиските услуги, значаен број поплаки пристигнаа за финансиските друштва, а се однесуваат на проблемите со високите трошоци кај брзите кредити, а имаше и поплаки кои се однесуваат на проблемите при одложувањето на отплатата на кредити од банките поради Корона кризата. Како најмалку застапени во делот на услугите беа проблемите со здравствените услуги и домувањето.

БРЗИ ПОТРОШУВАЧКИ КРЕДИТИ - РЕШЕНИЕ

ЗА ВАШИТЕ ПРОБЛЕМИ ИЛИ ИЗВОР НА НОВИ ПРОБЛЕМИ

Проф. д-р Јадранка Дабовиќ Анастасовска

Честопати потрошувачите се наоѓаат во дилема дали потребата за дополнителни парични средства треба да ја решат со задолжување преку **брзи потрошувачки кредити**. Понекогаш ни се потребни дополнителни пари за да си дозволиме нешта што го прават животот подобар - затоа што животот е премиера, а кешот е потребен од многу причини: годишен одмор, второ лекарско мислење, образование, итн. Ваков кредит се зема поради брзината и едноставноста на одобрувањето; фактот дека можат да го добијат и лица кои немаат многу висок кредитен рејтинг; стравот од банките што се доживуваат како некој што ве скенира и бара премногу документи; кога решението не се наоѓа во зголемување на дозволиениот минус; и во фактот дека доколку позајмите од пријателите, тие ќе знаат дека сте во лоша финансиска состојба.

Што подразбираме под задолжување со брз кредит? Тоа е позајмица на определена сума пари која најчесто не е многу голема, која треба да се врати за покус период и за која не се потребни вообичаените банкарски процедури. Во моментов во нашата држава 29 компании имаат лиценца да даваат вакви кре-



дити. Потрошувачите се преплавени со голем број на рекламни пораки преку различни медиуми

- телевизија, радио, дневни, неделни, месечни или други списанија.

Често, ваквите кредити се нудат преку интернет и социјалните мрежи и со СМС пораки. На потрошувачите им се нуди да си дозволат поудобен живот или да ги решат своите проблеми со брз кредит - под актуелни слогани како што е, на пример, „ресетирај се“. Ве известуваат дека е доволно да имате лична карта и да побарате од компанијата која дава вакви кредити определена сума пари. Ви се укажува дека не мора да одите на шалтер во банката и дека тоа можете да го направите од удобноста на својот дом со интернет-апликација или преку СМС порака од мобилниот телефон. Рекламните слогани кои одат при нудење на ваквите кредити се осмислени да го наведат потрошувачот полесно да се реши на ваквото задолжување. Така, во рекламните пораки стои дека каматата е 0% или дека нема дополнителни трошоци, но, на пример, не се кажува ништо за провизијата која се одбива од сумата која се дава како кредит.

Брзите кредити добиваат на актуелност и во состојбата која го опфати светот - глобалната

пандемија. Од една страна, потрошувачите се исплашени за своето здравје, од друга страна, економската криза, која настанува во услови на пандемија, доведува до потреба од дополнителни пари за одредени потреби, особено во услови кога дел од населението работи со скратено време или останува без работа. Во вакви тешки и несигурни услови, отежнато е добивањето на кредити од банките, исто така, при намалување на редовните приходи не се добива ни можност за зголемување на дозво-лениот минус на кредитните картички. Оттука, и покрај економската несигурност, кога потрошувачот смета дека му треба дополнителна сума пари може да се реши да посегне кон

некој од овие добро
рекламирани



брзи кредити и да донесе некогаш не сосема промислена економска одлука. Така, потрошувачите се преплавени со пораките како: „Сигурен извор на пари без чекање“, „Брз кеш кредит од 20 000 денари со 0% трошоци“, „Кеш на рака за 15 минути - брзи кредити до 100 000 денари“, „За сите ваши потреби - брзо и лесно до финансиски средства - аплицирај во три чекори“, „Кредити за секоја твоја желба“, „Потребни ви се пари - 50% попуст на првиот кредит“, „Зем и уживај брз онлајн кредит за секој од вас“, „Брз кредит за уште побрз велосипед“, итн.

Ако не можете да си дозволите зголемување на дозво-лениот минус на вашите кредитни картички и ако не можете да почекате да по-минат банкарските процедури за да добиете

банкарски потрошувачки кредит, брзиот и лесен начин на кој се добиваат ваквите кре-дити може да ви значи решавање на вашиот проблем. Но, сепак, би ве посветувале да вни-мавате при донесувањето на одлуката и да размислите дали ви е толку неопходно тоа за што сакате да ги потрошите парите! Брзите по-трошувачки кредити се поскапи.

Најдобро е да ги споредите понудите преку стандардните податоци кои се должни да ги дадат давателите на кредит во преддоговор-ната фаза како што се: износот на кредитот и трошоците за кредитот, стапката на вкупни трошоци - единствениот износ кој е составен од вкупните трошоци на кредитот, вклучувајќи ги каматите, провизијата, даноците и сите оста-нати надоместоци; бројот и зачестеноста на плаќањето на ратите и вкупната сума на сите рати, како и укажување за сите правни аспекти за повлекување од договорот, раскинување на договорот и последиците од неисполнувањето, доцнење или предвремено исплаќање на кре-дитот. Имајќи ги предвид овие податоци во стандардните обрасци кои се даваат во пред-договорната фаза ќе можете да ги споредите различните понуди. Ако давателот на кредит не ви понудил ваков образец, побарајте го вие.

Доколку се предомислувате за договорот за кредит којшто веќе сте го потпишале, или сте разбрале дека кредитот, всушност, и не ви е толку неопходен, во рок од 14 денови по склучувањето на договорот можете да се отка-жете или да се повлечете од договорот. На да-вателот на кредитот не му должите за ова никакво објаснување, но морате да ги вратите парите кои сте ги примиле, со камата и сите неповратни трошоци кои давателот на креди-тот веќе ги платил.

Доколку сакате кредитот да го отплатите пред рокот наведен во договорот, треба да знаете дека имате право тоа да го направите. Во ваков случај можеби за вас ќе произлезе об-

врска на давателот на кредитот да му ја надоместите загубената добивка. Тоа не смее да го надмине вкупниот износ на каматите кои би ги должеле.

Потрошувачите треба да бидат особено претпазливи при подигање на „брзи“ кредити по пат на интернет или СМС-пораки ако од нив се бара да дадат лични податоци, особено број на лична карта, единствен матичен број, а во некои случаи се бара и давање на слика или скен од личната карта. Во вакви случаи добро е претходно да проверите дали огласувачот на брзите кредити кој се огласува на социјалните мрежи има лиценца-дозвола легално да дава кредитни услуги во нашата држава

- вакви податоци можете да обезбедите во Министерството за финансии и во Министерството за економија. Доколку компанијата не е регистрирана, не препорачуваме да склучувате договори со овие компании.

