

Магазин за потрошувачи

ЗУЧ

Заштита на интересите
на потрошувачите





Организација на потрошувачите на Македонија



Издава:

Организација на потрошувачите
на Македонија - ОПМ 2021 г.

**Овој број на е-магазинот е поддржан
од страна на Програмата за заштита
на потрошувачите на Град Скопје за 2021
година која ја спроведува ОПМ.**

Главен и одговорен уредник:

Марјана Лончар Велкова

Извршен уредник:

Татјана Тасевска

Соработници на одредени теми:

Лидија Петрушевска Този

Мартина Грнчаревска

Сања Поповска Василевска

Лектор:

Јасмина Ѓоргиева

Дизајн:

ГЛОБАЛ Комуникации

Адреса:

Ул. 50 Дивизија 10А Скопје

СОДРЖИНА

ТРАНСАКЦИСКИ СМЕТКИ НА ГРАЃАНИТЕ - ОТВОРАЊЕ, ЗАТВОРАЊЕ И НАДОМСТИ	3
ЦИТРУСНО ОВОШЈЕ - НЕИЗОСТАВЕН ДЕЛ ОД ИСХРАНАТА ВО ЗИМА	7
ЗАШТИТА ОД ФАЛСИФИКУВАНИ ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ ПРЕКУ ЗАШТИТА ОД ПОВРЕДА НА ПРАВАТА НА ИНДУСТРИСКА СОПСТВЕНОСТ	13
ПРОДАЖБА НА ПРОИЗВОДИ НА АКЦИЈА	16
ТЕСТИРАЊЕ: ФИЦЕТ ИГРАЧКИТЕ МОЖАТ ДА СОДРЖАТ ОПАСНИ ХЕМИКАЛИИ	19
АНАЛИЗА НА КВАЛИТЕТОТ НА КЕЧАПОТ НА ПАЗАРОТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	25
ИНТЕРВЈУ СО ДИРЕКТОРКАТА НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ПОШТИ БИЛЈАНА АВРАМОСКА ЃОРЕСКА	30
КАДЕ МОЖЕ ДА СЕ ПРИМЕНИ ЕНЕРГЕТСКАТА ЕФИКАСНОСТ?	34
ЕДНОШАЛТЕРСКИТЕ ЦЕНТРИ ЗА УСЛУГИ МОЖАТ ДА ИМ ПОМОГНАТ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ДА ПРЕЗЕМАТ ЧЕКОРИ ЗА РЕНОВИРАЊЕТО НА ДОМОТ	39
АКТИВНОСТИ НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА МАКЕДОНИЈА	42

ТРАНСАКЦИСКИ СМЕТКИ НА ГРАЃАНИТЕ ОТВОРАЊЕ, ЗАТВОРАЊЕ И НАДОМЕСТИ

М-р Злајка Сџамболиска Појовска

Во денешно време, за да може да се спроведат различни финансиски активности, прием или уплата на средства преку која било банка, потребно е да се отвори **трансакциска сметка**. Понекогаш граѓаните, согласно со потребите и активностите кои треба да ги завршат, имаат и по повеќе трансакциски сметки во повеќе банки, како на пример, потребно е да се има трансакциска сметка преку која пристигнува платата, но доколку сакате да направите менувачки работи во некоја банка каде што немате трансакциска сметка, ќе треба и таму да отворите сметка или, за да уплатите пари на нечија сметка, бараат и вие да имате трансакциска сметка во таа банка. Или при промена на работното место, може да се случи и работодавачите да бараат отворање на сметка преку банката со која соработуваат, различна од онаа која сте ја користеле дотогаш.

За да се отвори трансакциска сметка, потребно е да се потпише договор за отворање и водење на трансакциска сметка со банката која ќе ја изберете. Банките се должни, покрај останатото, во секој договор јасно да ги назначат сите надоместоци за кои лицето има обврска да ги подмири и плати врз основа на користењето на трансакциската сметка. И по-

крај тој факт, праксата покажала дека граѓаните ги потпишуваат договорите по инерција, без да ги прочитаат неговите одредби.

Напротив, пред да се отвори трансакциска сметка, секој потрошувач треба да ги има предвид и да размисли за своите навики, потреби, трошоците за отворање на сметка, месечните трошоци за водење на сметката, дополнителните можности кои се нудат за отворање на сметката, сите видови надомест кои се пресметуваат и се поврзани со трансакциската сметка, колку изнесуваат надоместоците, дали е променлива нивната висина и од што зависи, дали постојат дневни лимити за подигнување на готовина на банкомат, број на банкомати со кои располага соодветната банка и нивни локации, висина на надоместот за повлекување средства од банкомат на друга банка, висина на каматата за позитивно и негативно салдо на средствата на трансакциската сметка, како и услови и трошоци за затворање на сметката.

Доколку работењето со трансакциската сметка е условено со плаќање на надомест за одржување на сметката, таа обврска на корисникот би требало да биде дефинирана со договорот. За секоја нас-



таната промена во однос на надоместот дефиниран во договорот, од моментот на склучување на договорот, банката има обврска да го извести клиентот и да му остави доволно време на клиентот да реагира кон банката, во случај да не се согласува со таа измена и да ја откаже услугата, во овој случај трансакциската сметка. Но, колку е тоа случај во пракса, е под знак прашалник. Банките ги прикажуваат надоместоците кои ги наплатуваат во ТАРИФНИК кој ги содржи сите услуги кои ги нуди банката и колку наплатува за услугата која ја користат физичките лица и, секако, е наведен датумот од кога е во важност соодветниот тарифник. Тој е достапен на веб-страницата на банката.

Тоа е обрска на банката, согласно со одредбите од член 26 од Законот за платен промет, каде што банките, како носители на платниот промет, односно даватели на платежни услуги, може да наплатуваат надоместок за вршење на работите во платниот промет според тарифа што ја утврдува носителот на платниот промет, при што ја имаат обврската според став 2 од истиот член да ја објават тарифата на видно место во своите простории и на својата интернет-страница.

И, доколку станува збор за активности кои се вршат еднаш или многу ретко, може да се случи лицата да забораваат дека воопшто имаат отворено сметка во некоја банка. Но, банките не престануваат со пресметка и наплата на надоместоците за одржување на трансакциската сметка, па и за неактивните сметки преку кои нема направено никаква трансакција. Па, така, може да се случи лицата да дознаат за тоа и по неколку години, кога преку „секторот за наплата на долгови“ наплатата на овој надомест ќе биде извршена преку некаков вид извршување.

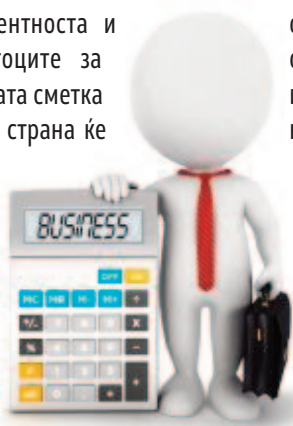
Дефиницијата за „Неактивна сметка“ подразбира платежна сметка на потрошувач кај давател на платежни услуги на која непрекинато во период од најмалку 24 месеци не се извршени одливни платежни трансакции авторизирани од потрошувачот или приливни платежни трансакции, со исклучок на пресметката и плаќањето/наплатата на камата, или пак депозитна сметка во врска со која давателот на платежните услуги немал со потрошувачот документирана комуникација, во непрекинат период од најмалку десет години.

Со новиот Предлог-закон за платежни услуги и платни системи подетално се обработува прашањето на неактивна сметка, во насока на дефинирање на тоа што се подразбира под неактивна сметка, како се постапува со паричните средства кои се наоѓаат кај неактивните сметки и, она што е особено важно, можноста за пристап до информацијата за давателот на платежни услуги кај кој се водат неактивни сметки преку внесување на ЕМБГ на потрошувачот кој е имател на неактивната сметка. Овој член, согласно со наведеното во Предлог-законот за платежни услуги и платни системи треба да почне да се применува од 1.11.2022 година.

Во моментот, на интернет-страниците на банките тешко се пронаоѓаат, а кај некои банки воопшто нема вакви податоци. Затоа, и при изготвувањето на новиот Нацрт-закон за платежни услуги и платни системи и подзаконските акти, како примарна цел се постави



зголемувањето на транспарентноста и споредливоста на надоместоците за услугите поврзани со платежната сметка на клиентите. Со тоа, од една страна ќе се зголеми нивото на заштита на потрошувачите при склучување на договори и користење на платежни сметки, а од друга страна, преку зголемената транспарентност се очекува да се зајакне конкуренцијата меѓу давателите на платежни услуги.



Народната банка на Хрватска е одличен пример како е поставена грижата за потрошувачите. Во поглавјето посветено на заштитата на потрошувачите, помеѓу останатите информации, достапни се споредбени податоци за услугите кои ги даваат банките, но на компаративна основа, односно приказ кој овозможува споредба на цените на исти услуги кај различни банки. А за истата цел, направена е и апликација која ги обезбедува истите податоци. Народната банка на РСМ почна со објава на податоци за основните банкарски производи по одделни банки во август оваа година, преку стандардни табели, но сè уште активностите се однесуваат на кредитните и депозитните активности на банките.

Кога говориме за нашата земја, тимот на ОПМ се потруди да ги пронајде податоците од банките во поглед на **надоместоците** кои се однесуваат на водење на трансакциска сметка, одржување на трансакциска сметка за неактивни клиенти, годишна провизија за сметки со некомплетни податоци, како и податоци за затворање на трансакциска сметка.

Надоместоците кои ги наплатуваат банките за водењето на трансакциската сметка се разликуваат кај секоја банка, во согласност со Одлуката на секоја банка за висината на надоместоците и Тарифникот за услуги, но, генерално,

се движат од 20 до 50 денари месечно, и тоа во зависност од салдото и прометот на сметката, со исклучок на Прокредит Банка, каде што износот од 300 денари се однесува на пакет на производи.