Внимателно прочитајте го договорот и општите услови на договорот што се објавуваат на веб-страниците на компаниите кои даваат кредити, а овие општи услови се составен дел на самите договори.

Често во нив се кријат определени замки кои договорната страна - давател на кредит може да ги осмисли затоа што овие договори се од видот „земи или остави“, на кои ние, како потрошувачи, не можеме да делуваме.

Понекогаш некои од клаузулите на општите услови на договорот се нечесни договорни клаузули и се ништовни. Заштитата на потрошувачите од нечесни договорни клаузули се постигнува првенствено со **индивидуална парнична постапка**. Притоа правната заштита се постигнува на неколку начини. Прво, зашти-

тата се постигнува со **поднесување на поединечна деклараторна тужба** од страна на потрошувачот, со која се бара огласување на конкретната договорна одредба за ништовна, имајќи ја предвид нејзината нечесност. Вториот механизам подразбира поднесување на **деклараторна противтужба или приговор од страна на потрошувачот**, во парница во која трговецот го тужи потрошувачот, најчесто за исполнување, и со противтужбата или приговорот тврди дека постои нечесност и со тоа ништовност на договорната клаузула. Конечно, **третата и најмалку применлива опција е судот да постапи по службена должност**, без оглед на предметот на спорот и тужбеното барање,

да ја огласи конкретната одредба за ништовна. Македонските судови немаат ваква практика.

Меѓу основните права на потрошувачите се правото тие да бидат точно информирани и нивните економски права да бидат заштитени. Потрошувачот не смее под

влијание на нечесна трговска практика и со внесување на нечесни договорни клаузули да биде натеран да донесе непромислена економска одлука.

Доколку во општите услови на договорот сретнете ваква клаузула:

„Кредитобарателот - да ги сноси сите трошоци поврзани со неисполнувањето на својата обврска за кредитот, предвидени во Договорот и овие ОУ, вклучувајќи, но не само, трошоци за покани за доброволно исполнување, посети на лице место, телефонски повици, државни такси, адвокатски хонорари, патни и други трошоци;“ - знајте дека оваа клаузула е крајно неповолна за вас и е нечесна затоа што оваа облигација е неопределена и ниту вие, ниту кој



било може да знае што сè може да биде ставено на ваш трошок.

Како особено неповолна и нечесна се смета и оваа клаузула:

„Потрошувачот, по потпишувањето на договорот или најдоцна во рок од три дена од потпишувањето, е должен да му обезбеди на Кредиторот две физички лица - гаранти, од кои секое да ги исполнува следните услови: да обезбеди известување на работодавачот за висината на платата која не може да биде помала од нето-износот од 60 000 денари; да работи на неопределено време; да не е потрошувач или гарант на друг договор за паричен заем склучен со тоа финансиско друштво; да нема неплатени придонеси за последните две години и да нема обврски и кредити кон други банкарски и финансиски институции. Доколку потрошувачот не му обезбеди на Кредиторот две физички лица - гаранти согласно став 1 од овој член, Кредиторот има право да му наплати на потрошувачот надоместок за неисполнување на обврска од договорот.“



Водете сметка за клаузулите за договорот и за обврските што ви се наметнуваат

Брзите потрошувачки кредити во Република Северна Македонија се уредени со Законот за облигационите односи, Законот за заштита на потрошувачите, Законот за заштита на правата на потрошувачите при договори за потрошувачки кредити и двете Уредби со законска сила на Владата на Република Северна Македонија со кои се извршени измени на Законот за заштита на правата на потрошувачите при договори за потрошувачки кредити. Кога ќе се решите за ваков кредит, а сметате дека ви наметнува големи обврски, консултирајте адвокат или прочитајте ги законските норми со кои се уредени овие договори.

Законот за облигационите односи е генерален општ закон во однос на другите споменати закони. Овој Закон се применува на сите договори и тоа и на потрошувачките договори, договорите во кои на една страна е физичко лице, а на другата страна трговец.

Овој Закон е особено битен затоа што со него се уредува слободата на договарањето; начелото на совесност и чесност; начелото на еднаква положба на страните во облигационите односи; начелото на еднаква вредност на давањето; начелото на забрана на злоупотреба на правото. Сите овие начела доаѓаат до израз кога има потреба од толкување на договорите затоа што тие не се толкуваат низ призмата на она што договорните страни го напишале во договорот, туку и низ светлото на начелата на облигационото право. Во овој Закон е уредена формата, толкувањето на договорите, причините и последиците од ништовноста, рушливоста и раскинувањето на договорите.

Во овој Закон се уредени договорот за заем и договорот за кредит.

Кога станува збор за прекумерното оштетување и очигледниот несразмер на давањата на двете страни и последиците од заблудата за економската вредност на давањата, повторно решението го наоѓаме во Законот за облигационите односи.

Лихварските договори и правните последици од склучувањето на овие договори се уредени со Законот за облигационите односи.

Законот за заштита на потрошувачите го уредува преддоговорното информирање на потрошувачите, правото на повлекување на потрошувачот во рок од 14 дена и правата и обврските на трговците-даватели на кредити за известување за ова право и последиците од недавањето на ваквата информација.

Овој Закон уредува што е нечесна деловна практика, ги дефинира измамничката деловна практика, агресивната деловна практика, практиките кои сами по себе се сметаат за нечесни, како и оние практики кои придонесуваат потрошувачот да донесе непромислена економска одлука која не би ја донел да не бил под влијание на однесувањето на трговецот.

Законот за заштита на потрошувачите при договорите за потрошувачки кредит ја уредува транспарентноста на овие договори и обврските на давателите на кредит. Овој Закон содржи правила за рекламирањето на потрошувачките кредити и од 2019 година со членот 20-а го ограничува максималниот износ на стапката на вкупни трошоци (CBT) која не смее да биде повисока од петкратниот износ на казнената каматна стапка.

Ако ги анализираме понудените општи услови на договорите за брзите кредити можеме да препорачаме зголемено внимание, затоа што постојат голем број на замки. Брзите кредити навистина можат да ни помогнат кога ни се потребни пари во краток временски период. Сепак, пред да се одлучиме за земање на кредит, треба да размислиме дали со тоа премногу се задолжуваме и ни се наметнуваат големи трошоци, сè под наметката на лесно и брзо. Многу често, особено во кризни ситуации, брзите кредити не се решение на проблемот, туку, напротив, извор на нови проблеми.



ЗАШТИТА

НА ЛИЧНИТЕ ПОДАТОЦИ НА

ПОТРОШУВАЧИТЕ



Маријана Марушиќ Кос,
адвокат и експерт за заштитата на лични податоци

Целта на овој текст е да го сврши вниманието на граѓаните на заштитата на личните податоци на потрошувачите и на обврските на трговците при собирање и обработка на нивните лични податоци.

Поради брзото темпо на живот, интернетот, електронската пошта и паметните телефони, им се овозможуваат на современите потрошувачи активно¹ рават купувањето и комуникацијата многу полесни и поудобни, но во исто време овие активности ги зголемуваат можностите за неовластено откривање и злоупотреба на личните податоци.

Новиот Закон за заштита на личните податоци¹ (во натамошниот текст: ЗЗЛП), донесен во февруари оваа година, е усогласен со Општата регулатива за заштита на личните податоци на Европскиот парламент и на Советот (ЕУ) 2016/679.²

Во рок од 18 месеци од влегувањето во сила на новиот ЗЗЛП, односно најдоцна до

24.08.2020 година, требаше да се исполнат следните обврски:

- контролорите³ во јавниот и приватниот сектор да го усогласат своето работење со новиот ЗЗЛП,
- законите и другите прописи со кои се регулира обработката на личните податоци да се усогласат со новиот ЗЗЛП,
- директорот на Агенцијата за заштита на лични податоци да ги донесе подзаконските акти кои произлегуваат од новиот ЗЗЛП. По големиот дел од подзаконските акти се веќе донесени и објавени.⁴

Што е личен податок и обработка на лични податоци?

Личен податок е информација која се однесува на идентификувано физичко лице или физичко лице кое може да се идентификува. Лице кое може да се идентификува е лице чиј идентитет може да се утврди директно или ин-

1) „Службен весник на РСМ“ бр.42/2020

2) Регулотива (ЕУ) 2016/679 на Европскиот парламент и на Советот за заштита на физички лица во поглед на обработката на лични податоци, за слободно движење на таквите податоци и за укинување на Директивата 95/46/ЕЗ од 27 април 2016 година

3) Контролор е физичко или правно лице, орган на државната власт, државен орган или правно лице основано од државата за вршење на јавни овластувања, агенција или друго тело, кое самостојно или заедно со други ги утврдува целите и начинот на обработка на личните податоци, а кога целите и начинот на обработка на личните податоци се утврдени со закон, со истиот закон се определуваат контролорот или посебните критериуми за негово определување.

Во продолжение на текстот, се користи терминот трговец како контролор на лични податоци

3) „Службен весник на РСМ“ бр.122/2020

директно, врз основа на матичен број на граѓанинот или врз основа на едно или повеќе обележја специфични за неговиот физички, физиолошки, ментален, економски, културен или социјален идентитет.

Покрај име, презиме, адреса, телефонски броеви, идентификациски броеви, лични податоци се и фотографии, глас, навики, економска состојба, број на адреса на интернет протокол, итн. Повисоко ниво на заштита уживаат посебните категории на лични податоци или чувствителни лични податоци, и тоа: податоци кои го откриваат расното или етничкото потекло, политичките ставови, верските или филозофските убедувања или членството во синдикални организации, генетски податоци, биометриски податоци, податоци што се однесуваат на здравјето или податоци за сексуалниот живот или сексуалната ориентација на физичкото лице.

Под **обработка на личните податоци** се подразбира операција или збир на операции што се изведуваат врз личните податоци на автоматски или друг начин како што е: собирање, евидентирање, организирање, чување, приспособување или промена, повлекување, консултирање, употреба, откривање преку пренесување, објавување или на друг начин правење достапни, изедначување, комбинирање, блокирање, бришење или уништување.

Кои начела треба да ги почитува трговецот при обработка на личните податоци на потрошувачите?

ЗЗЛП предвидува седум начела поврзани со обработката на личните податоци, кои треба да ги почитува секој трговец. Само доколку се почитуваат сите седум начела, се смета дека обработката на личните податоци е усогласена со закон.

Податоците треба да се обработуваат законито, правично и

транспарентно - **законитост, правичност и транспарентност**, да се собираат за конкретни, јасни и легитимни цели - **ограничување на целите**, да се соодветни, релевантни и ограничени на целите заради кои се обработуваат - **минимален обем на податоци**, да се точни и ажурирани - **точност**, да се чувани до исполнување на целта заради којашто се собрани - **ограничување на рокот на чување** и да се обработуваат на начин кој обезбедува соодветно ниво на безбедност на личните податоци, со примена на соодветни технички или организациски мерки - **интегритет и доверливост**. Согласно со последното начело, трговците кои обработуваат лични податоци, освен што имаат обврска да го усогласат своето работење со прописите за заштита на личните податоци, имаат и обврска да ја демонстрираат усогласеноста со погоренаведените начела - **отчетност**.

Секој трговец кој врши обработка на личните податоци на своите потрошувачи, треба да изработи соодветна информација која ќе ја објави на својата веб-страница, а во која ќе објасни:

- кои се целите и правната основа за обработка на личните податоци;



- кои категориите на лични податоци се обработуваат;
- дали податоците се даваат на корисници на лични податоци;
- дали се врши пренос на лични податоци во странство;
- во кој временски период се чуваат личните податоци;
- кои се правата на потрошувачите;
- доколку обработката на личните податоци се заснова на согласност, постоење на право за повлекување на согласноста во кое било време и
- право на поднесување барање до Агенцијата за заштита на личните податоци.

Кои се правните основи за обработка на личните податоци?

Обработката на личните податоци е законита само доколку има соодветна правна основа. За обработката на личните податоци да биде законита, доволно е да има една правна основа.

Правните основи за обработка на лични податоци се:

- исполнување на законска обврска на трговецот (пример: обработка на личните податоци на потрошувачите на електрична енергија врз основа на Законот за енергетика);
- согласност на потрошувачот (пример: вршење на директен маркетинг, учество во наградна игра, одговарање на анкетен прашалник);
- исполнување на договор каде што потрошувачот е договорна страна (пример: договор за потрошувачки кредит, договор за членство во клуб на лојалност);
- легитимен (законит) интерес на трговецот или на трето лице, при што легитимниот ин-

терес треба да преовладува над интересите или основните права и слободи на потрошувачите (пример: профилирање);

- заштита на суштинските интереси на потрошувачот или на друго физичко лице (пример: обработка на податоци во услови на пандемија) и
- извршување на работи од јавен интерес (пример: автомобилска компанија која продава возила од одредена марка, ги контактира сите сопственици на конкретен тип возило откако е објавено дека сите произведени возила од тој тип, во дефиниран временски период имаат сервиска грешка).