Затворањето на трансакциските сметки е исто така различно. Кај одредени банки, како на пример, Стопанска банка Скопје, НЛБ Банка, Халк банка и Прокредит банка, затворањето на сметката е

без надомест, додека кај останатите се движи во распон од 150 до 500 денари.

Кај различни банки различен е и третманот на одржувањето на неактивните сметки. Некои не наплаќаат никаков надоместок за одржување на трансакциската сметка на неактивни клиенти, кај некои не се наплатува провизија доколку во месецот нема никаква трансакција, додека кај некои одржувањето на трансакциската сметка на неактивни клиенти би чинело годишно и до 1200 денари.

Така на пример, **Стопанска банка АД Скопје**, почнувајќи од 2019 година, наплаќа надоместок во висина од 20 ден месечно за водење на неактивни сметки со мало салдо до 300 ден.

Во **НЛБ Банка**, за водење на трансакциска сметка на неактивен клиент не се наплаќа надоместок, а и затворањето на сметката е без надоместок.

Според тарифникот на **Комерцијална банка АД Скопје**, доколку нема трансакција во тековниот месец, нема ни надоместок за водење на трансакциската сметка. Исто така, и затворањето на сметката е без надоместок.

Во **Шпаркасе банка**, се наплаќа по 1200 денари годишно за секој имател на трансакциска сметка на која нема никакви операции за период поголем или еднаков од 24 месеци. Исто

така, на корисниците на сметките кои не ги ажурирале своите податоци, по пуштањето на известувањата да ги ажурираат, им одбила по 1000 денари како „годишна провизија за сметка со некомплетни податоци“.

Стопанска банка АД Битола, според својот тарифник наплаќа по 50 денари месечно за сметки на кои немало долговен промет 2 години, а доколку салдото е пониско од 50 денари, се наплаќа провизија во висина на салдото. За ликвидација, односно салдирање на штедна книшка, трансакциска сметка – се наплаќа 300 денари.

Силк Роад Банка, исто така, наплаќа надомест во износ од 50 денари месечно за сметки без активност две години и максимум салдо 300 денари, како и 500 денари месечно за сметка со некомплетни податоци.

Уни Банка наплаќа 1500 денари за затворање на сметка по барање на клиентот или максимум 1500 денари за затворање на сметки согласно со судско решение.

ТТК банка за водење трансакциска сметка на неактивен корисник - физичко лице наплаќа 70 денари/месечно, додека затворањето на сметката (салдирање и ликвидација) на барање на клиент изнесува 200 денари, а затворање на сметка на починати лица и во согласност со законски прописи е без надоместок.

Затоа е и препораката до граѓаните да си проверат каде сè имаат трансакциски сметки и доколку имаат неактивни сметки, да ги затворат.

Во табелата подолу е дадена споредба на надоместоците за водење и одржување на трансакциските сметки во банките во Северна Македонија.

Банка/надоместок	1. Водење на трансакциска сметка				2. Затворање на трансакциска сметка
	Водење на трансакциска сметка во денари, месечно (2,00 денари по долговна трансакција)	Водење на трансакциска и штедна сметка во денари за пензионери, месечно	Одржување на трансакциската сметка за неактивни клиенти	Годишна провизија за сметки со некомплетни податоци	2. Затворање на трансакциска сметка
Банка/надоместок					
Стопанска Банка Скопје	* 30 - 40 МКД месечно * 20 МКД месечно за сметки со мало салдо до 300 МКД	20-30 МКД месечно	/	/	без надомест
Комерцијална Банка	30 МКД месечно	15 МКД месечно	/	/	150 МКД
НЛБ Банка	* без надомест за промет до 500 МКД месечно * 30 МКД месечно за промет над 500 МКД	* без надомест за промет до 500 МКД месечно * 25 МКД месечно за промет над 500 МКД	/	/	без надомест
Халк Банка	30 МКД месечно	30 МКД месечно	/	/	без надомест
Уни Банка	* 50 МКД месечно за сметки на кои има реализирано промет * 30 МКД месечно за сметки на кои има реализирано промет	* 50 МКД месечно за сметки на кои има реализирано промет * 30 МКД месечно за сметки на кои има реализирано промет	/	/	200 МКД
Капитал Банка	* 30 МКД месечно за сметка која има минимум една трансакција во месецот * без надомест за сметка на која нема трансакција во месецот	* 30 МКД месечно за сметка која има минимум една трансакција во месецот * без надомест за сметка на која нема трансакција во месецот	/	/	150 МКД
ПрокредитБанка	300 МКД месечно за пакет на производи (трансакциска сметка, девизна сметка, e-банкарство, m-банкарство, трансакции преку e-банкарство)		/	/	без надомест
Централна Кооперативна Банка	* 40 МКД месечно за сметки со промет до 100.000 МКД * 50 МКД месечно за сметки со промет над 1000.000 МКД	* 40 МКД месечно за сметки со промет до 100.000 МКД * 50 МКД месечно за сметки со промет над 1000.000 МКД	макс 500 МКД годишно за сметки на кои во последните 24 месеци не се евидентирани промени, а се со салда до 500 МКД	/	200 или 300 МКД
ТТК Банка	* без надомест за сметки со промет до 500 МКД * 35 МКД месечно за сметки со промет над 500 МКД	* без надомест за сметки со промет до 500 МКД * 35 МКД месечно за сметки со промет над 500 МКД	70 МКД месечно за сметки без активност 2 години	/	200 МКД
Шпаркасе Банка	32 МКД месечно	20 МКД месечно	1200 МКД годишно за секој имател на трансакциска сметка на која нема никакви операции за период подолг или еднаков од 24 месеци.	1000 МКД годишно	200 МКД
Стопанска Банка Битола	35 МКД месечно	35 МКД месечно	100 МКД месечно за сметки на кои немало долговен промет 2 години	500 МКД годишно	500 МКД
Силк Роад Банка	* 30 МКД месечно за сметки со промет до 10.000 МКД * 35 МКД месечно за сметки со промет од 10.001 до 50.000 МКД * 40 МКД месечно за сметки со промет над 50.000 МКД	* 30 МКД месечно за сметки со промет до 10.000 МКД * 35 МКД месечно за сметки со промет од 10.001 до 50.000 МКД * 40 МКД месечно за сметки со промет над 50.000 МКД	50 МКД месечно за сметки без активност две години и максимум салдо 300 МКД	500 МКД месечно	400 МКД

ЦИТРУСНО ОВОШЈЕ

НЕИЗОСТАВЕН ДЕЛ ОД ИСХРАНАТА ВО ЗИМА

Проф. д-р Лидија Пејтрушевска - Този

Проф. д-р Тања Пејтреска Ивановска

Ас. м-р Зоран Живик

Цитрусното овошје, уште познато и како агруми, го сочинуваат плодовите на неколку растенија кои припаѓаат на родот Citrus. За овие растенија се смета дека нативно потекнуваат од источните и јужните региони на Азија, а денес масовно се одгледуваат во медитеранскиот регион на Европа и Африка. Од аспект на исхраната, се вреднуваат плодовите на овие растенија. Интересно е да се потенцира дека плодовите на растенијата од родот Citrus се изградени од два дела означени како флаведо и алbedo. Плодовите на цитрусното овошје се изградени од пулпа, чија боја варира од жолта до темно портокалова и таа се карактеризира со кисел вкус. Иако плодовите на цитрусното овошје се карактеризираат со изразен кисел вкус, тие се, исто така, богати и со алкални материји, пред сè, минерали, кои го намалуваат нивото на киселост во организмот, непосредно по процесите на дигестија. Во таа смисла, агрумите претставуваат едни од најзначајните алкални прехранбени производи што го помагаат одржувањето на ацидо-базната рамнотежа во организмот. Пулпата на цитрусните плодови, всушност, го претставува делот на плодот што се јаде и содржи 85-90% вода, значајно количество на фруктоза, витамин С, соединенија од групата на каротеноиди, калиум и органски ки



селини, од кои најзначајни се лимонската и винската киселина. Пулпата е обвиткана со бела мембрана, главно изградена од сложени јаглехидрати, поточно диететски влакна, кои се растворливи во вода. Покрај диететските влакна, оваа мембрана избобилува со присуство на флавоноиди со изразена антиоксидативна активност и капиларопротективно дејство, а покажуваат и низа други поволни ефекти врз здравјето на човекот. Оттука, при процесот на лупење на цитрусното овошје не се препорачува целосно отстранување на белата мембрана од пулпата. Надворешната мембрана на цитрусните плодови се карактеризира со голем број на специфични жлезди кои се исполнети со етерично масло. Етеричното масло од овие жлезди, всушност, е носител на карактеристичната арома што ја поседуваат плодовите. Најпопуларни цитрусни плодови се плодовите на портокал, лимон, цитрон и мандарина.

Портокалот (*Citrus aurantium* L.) е помало дрво кое нативно расте во јужните делови на Азија, поточно Индија и јужна Кина, но денес многу често се култивира и во медитеранскиот регион. Од аспект на исхраната, се вреднува плодот во свежа форма или во форма на свежо цеден сок. Плодот на портокалот е богат со макронутриенти, но особено е важно да се потенцира дека плодот од портокал изобилува и со низа на заштитни материи кои се значајни за здравјето на човекот. Плодот на портокалот е богат со каротеноиди, од кои најзначаен е β -каротен, биофлавоноиди, витамин А, витамин С, витамин Е, витамини В1 и В2, железо, магнезиум, фосфор, фолна киселина и органски киселини. Токму органските киселини се одговорни за киселиот вкус кој го карактеризира самиот плод.