Правната основа за обработка на личните податоци треба да се определи пред почетокот на обработката на податоците.

Дали потрошувачите се запознаени со правото на заштита на личните податоци?

Кај потрошувачите сè повеќе јакне свеста за заштитата на личните податоци и за нивните права кои произлегуваат од ЗЗЛП. Ова особено затоа што Организацијата на потрошувачите е ефикасна во информирање на потрошувачите за нивните права, вклучително и за правото на заштита на личните податоци, како и во давање помош за нивното остварување.

Кои се правата на потрошувачите согласно со ЗЗЛП?

Право на информирање - Потрошувачот има право да биде информиран кои податоци трговецот ги собира за него, за кои цели ги обработува, колку долго ги чува и дали ги открива на трети страни. Информацијата што трговецот ќе ја подготви за потрошувачите треба да биде концизна и напишана на обичен јазик.

Право на пристап - Потрошувачот има право да поднесе барање за пристап до неговите



лични податоци. Ова право му овозможува да добие информација за податоците кои се обработуваат за него и да провери дали таа информација е точна и ажурирана. Трговецот има обврска да постапи во однос на барањето во рок од еден месец, а во случај на комплексност на барањето, најдоцна во рок од три месеци.

Право на исправка - Ако потрошувачот открие дека личните податоци што за него ги обработува трговецот не се точни или не се целосни, може да побара нивна исправка. Потрошувачот обично станува свесен за неточните или нецелосните податоци по остварувањето на правото на пристап. И во овој случај, трговецот има обврска да постапи по барањето во рок од еден месец, а во случај на комплексност на барањето, најдоцна во рок од три месеци.

Право на бришење („право да се биде заборавен“) - Потрошувачот може да побара трговецот да ги избрише неговите лични податоци ако податоците веќе не се потребни, односно престанала целата заради која биле обработувани, ако потрошувачот ја повлекол согласноста за нивна обработка, ако податоците биле незаконски обработувани или повеќе не е исполнета правната основа за нивна обработка.

Право на ограничување на обработката - Потрошувачот може да побара трговецот да ја ограничи обработката на личните податоци. Ова право е алтернатива на правото на бри-

шење на податоците и може да се оствари ако потрошувачот ја оспорува точноста на неговите лични податоци, во периодот додека трговецот не ја потврди нивната точност, ако обработката е незаконита, но потрошувачот се спротивставува на бришењето, а наместо тоа бара ограничување на обработката или ако податоците веќе не му се потребни на трговецот, но потребни му се на потрошувачот за остварување на неговите правни барања.

Право на преносливост на податоците - Потрошувачот има право да ги добие од трговецот неговите лични податоци во структуриран, вообичаено користен и машински читлив формат и истите да ги пренесе на друг трговец, без пречување од страна на трговецот на кој првобитно му ги дал. Ова право е применливо кога се врши обработка на лични податоци врз основа на согласност или договор и кога обработката се врши со автоматизирани средства (пример: правото на преносливост може да се примени за пренесување на наслови на книги од една во друга електронска библиотека, за пренесување на податоци од паметен мерач на потрошувачка на енергија, пренос на здравствена документација од еден на друг лекар).

Право на приговор - Потрошувачот има право на приговор врз основа на конкретна ситуација поврзана со него, ако обработката на неговите лични податоци се заснова на јавен или легитимен интерес, вклучувајќи и профилирање,

понатаму ако обработката на личните податоци се врши за цели на директен маркетинг и профилирање поврзано со директниот маркетинг или за цели на научни или историски истражувања или за статистички цели.

Права поврзани со автоматско донесување одлуки, вклучително и профилирање - Потрошувачот има право да бара да не биде предмет на одлука заснована единствено на автоматска обработка на податоци, вклучувајќи и профилирање, без човечка интервенција, ако таа одлука предизвикува правни последици за него. Постојат строги правила за овој вид обработка на личните податоци. Потрошувачот има право да ја оспори ваквата обработка и да побара нејзино преиспитување.

Трговците кои ги следат примерите на добра пракса, на својата веб-страница ќе постават електронски обрасци преку кои ќе им овозможат на потрошувачите да поднесуваат онлајн барања за остварување на нивните права. За потрошувачи кои не користат интернет, трговците треба да обезбедат и хартиени обрасци за лично поднесување на барањата.

КУПУВАЊЕ ПРЕКУ ИНТЕРНЕТ, ДИРЕКТЕН МАРКЕТИНГ, НАГРАДНИ ИГРИ, АНКЕТНИ ПРАШАЛНИЦИ И КАРТИЧКИ ЗА ЛОЈАЛНОСТ

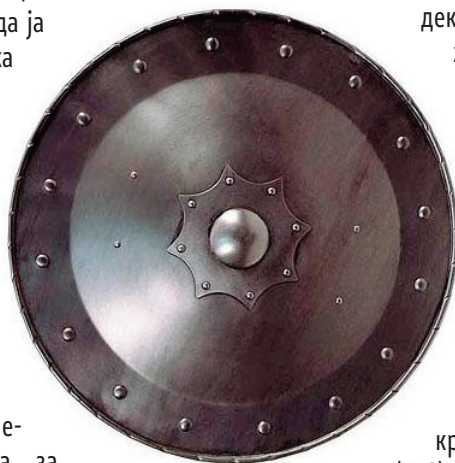
Во продолжение следува кратка анализа на некои вообичаени практики (купување преку интернет, вршење на директен маркетинг, учество во наградни игри, одговарање на анкетни прашалници и користење на картички за лојал-

ност) преку која се претставени правилата за заштита на личните податоци на потрошувачите, опасностите од неовластено откривање и злоупотреба на нивните лични податоци и е даден совет како тоа да се спречи.

Купување преку интернет

Како потрошувачите да знаат дека веб-страницата е безбедна?

Потрошувачите никогаш не можат да бидат целосно сигурни дека веб-страницата на конкретен трговец кој нуди стоки и услуги преку интернет е безбедна, но сепак постојат одредени показатели кои укажуваат дека веб-страницата овозможува безбедно и криптирано поврзување како што е ознаката https, наместо http одреденица. Оваа ознака покажува дека се применуваат посебни методи и мерки за заштита на веб-страницата, односно се користи https протокол - криптографски протокол (TLS).



На што треба да внимаваат потрошувачите кога купуваат преку интернет?

Потрошувачите треба да бидат многу претпазливи при откривање на личните податоци кога купуваат стоки и услуги преку интернет.

Хакерите добиваат податоци за идентификација на потрошувачот и за авторизација на плаќањето. Во случај кога хакерот ќе ги добие личните податоци на потрошувачот, се прикажува како да е потрошувачот (кражба на идентитет) и во негово име склучува договори кои можат сериозно долгорочно да го оптоварат потрошувачот.