Консумирањето на овие материи се смета дека ја подобрува имуната функција на човекот и ја зголемува отпорноста на организмот кон вирусни и бактериски инфекции. Истражувањата од понов датум говорат дека редовното консумирање на свеж портокал го намалува нивото на холестерол во крвта, ја нормализира срцевата работа, го намалува ризикот од појава на карцином на белите дробови, усната шуплина, хранопроводот и цревата. Дополнително, плодот од портокал поволно делува врз состојбата на крвните садови, при што редовното консумирање го намалува задебелувањето на крвните садови за 30%. Вредно е да се издвои дека во литературата постојат податоци според кои плодот од портокал го забавува процесот на дегенерација и пропаѓање на невроните, односно го забавува процесот на стареење. Поради изразениот антиоксидативен потенцијал, сокот од портокал во некои култури се користи и како средство за нега на кожата.

Табела 1 Енергетска и нутритивна вредност на портокалот изразени на 100 g производ

	kcal	47
Протеини	g	0,94
Јаглехидрати	g	11,75
Маси од кои заситени	g	0,12
масни киселини	g	0,015
Диететски влакна	g	2,4
Вода	g	86,75
Мононезаситени масни киселини	g	0,023
Полинезаситени масни киселини	g	0,025
Витамин А	IU	225
Витамин В1	mg	0,087
Витамин В2	mg	0,040
Витамин В3	mg	0,282
Витамин В5	mg	0,250
Витамин В6	mg	0,060
Витамин В12	mcg	0,00
Фолати	mcg	30
Витамин С	mg	53,2
Витамин D	IU	0,0
Витамин Е	mg	0,18
Витамин К	mcg	0,0
Калциум	mg	40
Железо	mg	0,10
Магнезиум	mg	10
Фосфор	mg	14
Калиум	mg	181
Натриум	mg	0,0
Цинк	mg	0,07
Бакар	mg	0,045
Манган	mg	0,025
Селен	mcg	0,5

Лимонот (*Citrus lemon* L.) е грмушка која е карактеристична за регионите на јужна Азија, а денес е широко распространет во регионите со топла клима. Плодот на лимонот кој се употребува во исхраната претставува јајцевидна бо-

бинка со карактеристична жолта боја и изразено кисел вкус. Плодот од лимон денес се смета како еден од најзначајните производи во исхраната и претставува синоним за витаминот С. Лимонот е богат со биофлавоноиди, пектини, фолна киселина, витамин С, А, В1, В6, калиум, калциум, магнезиум, фосфор и манган. Плодот е, исто така, богат со органски киселини од кои најзначајна е лимонската киселина. Редовното консумирање на лимон позитивно се одразува врз функцијата на имунолошкиот систем, црниот дроб, дигестивниот, нервниот и кардиоваскуларниот систем. Подобрувањето на црнодробната функција се смета дека се должи на антиоксидативната активност, намалувањето на серумските нивоа на холестерол и поволниот ефект врз процесите на дигестија на храната. Оттука, лимонот често се користи како депуратив, односно како средство за прочистување и детоксикација на организмот. Според некои автори, редовната консумација на лимонот придонесува за нормализирање на нивоата на глукоза и холестерол во крвта и забрзување на метаболичките процеси, па оттука тој се смета дека треба да биде неизоставен дел од режимите на исхрана наменети за намалување на телесната тежина. Интересно е да се спомене дека лимонот и останатите агруми традиционално се користат како средства кои спречуваат создавање на бубрежни и билијарни камчиња. Ова дејство се припишува на високата содржина на лимонска киселина. Редовната консумација на лимон го подобрува имунитетот и отпорноста на организмот, позитивно влијае врз кардиоваскуларното здравје, превенира појава на остеопороза и го подобрува оралното здравје. Неколку научни истражувања укажуваат дека лимонот поседува изразена антиканцер активност која најверојатно се должи на присуството на една група соединенија означени како лимониди. Се смета дека токму лимоненот е соединението со изразена антиканцер активност. Покрај антиканцер активноста, лимонот покажува и ан-

тивоспалително дејство поради кое се препорачува да се консумира кај пациенти со воспалителни заболувања, како што се астма и остеоартрит. Традиционално, сокот од лимон се користи за третирање на кожни состојби, како што се прекумерното лачење на себум и првут.

Табела 2 Енергетска и нутритивна вредност на лимонот, изразени на 100 g производ

Енергетска вредност	kcal	29
Протеини	g	1,10
Јаглехидрати	g	9,32
Маси	g	0,30
од кои заситени масни киселини	g	0,039
Диететски влакна	g	2,8
Вода	g	88,98
Мононезаситени масни киселини	g	0,011
Полинезаситени масни киселини	g	0,089
Витамин А	IU	22
Витамин В1	mg	0,040
Витамин В2	mg	0,020
Витамин В3	mg	0,100
Витамин В6	mg	0,080
Витамин В12	mcg	0
Фолати	mcg	11
Витамин В5	mg	0,190
Витамин С	mg	53
Витамин D	IU	0
Витамин Е	IU	0
Витамин К	mcg	0
Калциум	mg	26
Бакар	mg	0,037
Железо	mg	0,60
Магнезиум	mg	8
Фосфор	mg	16
Калиум	mg	138
Натриум	mg	2
Цинк	mg	0,06
Манган	mg	0,030
Селен	mcg	0,4

Мандарина (*Citrus reticulata* L.) се карактеризира со многу ароматични плодови кои, всушност, претставуваат топчести, сплескани бобинки со изразена портокалова боја. Плодот е богат со макронутриенти, како и витамин С, витамин А, фолна киселина, калциум, калиум, магнезиум, бакар и железо. Како и останатите цитрусни плодови, и мандарината поволно влијае врз кардиоваскуларниот, имуниот и дигестивниот систем. Резултатите од неколку научни испитувања потврдуваат дека редовното консумирање на плодот од мандарина ги намалува воспалителните процеси во организмот, па оттука се препорачува кај пациенти со невродегенеративни болести и други воспалителни заболувања. Значајно е да се спомене дека редовното консумирање на мандарини ја спречува појавата на макуларна дегенерација како резултат на високата содржина на каротеноиди, витамин А и витамин С. Научните истражувања од понов датум сугерираат дека плодот од мандарина позитивно влијае и го забрзува процесот на заздравување на раните преку зголемување на синтезата на колаген во организмот. Оттука, покрај за заздравување, плодот од мандарина се употребува и за забавување на процесите на стареење на кожата, како и за подобрување на состојбата на зглобовите.



Табела 3 Енергетска и нутритивна вредност на мандарината, изразени на 100 г производ

Енергетска вредност	kcal	53
Протеини	g	0,81
Јаглехидрати	g	13,34
Маси	g	0,81
од кои заситени масни киселини	g	0,039
Диететски влакна	g	1,8
Вода	g	85,17
Мононезаситени масни киселини	g	0,060
Полинезаситени масни киселини	g	0,065
Витамин С	mg	26,7
Витамин В1	mg	0,058
Витамин В2	mg	0,036
Витамин В3	mg	0,376
Витамин В5	mg	0,216
Витамин В6	mg	0,078
Фолати	mcg	16
Витамин В12	mcg	0,00
Витамин А	IU	681
Витамин D	IU	0
Витамин Е	mg	0,20
Витамин К	mcg	0,0
Калциум	mg	37
Железо	mg	0,15
Магнезиум	mg	12
Фосфор	mg	20
Калиум	mg	166
Натриум	mg	2
Цинк	mg	0,07
Бакар	mg	0,042
Манган	mg	0,039
Селен	mcg	0,1

Грејпфрут (*Citrus x paradisi* Macfad.) претставува хибриден вид кој се добива со вкрстување на лимон и портокал. Води потекло од Барбадос, а карактеристично е дека ги населува пределите со суптропска клима. Плодовите на грејпфрутот се крупни, топчести, со зелено-жолта боја и се карактеризираат со изразен горчлив вкус. Покрај макронутриентите, содржи и значајно количество на витамини B1 и B2, витамин C, фолна киселина, биофлавоноиди, кумарини, јаболкова, салицилна, оксална, винска и лимонска киселина. Поради високата концентрација на лимонска киселина и ензимски комплекси, плодот од грејпфрут е составен дел на многу режими на исхрана наменети за редукција на телесната тежина. Присуството на салицилна киселина има својство да го разградува неорганскиот калциум што се акумулира во зглобовите, па оттука грејпфрутот се смета дека превентивно делува во развојот на артрит. Вредно е да се потенцира дека плодот на грејпфрут содржи значајно количество на ликопен и нарингенин, за кои е утврдено дека покажуваат силна антиканцер активност. Редовното консумирање на грејпфрут повољно влијае врз кардиоваскуларниот и имунолошкиот систем, покажува диуретски ефект и антипаразитно дејство. Високата содржина на витамин C преку стимулирањето на синтезата на колаген позитивно влијае врз изгледот и структурата на кожата.

Особено внимание треба да се обрне на фактот дека сокот од грејпфрут влегува во интеракција со исклучително голем



број на лекови и на таков начин значително влијае врз појавата на несакани ефекти кај пациентите. Оттука, значајно е да се подвлече дека консумирањето на грејпфрут е контраиндицирано со примената на лекови.