Директен маркетинг

Директен маркетинг е секој вид на комуникација остварена на кој било начин според најновите технолошки достигнувања, а со цел испраќање на рекламна, маркетиншка или пропагандна содржина која е насочена директно до одреден потрошувач, како и обработка на лични податоци која вклучува и профилирање до оној степен до кој тоа е поврзано со овој вид на комуникација.

Потрошувачите се жалат дека во поштенските сандациња добиваат рекламни и маркетиншки содржини кои се директно адресирани до нив, како и дека многу често ги контактираат трговци кои нудат стоки и услуги преку електронска адреса или телефон. Прашањето кое го поставуваат е: Дали и кога трговците имаат право директно да ги контактираат со рекламни и маркетиншки пораки?

Трговците имаат право да вршат директен маркетинг врз потрошувачите (испраќање рекламна, маркетиншка или пропагандна соржина по пошта, преку електронска адреса или телефон), директно насочена кон потрошувачите, само врз основа на нивна претходна согласност.⁵

При вршење на директен маркетинг, врз основа на претходно дадена согласност од страна на потрошувачот, трговецот може да ги обработува следните лични податоци:

- име и презиме;
- адреса на постојан или привремен престој;
- електронска адреса и/или телефон.

Овие податоци се соодветни за остварување на конкретната цел. Останатите податоци кои

ги обработува трговецот во збирките на лични податоци за потрошувачите, не може да се користат за маркетиншки и рекламни цели. Ова произлегува од начелата за ограничување на целите и минимален обем на податоци, согласно со што податоците се обработуваат за конкретна и јасна цел и треба да се соодветни, релевантни и ограничени на целта поради која се обработуваат.

Согласноста за вршење на директен маркетинг може да се повлече во секое време.

Наградни игри

При учество во наградни игри, потрошувачите треба да имаат предвид дека организаторот на наградната игра може да ги бара само личните податоци кои се потребни за конкретната цел и кои се соодветни, релевантни и ограничени на целта поради која се обработуваат. За учество во наградна игра, трговецот може да ги побара од потрошувачот следните лични податоци:

- име и презиме;
- адреса на постојан или привремен престој;
- електронска адреса и/или телефон.

Објавувањето на личните податоци на добитник на награда е дозволено само врз основа на негова претходна согласност, а по завршувањето на наградната игра, личните податоци на учесниците не смеат да се чуваат ниту да се користат за испраќање на рекламни или маркетиншки содржини, ако не е обезбедена согласност за тоа.

Организаторот на наградната игра може да побара матичен број само од добитникот на на-

⁵ Согласноста треба да биде јасна и недвосмислена, слободно дадена, специфична за конкретна цел (експлицитно да биде наведена целта – вршење на директен маркетинг) и информирана (потрошувачот да биде информиран дека дава согласност да му бидат испраќани рекламни и маркетиншки содржини од страна на конкретниот трговец, но да биде информиран и за неговото право да ја повлече согласноста во секое време, а повлекувањето на согласноста мора да биде еднакво едноставно, како и нејзиното давање).

градата заради утврдување на неговиот идентитет или заради исплата на наградата.

Анкетни прашалници

Трговците ги покануваат потрошувачите да одговорат на анкетни прашалници во врска со нивните навики и интереси, а со цел подобро да ги запознаат. Добиените одговори од овие прашалници ги користат за да го подобрат својот маркетинг - ги групираат своите потрошувачи според нивната возраст, навики за купување, хоби и слично, а потоа испраќаат рекламни и маркетиншки содржини, прилагодени на различни целни групи.

Од гледна точка на заштитата на личните податоци, потребно е потрошувачите да бидат свесни дека податоците што ги доверуваат на трговецот на овој начин се нивни лични податоци, а трговците имаат обврска јасно да ги информираат за тоа кој ќе ги обработува нивните лични податоци (пример: самиот трговец или негов обработувач врз основа на договор за обработка на податоци), кои категории на лични податоци ќе бидат обработувани (пример: име и презиме, адреса на живеење, електронска адреса, телефон), за која цел (пример: за вршење на директен маркетинг).

Доколку трговецот има намера податоците собрани врз основа на анкетен прашалник да ги пренесе на трети лица, мора однапред да ги извести потрошувачите дека анкетата се спроведува со цел податоците да се пренесат на трети лица, прецизно дефинирајќи ги целите на анкетата. Податоците може да се пренесат на трети лица само врз основа на согласност на потрошувачите.

Картички за лојалност

Често трговците на своите потрошувачи им нудат картички за лојалност, односно членство во клуб на лојални потрошувачи. Членовите на клубот добиваат можност за попусти и други поволности. За трговецот ова е начин за собирање и обработка на личните податоци на потрошувачите.

И во овој случај, потрошувачите треба да знаат кој ги обработува нивните лични податоци, кои категории на податоци се обработуваат и за која цел. Многу е важно потрошувачите внимателно и детално да ги прочитаат условите за членство во клубот и условите за користење на картичките.



Освен личните податоци, трговците ги обработуваат и податоците за секое купување и трансакција, што значи дека имаат целосна слика за секој конкретен потрошувач (кој е потрошувачот, каде купува, што купува, кога купува). Врз основа на овие информации може целосно да се прилагоди вршењето на директен маркетинг на секој конкретен потрошувач. За да може трговецот да ги обработува не само личните податоци, туку и податоците за секое купување и трансакција, мора да има правна основа - посебна согласност или договор од потрошувачот.

НАПРАВЕТЕ СООДВЕТЕН ИЗБОР НА **ЧИПС** СО ПОМОШ НА **СЕМАФОР** ЗА ХРАНА И ПИЈАЛАЦИ



Проф. д-р Тања Пејреска Ивановска
Асс. м-р Зоран Живиќ

Што претставува семафорот за храна и пијалаци?

Семафорот за храна и за пијалаци ви овозможува брзо и едноставно да направите поздрав избор при купувањето на прехранбените производи и пијалаци. На пример, со овој систем можеме да утврдиме дали производот содржи поголемо количество шеќер, дали ова количество е во некои средни рамки или, пак, е ниско.

Она што треба да го направите е да ја прочитате нутритивната етикета на производот и да го забележите количеството на масти, заситени масни киселини, шеќер, сол и растителни влакна на 100 g или 100 mg од производот. Потоа, овие вредности можат да се толкуваат со примена на семафорот за храна и пијалаци претставен подолу.

Со црвена боја се означува висок удел на масти, заситени масни киселини, шеќер и сол во прехранбените производи, како и мала застапеност на растителни влакна.