Табела 4 Енергетска и нутритивна вредност на грејпфрутот, изразени на 100 г производ

Енергетска вредност	kcal	32
Протеини	g	0,63
Јаглехидратри	g	8,08
Маси	g	0,10
од кои заситени масни киселини	g	0,014
Диететски влакна	g	1,1
Вода	g	90,89
Мононезаситени масни киселини	g	0,013
Полинезаситени масни киселини	g	0,024
Витамин C	mg	34,4
Витамин B1	mg	0,036
Витамин B2	mg	0,020
Витамин B3	mg	0,250
Витамин B5	mg	0,283
Витамин B6	mg	0,042
Фолати	mcg	10
Витамин B12	mcg	0
Витамин A	IU	927
Витамин D	IU	0
Витамин E	mg	0,13
Калциум	mg	12
Железо	mg	0,09
Магнезиум	mg	8
Фосфор	mg	8
Калиум	mg	139
Натриум	mg	0
Цинк	mg	0,07
Бакар	mg	0,047
Манган	mg	0,012
Селен	mcg	0,3

Литература:

1. Dudek S., 2014. Nutrition Essentials for Nursing Practise, seventh ed. Wolters Kluwer Health, Philadelphia.
2. Gandy, J., Madden, A., Holdsworth, M, 2012. Oxford Handbook of Nutrition and Dietetics, second ed. Oxford University Press, London.
3. Roth R., 2011. Nutrition & Diet Therapy, tenth ed. Delmar, New York
4. Štimac D., Krznarić Ž., Vranešić Bender D., Obrovac Glišić M., 2014. Dijetoterapija i klinička prehrana, prvo izd. Medicinska naklada, Zagreb
5. Souci S.W., Fachmann W., Kraut H., 2018. Food Composition and Nutrition Tables, 7th edition Medpharm



Јадранка Дабовиќ-Анастасовска
Валентин Пејевски

Многу често на потрошувачите на глобалниот пазар им се нудат производи или услуги со кои се повредуваат права на индустриска сопственост. Тие производи се фалсификувани производи и лицата кои ги ставаат во промет се богатат на туѓи вложувања во истражување и развој или маркетинг. Фалсификуваните производи во одредени случаи можат да бидат опасни или штетни по здравјето и животот на потрошувачите. Во одредени случаи тие само го доведуваат во заблуда просечниот потрошувач дека купува или користи услуга на одреден производител или давател на услугата, со за него гарантирани својства и квалитет поради кривотворената трговска марка под која тие му се нудат. Тогаш станува збор за нечесна деловна практика.

Што се тоа фалсификувани производи и какви се правните последици од повреда на правата на индустриска сопственост?

Како повреда на пријавените и признатите права патент, индустриски дизајн, трговска марка, топографија на интегрално коло, ознака на потекло на производ и географска ознака се смета секое неовластено:

- користење;
- располагање;
- ограничување;
- имитирање;
- асоцијација;
- вознемирување

на правата и слично, што е спротивно на одредбите од Законот за индустриска сопственост (во понатамошниот текст ЗИС). За да постои асоцијација, не е потребно да постои сличност во изговорот кај трговската марка или сличноста на изгледот. Доволно е името кое доминира на трговската марка со што се повредува правото на друга трговска марка, да биде сосема различно, но според распоредот на елементите, бројот и видот на боите, бројот на елементите, димензиите на елементите и сл., несомнено



да потсетува, односно да создава визија на/за другата трговска марка. Ваквите асоцијации се многу чести при повредите на добропознатите трговски марки.

За имитирање во смисла на ЗИС се смета ако просечниот купувач на стоки, односно услуги, без оглед на видот на производите, може да ја согледа разликата само ако обрне посебно внимание, односно ако кај трговската марка се работи за превод или транскрипција, односно транслитерација. Се поставува прашањето што е тоа просечен потрошувач и дали тој може и треба да се дефинира? Одговорот е негативен. Не е потребно дефинирање на просечниот потрошувач. Всушност, судијата, односно судскиот совет е тој кој треба да се стави во улога на просечен потрошувач, во ситуација без да обрне посебно внимание, односно на прв поглед дали ќе може да ја согледа

разликата на два индустриски дизајна, две трговски марки. Во секој случај не се бара посебно внимание, не се бара знаење и искуство на стручњак од соодветната област, односно мислење на вешто лице. Ова од причина што овие лица не се просечни потрошувачи и мислењето, односно анализата, ја прават со посебно внимание. Евентуално може да се направи анкета или да се користат податоци од рекламни агенции за направени анкети, интервјуа и слично.

Што се однесува до преводот, транскрипцијата и транслитерацијата, тука треба да се биде многу внимателен. Имено, најчесто се проверува англиското, германското и француското јазично подрачје. Меѓутоа, тоа не значи дека доколку некоја трговска марка на македонски

јазик во превод е идентична со друга трговска марка на шпански јазик, нема да претставува повреда. Напротив, оваа одредба ќе се однесува на секое јазично подрачје. Транслитерацијата значи изговор, односно сличност по изговор, а транскрипцијата е пишување, односно сличност по писмо, вклучително кирилично/латинично/арапско и сл.



Со тужбата која се однесува на повреда на правото од патент, тужителот е должен да достави соодветен писмен доказ согласно со ЗИС. Тоа е доказ за целосно испитување и е потребен заради карактерот на патентите што ги признава ДЗИС. Судот може да го определи рокот во кој тужителот треба да го достави доказот, меѓутоа судот, во секој случај, мора да побара да се достави ваков доказ и да ја прекине постапката. Ако доказот не биде поднесен во рокот што

го определил судот, тужбата ќе се отфрли. Притоа, судот треба да внимава да определи доволно долг рок за доставување на доказот, бидејќи постапките за целосно испитување може да траат и повеќе месеци.

Лицето чиешто право е повредено, покрај надомест на штета, со тужба може да бара судот да му наложи на лицето кое ги повредило неговите права:

- да се воздржи од натамошна повреда;
- да му ги одземе и уништи производите кои се произведени или ставени во промет со кои се врши повредата на правото;
- да бара доставување на документацијата и податоците од лицето кое го повредило правото, и



- да се објави пресудата со која се утврдува повредата во средствата за јавно информирање на трошок на тужениот.

Доставувањето на документацијата и податоците од лицето кое го повредило правото е со цел да се дојде до податоци за неовластениот производител. Имено, покрај производителот, повреда на правата од индустриска сопственост прават и дистрибутерот, дилерот, продавачот. Впрочем, тие се лицата кои кога ќе бидат тужени, ќе бидат должни да достават податоци од каде ги набавуваат неовластено произведените стоки, по која цена и сл. На овој начин, носителот на повреденото право на индустриска сопственост ќе има податоци кое друго лице да го тужи, но и податоци за да може да ја конкретизира штетата.

Одземањето и уништувањето на производите кои се произведени или ставени во промет со кои се врши повредата на правото е со цел не само да се заштити носителот на правото, туку и да се заштитат потрошувачите кои можат да бидат доведени во заблуда за потеклото и видот на производите. Во кривичната постапка може да се бара и заплена и уништување на машините и опремата наменети за производство на производите со кои се врши повредата на правото на индустриска сопственост.

Објавување на пресудата со која се утврдува повредата во средствата за јавно информирање треба да се практикува во секој случај, не само заради морална сатисфакција на носителот на правото на индустриска сопственост кое е повредено, туку и заради информирање на јавноста, односно на потрошувачите. Потрошувачите, како најслаба и нај-неука алка во синџирот производство - трговија, се тие кои мора да бидат известени за да не бидат доведени во заблуда. Потрошувачите имаат право, согласно со Законот за заштита на потрошувачите, да го раскинат договорот и да побараат надомест на штета, доколку се утврди повредата на некое право од индустриска сопственост од неовластено произведен и продаден производ. Барањето за објавување на пресудата на трошок на тужениот треба да биде точно специфицирано, на кој медиум (дневен весник, ТВ, радио, билборд и сл.), на која страница, во колку часот и сл. На таков начин ќе се заштити и тужениот од неоправдани трошоци, бидејќи тужителот може неоправдано да бара Пресудата да се објави истовремено во повеќе дневни весници, на повеќе радиостаници, на повеќе ТВ станици и сл. Судот е тој кој треба да ја цени оправданоста на така поставеното барање.

ПРОДАЖБА НА ПРОИЗВОДИ НА АКЦИЈА

М-р Маријина Грнчаревска

Организацијата на потрошувачи на Македонија спроведе онлајн анкета за акциските продажби, односно за продажба на производи на акција, при што добивме 267 одговори. Потрошувачите имаат можност да дадат одговор на тоа дали преферираат купување на производи на акција, на кој начин се информираат за акциски продажби, дали се соочуваат со определен проблем и сл.

Издначен број на одговори, или вкупно 66%, упатуваат на тоа дека најголем фактор којшто влијае врз одлуката да се купи одреден производ е навиката (33%) и интернет-рекламата (33%). Поголемо влијание врз потрошувачот (20%) имаат и информациите добиени од пријател, додека, пак, печатените промотивни материјали и ТВ рекламите имаат помало влијание врз одлуката да се купува одреден производ.

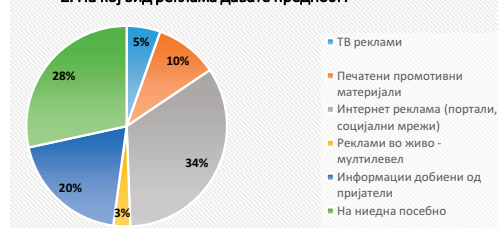
1. Што најмногу влијае на вашата одлука при купување на одредени производи ?



Испитаниците во 34% од одговорите се изјасниле дека даваат предност на интернет-рекламата, додека, пак, 28% не даваат предност

на ниту една реклама посебно. Информациите добиени од пријател (20%) се, исто така, често користен вид на информација при купувањето на производ. Само 10% од одговорите упатуваат на тоа дека печатените промотивни материјали се најчест вид на реклама на која потрошувачите даваат предност, додека помал процент се информираат преку ТВ реклама и реклама во живо.

2. На кој вид реклама даваат предност?



Повеќе од половина од одговорите (58%) укажуваат на тоа дека пресудно при купување на производи, за повеќето потрошувачи е тоа дека одреден производ им е потребен во моментот, додека, пак, кај 30% пресудна е токму акциската понуда. 9% од одговорите упатуваат на тоа дека потрошувачите имаат одредени други причини кои се пресудни за нив при купување, а, пак, новиот бренд и последната мода најмалку ги поттикнуваат потрошувачите да купат одреден производ.



Испитаниците во повеќе од половина од одговорите (64%) се изјасниле дека само **понекогаш** ги следат акциските продажби во нивното место на живеење, додека помалку од 29% **секогаш** ги следат акциските продажби. Само 7% од добиените одговори ни укажуваат дека има и потрошувачи коишто **никогаш** не ги следат акциските продажби.

Голем процент од одговорите (75%) укажуваат на тоа дека потрошувачите само **понекогаш** се решаваат да купуваат производи на акција, додека, пак, оние кои одговориле дека **секогаш** купуваат производи на акција се помал процент од 24%. Само 1% во одговорите се изјасниле дека **никогаш** не купуваат производи на акција.

Оние испитанци кои купуваат производи на акција, во 58% од одговорите се изјасниле дека тоа го прават поради тоа што на тој начин заштедуваат, додека 31% поради тоа што производот им е потребен веднаш за користење. Само 11% од одговорите на испитанците укажуваат на тоа дека потрошувачите се одлучуваат да купат производ на акција за да не им затреба во иднина.



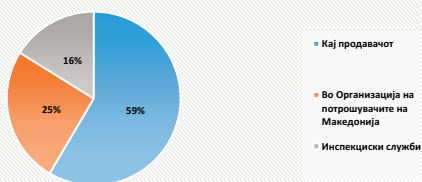
Квалитетот на производите е пресуден фактор при купување на акциска продажба во повеќе од половина од добиените одговори од испитанците (54%), а голем е процентот (42%) на испитанци кои се изјасниле дека за нив цената игра важна улога во купувањето на производи на акциска продажба. Само мал процент од одговорите упатуваат на тоа дека за потрошувачите најмалку значаен фактор при купување на акциски производи е **брендот** (3%) и **амбалажата** (1%).



Испитанците во 54% од одговорите се изјасниле дека доколку цената на производот којшто го купуваат во продавницата е повисока од онаа којашто е наведена во рекламниот флаер, имаат право да им биде **наплатена цената од рекламниот флаер**, додека во 30% од добиените одговори потрошувачите сметаат дека нивно право е да го **вратат производот и да им бидат вратени парите**.



9. Каде ќе се обратите доколку цената на производот на акција во продавницата е повисока од цената истакната во рекламниот флаер?



Само мал преоцент (13%) сметаат дека нивно право е да ја платат цената евидентирана во продавницата.

Најмногу користена опција за жалба од страна на потрошувачите, доколку цената на производот на акција во продавницата е повисока од оној во рекламното флаер, е да се обратат кај **продавачот** (59%), додека значителен процент од 25% се изјасниле дека се обраќаат до **Организацијата на потрошувачите на Македонија**. Најмал е процентот на одговори на анкетираниите (16%) кои се изјасниле дека во ваков случај би се пожалиле до **инспекциските служби**.

Од одговорите во спроведената анкета можеме да заклучиме дека сознанијата за акциски продажби потрошувачите најчесто ги добиваат на социјалните мрежи и преку интернет-рекламите. Голем процент од потрошувачите купуваат производи на акција најчесто затоа што производите им се потребни и на тој начин заштедуваат средства во домашниот буџет. Сепак, при одлуката за купување на производи на акциска продажба најголема улога игра квалитетот и цената на производот. Потрошувачите се свесни дека треба да им биде

наплатена цената која ја пишува на рекламните флаери за акциска продажба и доколку им биде наплатена повисока цена, спремни се да реагираат најпрво до продавачот и да го вратат производот. Доколку не го решат проблемот на тоа ниво, запознаени се дека треба да се обрратат до Организацијата на потрошувачите на Македонија и инспекциските служби.



ФИЦЕТ ИГРАЧКИТЕ МОЖАТ ДА СОДРЖАТ ОПАСНИ ХЕМИКАЛИИ

М-р Марџина Грнчаревска

Родителите се загрижени за фицет играчките

Фицет, попит или антистрес играчките се еден вид на играчки со различни имиња. Заедничко за сите е што тие можат да се стискаат, влечат или притискаат за да ги задржат рацете на децата активни.

Дел на загрижени родители испратија прашања за популарната играчка што нивните деца често ја гледаат на видеата на Тик Ток.

Како резултат на тоа, Данскиот совет за потрошувачи THINK Chemicals тестираше 21 различен тип на детски играчки - фицети за содржината и количината на проблематични хемикалии во овие играчки.

Од тестираните играчки, само 1 фицет содржи забранет фталат (phthalate), а 12 од 21 фицет не ги содржат проблематичните хемикалии за кои беа тестираны.

За една од тестираните играчки во форма на приврзок за клучеви од wish.com беше утврдено дека содржи фталат DIBP во високи количини, над дозволената граница.

DIBP е забранета супстанција во играчки и други производи во ЕУ бидејќи хемикалиите го нарушуваат ендокриниот систем. Од таа при-



чина, овој производ беше пријавен во Данската агенција за заштита на животната средина.

Сомнителен канцероген РАН пронајден во повеќе производи

При тестирањето е утврдено дека 4 фицети содржат РАН нафталин за кој постои сомневање дека е канцероген.

Во сите 4 производи количината е над германската препорака за играчки со кои децата се подолго во контакт со кожата.

Други канцерогени РАН се забранети во играчките. Сепак, нафталиноот не е еден од нив.

Овие 4 фицети содржат нафталин:

- Приврзок за клучеви Edamame од Light-inthebox
- Портокалово пилешко од Chao Chao
- Симпатичен попер во облик на кикиритки од Bent

- Смешковец што може да се свитка од ABC-leg

Попит играчки содржат проблематични силиксани

Попит е вид на играчка која децата можат да ја притискаат преку малите меури кои се движат горе-долу на една основа изработена од силикон. Во тестот, за три попит играчки се покажа дека содржат силиксани D4, D5 и D6. Овие силиксани се проблематични за животната средина и затоа на официјалната листа на ЕУ се наведени како супстанции од висок ризик (SVHC).

Овие хемикалии можат да бидат проблематични и за вашето здравје. D4 е класифициран како супстанција која ја нарушува репродуктивната функција кај луѓето. D4 и D5, исто така, се сомнителни дека го нарушуваат ендокриниот систем. Составот на силиксаните во попит играчките се легални и се чини дека се вообичаена супстанција во силиконските производи.

Сè уште не е утврдено дали овие хемиски супстанции се пренесуваат кај децата во текот на играњето со нив. Данската агенција за заштита на животната средина презема активности за да го истражи овој случај.

Дури и ако измерената содржина е ниска, од претпазливост, во играчките не треба да има супстанции со висок ризик по здравјето на децата. Изложеноста на децата на несакани хемикалии треба да биде што е можно помала.

Данскиот совет за потрошувачи Think Chemicals: Потребно е да се истражат и регулираат повеќе хемикалии

„Играчките може да содржат проблематични хемикалии. Затоа треба да истражime и регулираме повеќе хемикалии во играчките. Пример за тоа се цикличните силиксани кои се чини дека се во многу производи изработени од силикон. Дури и ако нивната содржина е ниска, сепак постои загриженост. Постои ризик овие хемикалии да се пренесат од силиконот бидејќи децата си играат со играчките. Дури и ако една играчка не претставува ризик, хемикалиите можат да придонесат за целосна изложеност на децата на несакани хемикалии. Од таа причина, Данската агенција за заштита на животната средина е во процес на истражување и процена на силиксаните во попит играчките“.

Стине Милер, проектен менаџер, Дански совет за потрошувачи Think Chemicals

Како се тестирани производите

Испитана е содржината на широк спектар на хемикалии во 21 различен фиџет.

Тестот ги опфатил следните фиџети:

- Fidget pop-it играчки направени со силикон, 3 производи
- Меки топчиња наполнети со течност, 6 производи
- Грашок и грав што може да скокне од мешунките, 3 производи
- Џиновски нудли, 1 производ
- Tangles, 1 производ
- Други видови фиџет играчки, 7 производи

Производите првенствено се купуваат преку интернет.



Играчките се тествани за содржината на широк спектар на проблематични хемикалии кои се:

- Фталати и други омекнувачи
- Забавувачи на пламен
- РАН's
- Фенолни соединенија

Силиконските pop-its, исто така, се испитуваат за содржината на цикличните силоксани, што е циклохексасилоксан (D4), циклопентасилоксан (D5) и циклотерасилоксан (D6).

Исто така, играчките се тествани и за ослободување на хемикалиите од производите. Тестирани се и за меките топчиња наполнети со течност каде што е тестирана содржината на течноста, како и материјалите за кои не секогаш се знае нивниот состав.

Тестиран е и широк спектар на хемикалии. Други хемикалии освен оние кои се тествани, исто така, би можеле да бидат релевантни за различните производи.

Резултати од истражувањето

Производи без проблематични хемикалии

- 12 од 21 производ не содржат проблематични хемикалии за кои се тествани.

Овие 12 производи се без избраните несакани хемикалии:

Lightinthebox:

- Стрес топка (виножито со мрежа) - без CE ознака
- Антистрес грчливи задебелени букви (бои на виножито) - без CE ознака и производот има моќен мирис.