Со жолта боја се означува средна содржина, а со зелена боја ниска содржина – освен за растителните влакна кај кои зелената боја означува висока содржина.



И во случај да се покаже црвено светло на семафорот тоа не значи дека тој производ не е добар или дека не треба воопшто да го купите или консумирате. Црвената боја на семафорот е само показател дека треба да внимавате колкаво количество внесувате од тој производ во текот на денот или седмицата. Потребно е да се трудите во исхраната да се позастапени производите со повеќе зелени или жолти светла на семафорот, а помалку црвени.

Подолу се претставени неколку примери на чипс кои може да се најдат на локалниот пазар, кај кои е применет методот на семафор за храна и пијалаци со цел полесно да се избере прехранбен продукт кој би одговарал на нутритивните и енергетските потреби на потрошувачот.

*Семафорот за храна и пијалаци е достапен на www.pravilnaishrana.mk



Масли	32	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	3.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шејери	2.4	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.4	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	2.9	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	35	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	15.21	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шејери	0.85	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.6	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	/	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	27	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	12.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шејери	0.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.2	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	/	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	33	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	15	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шејери	7.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.7	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	4.7	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	28.2	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	12.9	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шеќери	3.2	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.3	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	4.2	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	24.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	10.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шеќери	2.6	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Натриум	0.6	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	3.1	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	33.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	15.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шеќери	3.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.6	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	3.9	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	26	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	4.0	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шеќери	1.8	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.1	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	3.7	НИСКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	34.0	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	15.0	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шейкери	0.7	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.5	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	3.0	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	35.0	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	16.8	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шейкери	0.6	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.4	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	4.4	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА



Масли	34	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Заситени масни киселини	15	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Шейкери	0.7	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Сол	1.5	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА
Растителни влакна	4.6	НИЗКА	СРЕДНА	ВИСОКА

РАБОТЕЊЕТО НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ХРАНА И ВЕТЕРИНАРСТВО ВО ОБЛАСТА НА ЗАШТИТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

*Д-р Каџа Сиџановска - раководител на Одделението за заштита на потрошувачите
при Агенцијата за храна и ветеринарство*

Република Северна Македонија има поставено високи приоритети за безбедноста и квалитетот на храната.

Снабдувањето со безбедна храна што не го загрозува здравјето на потрошувачите со хемиски, биолошки или други видови загадувачки супстанции е основа за здрава исхрана и важен фактор во заштитата на здравјето како јавен интерес. Затоа, спречувањето на болести поврзани со храната и заштита на интересите на потрошувачите се два основни елемента на Законот за храна. Со Законот се дефинираат општите барања, биолошката и хемиската безбедност на прехранбените производи, како и обврските на операторите во прехранбената индустрија. Со овој Закон се поставуваат и условите за етикетање, презентирање и рекламирање на храната.

Со цел да се обезбеди висок степен на заштита на интересите на потрошувачите, приоритет е ажурирањето на постојното законодавство и наметнување на одговорност на операторите во прехранбената индустрија за идентификување на клучните информации наменети за потрошувачите, кои треба да бидат обезбедени

на етикетите на производите, со што се зајакнува правото на потрошувачите за информации, безбедност и избор.

Од аспект на обезбедување на правата на потрошувачите за безбедност, информирање и избор, Агенцијата за храна и ветеринарство ја промовира одговорноста на операторите во прехранбената индустрија за безбедност и квалитет на храната, како и на храната за посебна нутритивна употреба, додатоци во исхраната, здравствени и нутритивни тврдења, производите и материјалите што доаѓаат во контакт со храната и безбедноста на водата за пиење.

Контролата на безбедноста на храната се спроведува во сите фази на синџирот на храна, од примарно производство, преработка, дистрибуција и продажба до крајниот потрошувач. Деловните субјекти од прехранбената индустрија мора да ги исполнат барањата утврдени во Законот за храна и тие се законски одговорни за безбедноста на храната. Притоа, тие соработуваат со надлежните органи и ја гарантираат безбедноста. Официјалните контроли на безбедноста на храната ги спроведува Агенцијата за храна и ветеринарство.

Официјалните контроли ги опфаќаат сите аспекти кои се важни за заштитата на здравјето на луѓето и животните. Службените контроли се спроведуваат во производството, преработката и дистрибуцијата на прехранбени производи од животинско и неживотинско потекло, односно низ целиот синџир на храна (од нива до трпеза, од фарма до вилушка). Агенцијата, преку соодветни инспекциски служби, исто така, спроведува службени контроли кои се однесуваат на здравствена заштита и благосостојба на животните, храната за животни, идентификација и регистрација на животните, нуспроизводи од животинско потекло, репродукција на животни и контроли врз циркулацијата и употребата на ветеринарно-медицински препарати.

АГЕНЦИЈА ЗА ХРАНА И ВЕТЕРИНАРСТВО



Бесплатна линија за потрошувачите

Агенцијата за храна и ветеринарство има обезбедено бесплатна телефонска линија за потрошувачите, која е во функција секојдневно, 24 часа. Записите од оваа линија се преслушуваат на дневно ниво, во текот на работните денови. Граѓаните може да пријават неправилности, неусогласености, односно да поднесат претставки од областа на безбедноста на храната, но и од областа на ветеринарството. Потрошувачите може да останат анонимни, но доколку останат податоци (адреса, име и презиме или телефонски број за контакт), од Агенцијата за храна и ветеринарство добиваат известување.

Во согласност со законските прописи, најмалку еднаш годишно органите кои постапуваат по претставките и предлозите поднесени од граѓаните, треба да ги разгледуваат прашањата и

проблемите што се покренуваат со претставките, односно предлозите и причините за нивното поднесување. Сето тоа е со цел да се идентификуваат проблемите на граѓаните и да се насочат активностите на институциите кон решавање на тие прашања.

Во Агенцијата за храна и ветеринарство е воспоставено Одделението за заштита на потрошувачите кое, меѓу останатите активности, ажурира база на податоци кои се однесуваат на постапувањата по претставките и предлозите поднесени од граѓаните. Овие податоци се анализираат повеќе пати во текот на годината за потребите на Агенцијата, но и за информирање на јавноста.

Во периодот од јануари до септември 2020 година, во базата на податоци кои се однесуваат на претставките и предлозите поднесени од граѓаните, како физички и правни лица, вкупно се евидентирани 300 претставки.

Најголем број од претставките, 128 претставки, односно 43%, се од областа на ветеринарството, здравствената заштита и благосостојбата на животните. Посебно актуелни во оваа област и понатаму остануваат претставките кои се однесуваат на бездомните кучиња (напади и каснувања од бездомни кучиња) и неогворно сопствеништво.