Dollarstore

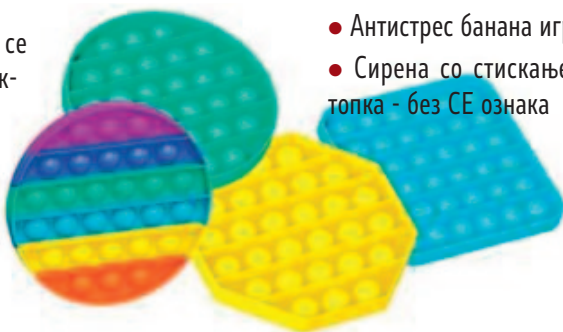
- Пенкало со прикачена жирафа во џунгла

Jumbo Kids:

- Топка со шилци (зелена/сина) - без CE ознака

Bent:

- Антистрес банана играчка
- Сирена со стискање сјајна топка - без CE ознака



- Антистрес стискање ДНК топка (со шарени топчиња во внатрешноста)

ABC Leg:

- Greeblers (розова/жолта/зелена/виолетова/сина/портокалова)
- Сјајна топка, сина

Wish.com:

- Глоблести лепливи топчиња, 4 топчиња (сина, портокалова, зелена, бела) - без CE ознака
- Giant Noodles (зелена, сина, виолетова) - без CE ознака
- Мали фигури (различни форми и бои) - без CE ознака

Еден производ содржи забранет фталат

Приврзокот за клучеви со грашок од wish.com содржи фталат DIBP во концентрации над данската забрана за фталати во играчките. Содржината на DIBP во играчките е измерена на 0,18%.

DIBP е еден од фталатите за кои се покажа

дека предизвикуваат ендокрини нарушувања кај луѓето. Затоа хемикалијата е на официјалната листа на несакани хемикалии на ЕУ.

Од летото 2020 година, 4-те фталати, DEHP, DBP, DIBP и BBP, се забранети во производите за широка потрошувачка во ЕУ. Овие хемикалии се забранети и во играчките.

Повеќе производи содржат нафталин

Во тестот, повеќе производи содржат голема количина ПАХ нафталин за кој постои сомневање дека е канцероген.

Нема правила за содржината на нафталин во играчките. За содржината на 8 други ПАХ, постои ограничување на производите кои се во контакт со кожата долго време.

Во Германија има препораки за содржината на нафталин врз основа на германската ознака GS (Geprüft Sicherheit).

Во сите 4 производи содржината е над препорачаната граница за нафталин во играчките кои децата ги допираат долго време.

Овие 4 производи содржат нафталин:

- Приврзок Edamame (зелен) - од Lightinthe-box
- Портокал пилешко - од Chao Chao



- Попер во облик на кикиритки - од Vent
- Смешковец кој може да се свитка - од ABC-нога

Содржината во 4-те производи е од 1,1 до 6,3 mg/kg.

Рор-ит играчки со мала содржина на нафталин

Циклохексасилоксан (Д4), циклопентасилоксан (Д5) и циклотетрасилоксан (Д6) се сите проблематични за животната средина бидејќи не се распаѓаат. Затоа, тие се на официјалната листа на ЕУ за несакани хемикалии.

Дополнително, циклохексасилоксанот (Д4) е класифициран во ЕУ како сомнителен дека ја оштетува репродуктивната функција. И Д4 и Д5 се сомнителни како ендокрини блокатори.

Сепак, содржината на Д4, Д5 и Д6 е под барањата на содржина на силикон во играчките со нордиска еколошка ознака. Содржината е под граничната вредност поднесена на предлогот со кој ќе се забрани употребата на цикличните силиоксани во производите за широка потрошувачка.

Повеќе од овие хемикалии се дозволени и во одредени видови на козметика и производи за нега. Во моментот, се чини дека овие видови на несакани хемикалии се типична резидуална содржина во силиконските производи.

Не знаеме дали овие хемикалии се пренесуваат од силиконот кога децата си играат со нив. Данската агенција за заштита на животната средина е во процес на истрага за ова.

Данскиот совет за потрошувачи THINK Chemicals ја следи истрагата и ќе ги ажурира податоците со нови сознанија за оваа тема.

Овие 3 тестирани „pop-it“ играчки од силикон содржат проблематични циклични силиксани:

- Меурчиња фиџет играчка (pop-it), виолетова - од Lightinthebox
- Меур pop-it, тиркизен - од Jumbo kids
- Pop it Bubble, виножито небо - од Bent

Кога станува збор за содржината на силиконите, резултатите од 3 тестирани производи се многу слични.

Содржината на D4 е помеѓу 27 и 60 mg/kg, а содржината на другите силиксани (D5, D6, D7, D8 и D9) е помеѓу 280 и 550 mg/kg.

Содржина на фенол во еден производ

Еден од тестираните производи содржи фенол кој е класифициран како сомнителен и канцероген во ЕУ. Производот е Ho tangle (црн, зелен и црвен твистер) од Chao Chao.

Ослободувањето на фенол е ограничено во играчките во ЕУ. Сепак, не го измериле ослободувањето на хемикалии од играчката, само содржината. Затоа, не се знае колку фенол се ослободува кога децата си играат со играчката.

Сепак, содржината е над границата што важи за содржината во производите со текстил од брендот Oekotex Tiltro. И содржината на сомнителните канцерогени хемикалии генерално е непосакувана во играчките и производите за деца.

Мирис

Некои производи имаат хемиски мирис. На пример, една од меките топчиња од Lightinthebox.

Не мора да постои врска помеѓу мирисот и несаканите хемикалии. Сепак, секогаш препорачуваме да ја проветрувате играчката неколку дена доколку има хемиски мирис.



Ако мирисот продолжи, ве охрабруваме да контактирате со продавачот и да го вратите производот.

СЕ ознака

Играчките мора да имаат ознака СЕ за легално да се продаваат во ЕУ. Но, 10 производи во тестот немаат ознака СЕ.

Ниту еден производ од Lightinthebox и wish.com нема ознака СЕ. На некои играчки од Chao Chao и Bent, исто така, им недостасува знакот.

Секогаш проверувајте ја етикетата на производите кога ги купувате или добивате.

Ако некој производ е без СЕ ознака, име или друг вид на информации за идентификација на компанијата, препорачуваме да не го купувате или да го вратите.

Сепак, ознаката СЕ не е гаранција дека производот е во согласност со правилата за играчки. Ова сме го виделе претходно на тест на фиџетс спинери.

Тоа е единствен начин на производителот да им покаже на властите дека производот е во согласност со законот за играчки во ЕУ.

POP-it силиконските модли не смеат да се употребуваат за храна

Дали сте наишле на pop it фиџети кои се користат за печење торта или правење чоколадо?

Можеби на Тик Ток?

Силно советуваме да не користите фиџети за храна. Фиџет играчките може да испуштаат несакани хемикалии во храната по печењето.

Посебни правила важат за материјалите кои се во контакт со храната за да се ограничи испуштањето на проблематични хемикалии во храната.

Pop-it направени од силикон се играчки и не се наменети за храна. Затоа, производителот не тестира дали се безбедни или не за употреба во контакт со храна на високи температури.

Данската агенција за заштита на животната средина го испитува составот на играчките изработени од силикон

Проблематичните силоксани - или силиконски хемикалии - можат да бидат штетни за животната средина и да претставуваат ризик по здравјето. Силиконската хемикалија Д4, исто така, е штетна за животната средина и е класифицирана во ЕУ како сомнителна дека ја оштетува нашата плодност.

Сепак, не знаеме доволно за овие проблематични силиксани и дали хемикалиите се пренесуваат од силиконот во играчките, кога децата си играат со нив.

Данската агенција за заштита на животната средина ја истражува содржината и ослободу-

вањето на силиконската хемикалија циклохексасилоксан (Д4) од силиконски производи како што се pop it играчките.

Резултатите од истражувањето сè уште не се објавени. Доколку резултатите го сменат сегашниот поглед на содржината на силоксаните во играчките, од Данскиот совет за потрошувачи THINK Chemicals ќе ги ажурираат нивните заклучоци.

Потрошувачите треба да внимаваат какви играчки купуваат за своите деца (фиџет, попит или антистрес играчки), бидејќи според тестирањето се утврдува дека одредени иг-



рачки од овие категории содржат штетни хемиски и канцерогени состојки коишто се штетни по здравјето. Секогаш при купувањето да проверуваат дали на играчките ја има ознаката CE, дали производот има етикета (состав, земја на потекло и сл.), а доколку немаат ознака, ниту етикета, не е препорачливо да купуваат такви производи.



АНАЛИЗА НА КВАЛИТЕТОТ НА КЕЧАПОТ НА ПАЗАРОТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Проф. д-р Лидија Пејрушевска - Този

Проф. д-р Тања Пејреска Ивановска

Ас. м-р Зоран Живик

Кечапот претставува прехранбен производ кој се добива со соодветна технолошка постапка од иситнети делови на зеленчук и додадени состојки за постигнување на карактеристичен мирис и вкус. Под поимот кечап најчесто се подразбира кечап произведен од домати, но постојат и производи кои се добиени од друг вид на зеленчук, со тоа што задолжително кај нив треба да се наведе суровината од која се изработени. Технолошката постапка за производство на кечап најпрво вклучува подготовка на доматиен концентрат во кој потоа се додаваат зачини и други додатоци, согласно со дефинираната рецептура.

Доматниот концентрат се добива од зрели плодови на домати кои најпрво се загреваат и пасираат сè додека концентратот не постигне содржина на сува маса од околу 16%. На вака добиениот концентрат се додаваат зачините и останатите додатоци и потоа повторно се загрева со цел згуснување, односно додека не се добие содржина на сува маса од 32%. Ваквата смеса се хомогенизира со помош на пасирање и се пакува во соодветна амбалажа.

При производството на кечап, дозволено е да се употребуваат некои додатоци, како што се:

- растителни белковини;
- брашно и скроб до 5% (м/м);
- кујнска сол (NaCl) до 3% (м/м);
- шеќер (сахароза) и рафиниран шеќерен сируп и
- оцет, природни зачини, екстракти и дестилати од природни зачини.