114 претставки или 38% се однесуваат на храната од неживотинско потекло. 31 претставка, односно 10%, се однесуваат на храна од животинско потекло.

27 претставки, односно 9%, се однесуваат на неприменување на мерките во врска со КОВИД- 19, во објектите за храна.

Согласно со наводите, претставките од областа на храната, што ги поднеле граѓаните во наведениот период, се однесуваат на:

- Неодржување на контролни системи од страна на производителите кои се однесу-

ваат на ДХП (добрите хигиенски практики), ДПП (добрите производни практики), НАССР системот и неприменувањето на мерките во врска со КОВИД- 19;

- Производи со поминат рок на употреба;
- Загадувачи (контаминенти и резидуи);
- Производи со изменети органолептички својства;
- Квалитет и измами со храна;
- Сомнеж за труење со храна.



Трендот на основаноста на претставките е во нагорна линија, односно расте. Граѓаните со претставките покренуваат и актуелизираат издржани прашања кои Агенцијата ги анализира со цел преземање на активности за нивно решавање.

Карактеристично е дека во последните години постепено, но континуирано расте бројот на претставки кои се однесуваат на измами и квалитет, што соодветствува со состојбите на глобално ниво.

Измамите со храна се измамнички намерни дејствувања, поради постигнување финансиска добивка. Измамите претставуваат лажни информации и невистини кои на кој било начин, вклучувајќи го севкупното претставување, создаваат заблуди или е веројатно дека ќе создадат заблуди кај просечниот потрошувач, дури и кога информациите се фактички точни.

Како примери може да се споменат измами во однос на името и трговското име на храната,

состојките и замена на состојки поради фалсификување на храната, измами во однос на датумот на производство, количеството, потеклото на храната или состојките во храната, нутритивните и здравствените тврдења истакнати на етикетата на храната, измамничкото рекламирање и слични дејствија.

Секојдневно се појавуваат нови видови измами и затоа е исклучително важно постојано да се внимава при изборот и купувањето на храна. Измамите во одредени случаи може да претставуваат и опасност по здравјето, а често ваквите производи предизвикуваат финансиска штета за потрошувачите.

Согласно со законските прописи, АХВ врши планирани контроли и контроли по претставки и иницијативи на потрошувачите, во оваа насока. За таа цел, од пред неколку години во Агенцијата функционира организациона единица, Одделение за измами со храна.

Агенцијата за храна и ветеринарство беше дел од акцијата на ИНТЕРПОЛ за спречување на измами со храна. Инспекциските служби на Агенцијата за храна и ветеринарство беа дел од големата акција ОПСОН 9 на ИНТЕРПОЛ и



Еуропол, заедно со уште 82 држави и во која акцентот беше ставен на трговијата со фалсификувана и неквалитетна храна и пијалаци. Акцијата се реализираше од декември 2019 до јуни 2020 година.

Во рамките на законски дефинираните надлежности, официјалните ветеринари на граничен премин, во насока на заштита од внесување на вирусот на високо патогена инфлуенца, спречија увоз на три пратки со по 21 тон механички обескостено пилешко месо кои потекнуваат од региони во Полска кои поради оваа болест биле забранети за увоз.

Трите пратки пилешки МОМ од Полска, со вкупна количина од 63 тони, чијшто увоз преку граничниот премини Табановце беше спречен, се нештетно уништени на депонијата Дрисла.

Во март годинава, инспекциските служби на Агенцијата, во рамките на акцијата ОПСОН 9 на ИНТЕРПОЛ И Еуропол, утврдија недоследност и кај еден оператор со храна кој увезол над 20 тони преработки од месо по потекло од Холандија. Кај него, со лабораториските испитувања е утврдено дека постојат неусогласености кај декларираниот производ.

Од вкупно увезената количина месни преработки, околу 17 тони се вратени на извозникот од Холандија, а повеќе од 1,7 тони преработки од месо увезени во март годинава, се нештетно уништени.



ПОСТМЕНОПАУЗНА ОСТЕОПОРОЗА

Доцент д-р Валентина Коевска,
специјалист по физикална медицина и рехабилитација

Остеопорозата е системско скелетно заболување што се карактеризира со намалување на густината на коската што постепено доведува до нејзина зголемена кршливост и склоност кон фрактура.

Поради промени во демографијата на населението, се претпоставува дека бројот на мажи и жени со остеопороза во Европската унија ќе се зголеми за 33,9 милиони во 2025 година, што одговара на пораст од речиси една четвртина. Најчеста примарна остеопороза е постменопаузалната остеопороза (ПМОП) и остеопорозата поврзана со возраста. Во Соединетите Американски Држави и во Европа, приближно 30% од постменопаузалните жени имаат остеопороза. Најмалку 40% од овие жени ќе имаат една или повеќе фрактури во текот на животот.

Ризик-фактори за појава на болеста се: близок член во семејството со остеопороза, рана менопауза, возраст и ризик-фактори на коишто може да влијаеме, а тоа е мала телесна тежина, физичка неактивност, недоволен внес на калциум со исхраната и витамин Д, пушење, прекумерно консумирање на алкохол, итн.

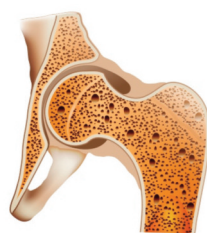
ПМОП е тивка болест, во раниот период асимптоматска. Првите симптоми се јавуваат кога коскената густина ќе стане недоволна да

ја обезбеди механичката потпора на телото. Првите знаци се болка во грбот, која почнува незабележано, не е особено јака и се влошува при подолго стоене и седење. Со текот на времето се јавува деформитет од типот на зголемена торакална кифоза или кифосколиоза кои, пак, ја нарушуваат рамнотежата и стабилноста во одот и го зголемуваат ризикот за пад. Болката и ограничената подвижност и мобилност кај овие пациентки го намалуваат квалитетот на живот.

Многу често кај овие пациентки прва клиничка манифестација е скршеница и тоа на ралниот зглоб, рбетот и колкот. Скршеницата на колкот почесто се јавува кај популација на возраст над 70 години и обично се лекува оперативно. Оперативниот третман ги зголемува трошоците на

лекувањето како за семејството, така и за општеството. Од друга страна, пак, оперативните и постоперативните компликации не се така ретки, тие се поврзани со смртна

стапка од 5% до 20%. Искуството покажува дека поголемиот дел од постарите пациенти не можат да го вратат старото ниво на активност по скршеницата и имаат потреба од долготрајна нега во дом за стари лица. Истражувањата покажале дека, за жал, повеќето од пациентите со скршеница не биле претходно на испитување или на терапија за превенција на остеопорозата.



Златен стандард во дијагностиката на остеопорозата претставува Dual-energy x-rayabsorptiometry (DEXA) со што се проценува коскената густина. Денеска ја има во сите поголеми медицински центри во земјата. Целна група за ова тестирање се жените со рана менопауза; доколку има присуство на фрактура над 50-годишна возраст; сите жени во менопауза со ризик-фактори; сите постменопаузални жени под 65-годишна возраст со ризик-фактори итн.

Превенција и лекување

Поради големите трошоци за лекување на пациентите со дијагностицирана остеопороза и нејзините компликации, кои се големи за семејниот буџет и општеството, големо значење се придава на нејзината превенција, раното откривање, раното започнување со лекување и промените во начинот на живот за да се намали ризикот од фрактура.

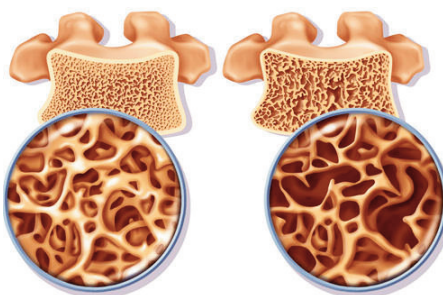
Треба да се преземат специфични мерки уште во периодот на пубертет, адолесценција и кај младите возрасни лица за да се промовира формирање на коска и да се постигне максимална коскена маса со комбинирање на соодветна исхрана и вежби. Под соодветна исхрана подразбираме храна која содржи калциум во себе, вклучително и млеко, млечни производи, брокула, сина риба. Витаминот Д го нема во храната, па затоа е неопходна доволна изложеност на ултравиолетови зраци или да се внесува како Д3.

Коскената минерална густина (КМГ) во кој и да е период од животот зависи од максималното ниво на КМГ постигнато во периодот на раст и развој, особено во пубертетот. Редовната физичка активност за време на детството го зго-

лемува максималното ниво на КМГ. Девојчињата кои вежбале атлетика во периодот на создавање на максималното ниво на КМГ имале повисока КГ од нивните вршнички кои не вежбале. Со возраста коскено губење се зголемува. Започнува од 40-тата година од животот, кај двата пола, првично од 0,3% до 0,5% годишно од максималното ниво на КМГ.

Освен навреме поставената дијагноза и лекувањето со медикаментозна терапија, физичката активност и вежбањето имаат улога како во превенцијата, така и во лекувањето на пациентите со ПОМП. За време на вежбањето, мускулната активност произведува физичка сила која директно влијае на коските и ја подобрува нивната густина и цврстина. Меѓународното здружение за остеопороза (IOF) ги препорачува:

- Антигравитациските вежби (weight bearing exercises), при што скелетот и мускулатурата ја носат тежината на телото против силите на гравитацијата. Антигравитационите вежби можат да бидат со мало влијание, како што е пешачењето и Таи Чи, или да бидат со високо влијание како што се цогирање, скокање, танцување и вибрациската платформа.
- Вежбите против отпор (resistance exercises), предизвикуваат мускулите да се контрахираат против отпор со што се зголемува силата, масата и издржливоста на мускулатурата. Овие вежби Американскиот колеџ за спортска медицина ги смета за главни во препораките за превенција на остеопороза од 1998 г. За време на нивното практикување мускулите дејствуваат на коската на местото на спој. Тие ја стимулираат коската и можат да предизвикаат раст на коскена маса.

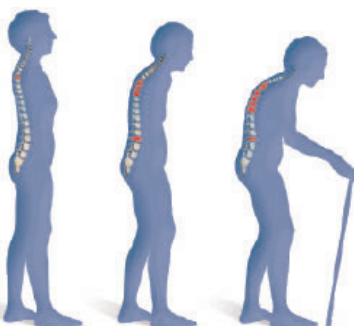


Кај женската популација со постменопаузална остеопороза (ПМОП) и остеопенија, скелетот е кршлив и предозираното оптоварување може да доведе до оштетување на архитектурата на коската. Кај жени во ПМОП се препорачуваат:

- активни вежби и вежби со отпор за јакнење на паравертебралната мускулатура;
- изометрички вежби за јакнење на амбоме-налната мускулатура;
- активни вежби за истегнување и одржување на еластичноста на мускулатурата на горните и долните екстремитети и 'рбетниот столб;
- вежби за јакнење на мускулатурата на горните и долните екстремитети;
- респираторни вежби;
- вежби за рамнотежа и држење на телото;
- аеробни вежби.

Вежбите треба да се димензионираат согласно состојбата на пациентот. Кај пациентите со ПМОП вежбите се само додаток на терапија со лекаства. Треба да бидат дизајнирани врз индивидуална основа и под професионален надзор на физијатар и физиотерапевт. Она што, исто така, е важно, вежбите кои бараат свиткување на трупот не треба да се изведуваат и не треба да предизвикуваат болка. Исто така, пожелно е и пешачење.

Вежбите за рамнотежа на телото ја подобруваат контролата на држењето на телото, а со тоа се превенира падот и, како последица, скршеница. Секојдневното практикување ја подобрува мобилноста кај повозрасните пациенти во извршувањето на секојдневните животни активности.



Особено се важни вежбите во вода и пливањето. Пливањето е важно, пред сè, за кардиоваскуларниот систем и одржување на мускулатурата. Водените бранови кои се создаваат при вежбањето, пак, влијаат на центарот на гравитацијата на телото кој ја активира мускулатурата за да се одржи рамнотежата и стабилноста на телото. Таласотерапијата е важна во превенцијата и лекувањето кај овие пациентки.

Не треба да заборавиме да ги процениме и ризиците за пад во домот, особено при оштетување на видот и лековите кои ги користат пациентките со остеопороза. Бидејќи се работи за возрасна популација која има и други придружни заболувања - како хипертензија, астма и др. - лековите може да влијаат на брзината, умешноста и координацијата на движењата, а со тоа да се зголеми и ризикот за пад и фрактура.

Во Институтот за физикална медицина и рехабилитација во Скопје беше спроведено истражување во кое учествуваа 92 жени со дијагностицирана постменопаузална остеопороза. Пациентките една година земаа калциум од 800 до 1000 мг и витамин Д од 800 IU дневно и правеа вежби препорачани од Меѓународното здружение за остеопороза (IOF). Пациентките беа со просечна возраст од 60 години - најмладата пациентка имаше 43 години, а најстарата 73. Резултатите покажаа дека редовното практикување на вежбите за-

едно со редовното внесување на калциум и витамин Д имаат значајна улога во подобрувањето на просечната вредност на КМГ на лумбалниот дел од 'рбетот.