Кечапот од домати мора да ги задоволува следните карактеристики за да стаса до пазарот:

- да има вкус, мирис и боја својствени за домати;
- да има умерено густа, хомогена и мазна конзистенција без видливи парчиња на зеленчук;
- да не содржи туѓи примеси;
- да не е загорен и да не покажува знаци на ферментација;
- да содржи најмалку 8% (м/м) сува материја по потекло од домати и
- да содржи најмногу 0,05% пепел нерастворлив во хлороводородна киселина.

На пазарот постои исклучително голем спектар на овие прехранбени производи кои се разликуваат по составот и нивната енергетска и нут-

ритивна вредност. Со цел да се добие јасна слика за квалитетот и составот на производите кои се пласираат на пазарот на територијата на Република Северна Македонија, спроведена

е анализа на неколку различни производи. Резултатите од истражувањето се прикажани по-долу.

Витаминка Tomato Ketchup Original

Нето-количина (g)	500
Енергетска вредност (kJ/100g)	427
Масти (g/100g)	0
од кои заситени (g/100g)	0
Јаглехидрати (g/100g)	25
од кои шеќери (g/100g)	22
Протеини (g/100g)	0,9
Сол (g/100g)	3
Сува материја (%)	мин. 28
Конзерванси	калиум сорбат, натриум бензоат



Македонија Доматен благ кечап

Нето-количина (g)	425
Енергетска вредност (kJ/100g)	406
Масти (g/100g)	0
од кои заситени (g/100g)	0
Јаглехидрати (g/100g)	22,73
од кои шеќери (g/100g)	13,1
Протеини (g/100g)	1,1
Сол (g/100g)	2,57
Сува материја (%)	мин. 20
Конзерванси	E211, E202

КИМ Кечап од домати - благ

Нето-количина (g)	500
Енергетска вредност (kJ/100g)	480
Масти (g/100g)	0
од кои заситени (g/100g)	0
Јаглехидрати (g/100g)	26,7
од кои шеќери (g/100g)	16,7
Протеини (g/100g)	1,3
Сол (g/100g)	2,3
Сува материја (%)	мин. 25%
Конзерванси	E202, E211



Подравка Кечап благ	
Нето-количина (g)	500
Енергетска вредност (kJ/100g)	385
Масти (g/100g)	0,15
од кои заситени (g/100g)	0,03
Јаглехидрати (g/100g)	22
од кои шеќери (g/100g)	12
Протеини (g/100g)	1,3
Сол (g/100g)	1,86
Сува материја (%)	мин. 23%
Конзерванси	E202, E211



Polimark Кечап благ	
Нето-количина (g)	500
Енергетска вредност (kJ/100g)	325
Масти (g/100g)	0,1
од кои заситени (g/100g)	0
Јаглехидрати (g/100g)	18
од кои шеќери (g/100g)	14
Протеини (g/100g)	1,1
Сол (g/100g)	2,1
Сува материја (%)	мин. 20%
Конзерванси	калиум сорбат

Nectar Благ кечап	
Нето-количина (g)	500
Енергетска вредност (kJ/100g)	312
Масти (g/100g)	0.14
од кои заситени (g/100g)	0.1
Јаглехидрати (g/100g)	15.9
од кои шеќери (g/100g)	12.3
Протеини (g/100g)	1.5
Сол (g/100g)	2.04
Сува материја (%)	мин. 20%
Конзерванси	натриум бензоат, калиум сорбат



Swisslion Agroplod Кечап

Нето-количина (g)	500
Енергетска вредност (kJ/100g)	290
Маси (g/100g)	0,2
од кои заситени (g/100g)	0
Јаглехидрати (g/100g)	15
од кои шеќери (g/100g)	12
Протеини (g/100g)	1,2
Сол (g/100g)	2,2
Сува материја (%)	мин. 20%
Конзерванси	натриум бензоат, калиум сорбат



Le Bon Кечап од домати - благ

Нето-количина (g)	1000
Енергетска вредност (kJ/100g)	382
Маси (g/100g)	0
од кои заситени (g/100g)	0
Јаглехидрати (g/100g)	20,8
од кои шеќери (g/100g)	16,6
Протеини (g/100g)	1,4
Сол (g/100g)	2,3
Сува материја (%)	/
Конзерванси	E202



HEINZ Кечап од домати

Нето-количина (g)	450
Енергетска вредност (kJ/100g)	435
Маси (g/100g)	0.1
од кои заситени (g/100g)	< 0.1
Јаглехидрати (g/100g)	23,2
од кои шеќери (g/100g)	22,8
Протеини (g/100g)	1,2
Сол (g/100g)	1,8
Сува материја (%)	мин. 29%
Конзерванси	/



Develey Кечап од домати	
Нето-количина (g)	450
Енергетска вредност (kJ/100g)	393
Маси (g/100g)	0,2
од кои заситени (g/100g)	< 0,1
Јаглехидрати (g/100g)	19,3
од кои шеќери (g/100g)	16,7
Протеини (g/100g)	1,7
Сол (g/100g)	1,8
Сува материја (%)	/
Конзерванси	/



Согласно со извршената анализа може да се заклучи дека генерално сите производи одговараат на барањата пропишани со Правилникот за барањата во однос на квалитетот на преработени производи од овошје и зеленчук како и печурки и нивни преработки, со исклучок на три производи. Кај **Le Bon Кечап од домати** - **благ**, од испитуваните производи, не е наведена содржината на суви материи на нут-

ритивната декларација. Кај **HEINZ Кечап од домати**, на нутритивната декларација недостапуваат податоци за присуството на конзерванси, додека кај **Develey Кечап од домати** не се наведени податоци за содржината на суви материи ниту за присуството на конзерванси. Ваквото несоодветното нутритивно декларирање е сериозен проблем бидејќи може да ги доведе потрошувачите во заблуда.



ИНТЕРВЈУ СО АГЕНЦИЈА ЗА ПОШТИ

Со Директорката Билјана Аврамоска Ѓореска

1. Што претставува Агенцијата за пошти и кои се нејзините надлежности ?

Агенцијата за пошти претставува независно регулаторно тело во областа на поштенските услуги. Таа е основана во 2008 година од страна на Собранието на Република Македонија како самостојно и непрофитно правно лице кое врши јавни овластувања утврдени со Законот за поштенските услуги.

Согласно со одредбите од Законот за поштенските услуги, Агенцијата за пошти има повеќе надлежности меѓу кои и да донесува и спроведува подзаконски акти врз основа на Законот за поштенски услуги, го осигурува обезбедувањето на универзална услуга, обезбедува услови за пристап на корисниците до универзалната услуга, спроведува постапка за определување на давател на универзална услуга, издава општи овластувања - лиценци за обезбедување на поштенски услуги по поднесена нотификација, го следи обезбедувањето на универзалната услуга и работењето на давателите на поштенските услуги во согласност со овој закон и прописите донесени врз основа на него.

Исто така, Агенцијата го следи развојот на пазарот на поштенските услуги и ја промовира конкуренцијата на пазарот на поштенски услуги, врши надзор и контрола на работењето на давателите на поштенските услуги и презема мерки согласно со закон против давателите на поштен-

ски услуги кои не ги спроведуваат одредбите од Законот и прописите донесени врз основа на него. Агенцијата води постапки за решавање на спор меѓу давателите на поштенски услуги и нивните корисници, меѓу давател на универзална услуга и другите даватели на поштенски услуги.

Како една од надлежностите на Агенцијата за пошти ја издвојуваме заштитата на интересите на корисниците на поштенските услуги. Во тој поглед, корисниците, без разлика дали се во својство на испраќачи или примачи на пратки, доколку имаат прашања поврзани за поштенските услуги или, пак, имаат проблем со доставата на своите пратки, имаат можност да се обратат до Агенцијата, од каде што ќе добијат информации, насоки и одговори за тоа на кој начин да ги искористат своите законски права пред давателите на поштенски услуги, но и пред самата Агенција.

2. Која е улогата на Агенцијата за пошти во регулирањето на пазарот на поштенски услуги?

Согласно со нејзината единствена позиција и улога во поштенскиот сектор, Агенцијата има за цел имплементација на одредбите од важечката легислатива во која се уредуваат односите на поштенскиот пазар, како и имплементација на одредбите од поштенските директиви на Европската Унија.

Исто така, значаен сегмент од делувањето на Агенцијата е натамошното от-



ворање на пазарот преку создавање услови за услуги во интерес на корисниците, односно креирање на поштенски пазар со иновативна, кориснички ориентирана и ефикасна поштенска мрежа во која давателите на поштенски услуги нудат ефективни, квалитетни и флексибилни услуги кои одговараат на социјалните и технолошките промени и се во релација на потребите на корисниците.

Улогата на Агенцијата која воедно е во корелација со нејзините надлежности е насочена кон промовирање и развој на ефективна и ефикасна конкуренција во поштенскиот сектор, со крајна цел спречување на пазарни нарушувања врз основа на недозволените здружувања и преземања и спречување на појава на нелојална конкуренција.

3. Доколку поштенската пратка е испорачана оштетена или воопшто не стасала до потрошувачот иако има потврда за препорачана пратка, каде да се обрати потрошувачот?

Агенцијата, претставките и приговорите секогаш ги разгледува многу одговорно и соодветно ги презема потребните активности, притоа вложувајќи максимален напор со цел да им помогне на корисниците или да ги советува како најдобро можат да ги заштитат своите права или, пак, да ги реализираат своите барања пред давателите на поштенските услуги или други институции.

Доколку корисниците имаат проблем со доставата на пратките, односно пратката е оштетена или воопшто не е доставена, прв чекор кој треба да го направат е да поднесат писмена рекламација до давателот на поштенски услуги кој ја врши поштенската услуга, односно кај давателот на поштенски услуги кај кого е предадена пратката за достава. Испраќачот има право да поднесе писмена рекламација до давателот во рок од три месеци од денот на испраќање на пратката, но ако не го испочитува

предвидениот рок, тој го губи правото за надомест на штета.

Со информациите кои се содржани во прирачниците за поднесување на претставка и приговор до Агенцијата за пошти кои ги изработивме минатата година, на корисниците им е поедноставено составувањето на претставката или управниот приговор, со насоки за тоа кои сè неопходни информации, податоци и писмени докази треба да ги достават и приложат при поднесување на претставката/приговорот, и тие се објавени на нашата веб-страница: <https://ap.mk/mk/prirachnik-za-podnesuvane-na-pretstavki-i-predlozi>) и

(<https://ap.mk/mk/prirachnik-za-podnesuvane-na-upraven-prigovor-do-agencija-za-poshti>)

Во насока на информирање и подигање на јавната свест, ќе дозволиме накратко да ги објаснам и основите за поднесување на рекламација од страна на примачите на пратки до давателите на поштенските услуги:

- Доколку на примачот на пратка му се доставува поштенска пратка со надворешно видливо оштетување, тој има право да поднесе писмена рекламација веднаш при приемот на пратката или да го одбие приемот на пратката.
- Во случај кога оштетувањето не е видливо однадвор, примачот може да поднесе рекламација по правило првиот нареден работен ден од денот на приемот на пратката, при што треба да докаже дека оштетувањето или намалувањето на содржината на поштенската пратка настанало пред нејзиното врачување.
- Давателите се должни да примат рекламација и да одговорат по неа во рок од 30 дена ако се работи за пратка во внатрешниот сообраќај и во рок од два месеца за пратки во меѓународниот сообраќај.

4. Кој е одговорен за надомест на штетата предизвикана од изгубена или оштетена поштенска пратка?

Давателите на поштенски услуги се одговорни за штета настаната на препорачана поштенска пратка, пратка со означена вредност и пакет во случај на губење, ограбување или оштетување на пратката и пречекорување на рокот за достава.

По исклучок, давателите на поштенски услуги нема да бидат одговорни ако докажат дека тие се предизвикани од виша сила, се по вина на испраќачот, надлежен орган ја одзел или ја уништил поштенската пратка што содржи забранети материји или предмети, корисникот на поштенски услуги со измама ја осигурил содржината на поштенската пратка на износ кој ја надминува вистинската вредност на содржината, поштенската пратка не е доставена како последица на неточна адреса и корисникот на поштенските услуги не направил рекламација согласно со законските рокови.

Во меѓународниот поштенски сообраќај, од друга страна, давателите на поштенски услуги одговараат во согласност со меѓународните акти што ги склучила, односно им пристапила Република Северна Македонија.

Висината на надоместокот за направената штета којашто давателот на поштенските услуги е должен да му ја исплати на корисникот, исто така, е утврдена во Законот за поштенските услуги.

5. Во кои случаи и на кој начин потрошувачот може да достави приговор до Агенцијата за пошти?

Доколку е незадоволен од одговорот по рекламацијата, корисникот кој ги исполнил своите обврски кон давателот на поштенски услуги може да поднесе управен приговор до Аген-

цијата за пошти во дополнителен рок од 15 дена од денот на приемот на одговорот, доколку сè уште траат основот и причините поради кои била поднесена рекламацијата до давателот на поштенските услуги. Истото право го има корисникот доколку му е оневозможено да поднесе рекламација или кога во законски предвидениот рок не добил одговор од давателот. Откако во Агенцијата за пошти ќе се прими и евидентира управен приговор, Агенцијата решава по него во рок од 30 дена од денот на приемот на приговорот.

6. Ситуацијата со Ковид 19 ја поттикна електронската трговија и го зголеми бројот на онлајн нарачки со достава до врата на потрошувачите. Која е улогата и одговорноста на поштенскиот доставувач кој ја носи пратката и ги прима парите за неа?

Глобалната криза и пандемијата предизвикани од КОВИД 19 доведоа до низа промени, а меѓу другото го забрзаа и процесот на имплементација на концептот на е-трговија.

Настанатата ситуација со пандемијата придонесе со забрзан чекор да се поттикне електронската трговија и во нашата држава, па во таа насока и да се зголеми бројот на онлајн нарачките со достава до врата.

Во повеќе наврати, Агенцијата за пошти им укажуваше на потрошувачите-примачи на пратки, дека купување од непроверени профили на социјалните мрежи претставува голем ризик и дека давателите на поштенски услуги не одговараат за содржината на пратката. Како што напоменав и претходно, давателите на поштенските услуги можат да преземат одговорност само за губење или целосно оштетување на пратката, за делумно оштетување или ограбување или, пак, за пречекорување на рокот за достава.

Агенцијата за пошти ја поддржува е-трговијата и онлајн нарачките и ги охрабрува потрошу-

вачите да имаат доверба во верификуваните македонски е-продавници и да купуваат од нив бидејќи домашната понуда е зголемена и успева да ги задоволи потребите на купувачите кои се одлучуваат за електронско пазарење. Со ваквиот чекор ќе придонесеме и за развој на домашната економија.

7. Како Агенцијата за пошти гледа на соработката со Организацијата на потрошувачите на Македонија?

Агенцијата за пошти е институција која е отворена за соработка. Доказ за тоа дека практично

дејствуваме во таа насока е и неодамна потпишаниот Меморандум за соработка со Организацијата на потрошувачи на Македонија со кој се зајакнува нашата меѓусебната соработка. Со тоа се отворија поголеми можности за заемна размена на искуства и идеи и работа на заеднички проекти кои ќе бидат од интерес и за потрошувачите и за корисниците на поштенските услуги, а на крајот во интерес на нашите граѓани.



КАДЕ МОЖЕ ДА СЕ ПРИМЕНИ ЕНЕРГЕТСКАТА ЕФИКАСНОСТ?

Проф. д-р Сања Појовска Василевска

С екаде каде што се користи енергија постојат можности за зголемување на енергетската ефикасност. Во најголем број случаи, мерките за енергетска ефикасност самите се отплаќаат преку пониските сметки/трошоци за енергија.

Највообичаени и најприменливи мерки за енергетска ефикасност се:

- Топлинска изолација
- Прозорци со висока топлинска отпорност
- Осветлување кое троши малку електрична енергија
- Домаќински апарати и друга техника со висока енергетска класа

Системи за загревање/разладување кои разумно ја трошат и распоредуваат расположливата енергија

- Енергетски менаџмент и однесување
- Користење на обновливи енергетски извори

домовите. Затоа, при изградба на нови и реновирање на постоечки куќи и станбени згради, треба особено внимание да се посвети на изборот на градежни материјали и топлинска изолација. Топлинската изолација ги намалува загубите на топлина, во грејна сезона ја задржува топлината во просториите, а преку то не дозволува надворешната топлина да навлезе во внатрешноста на станбениот простор. Топлинската изолација помага да се:

- намали користењето на системите за затоплување и разладување,
- заштедат пари на сметките за енергија,
- подобри комфорот.

Некои видови изолација придонесуваат и за звучна изолација.

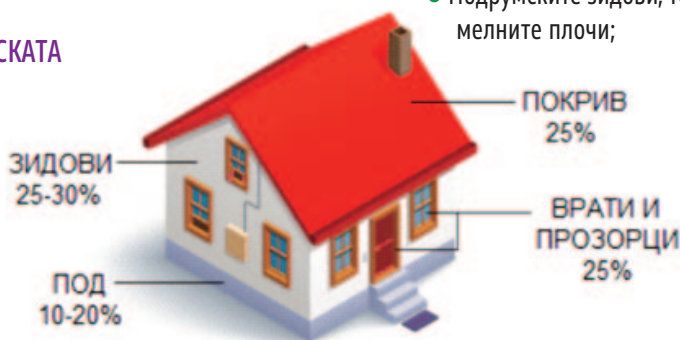
Просечни загуби на топлина низ преградите на една куќа

Добро изолираниот дом има топлинска изолација на:

- Подрумските сидови, темелните плочи;

ЗОШТО Е ВАЖНА ТОПЛИНСКАТА ИЗОЛАЦИЈА?

Трошоците за енергија (загревање, ладење, климатизација) се највисоките ставки во одржувањето на



- Подовите;
- Фасадните сидови;
- Внатрешните сидови;
- Таваниците;
- Армирано-бетонската конструкција (изолација на т.н. топлински мостови);
- Покривната конструкција;
- Фасадните отвори (прозорци, врати);
- Водоводните цевки и цевките од системот за греење и климатизација.

Покрај топлинската изолација, во добро изолиран објект (со соодветна вентилација) не се создава и појавува влага, односно се постигнува комфор со рамномерен распоред на температурите на внатрешниот воздух, без провев и површини кои предизвикуваат чувство на студенило.

ЗОШТО Е ВАЖНО ПРОЗОРЦИТЕ И ВРАТИТЕ ДА БИДАТ ЕНЕРГЕТСКИ ЕФИКАСНИ?

Прозорците, вратите и светларниците се интегрален дел од станбените објекти. Доколку не задоволуваат определени барања за квалитет и се несоодветно монтирани, можат да бидат причина на значителни топлински загуби, кондензација, мувла, провев и лош комфор во домот. Правилно монтиран, нов, енергетски ефикасен производ:

- ја намалува потрошувачката на енергија и штеди пари;
- го зголемува комфорот;
- ја намалува кондензацијата на стаклата при студено време;
- го намалува навлегувањето на бучава и прашина од надвор.

Замената на старите прозорци и врати со енергетски ефикасни, во зависност од тоа колку се заменети, каква била нивната состојба, колку добро биле заптиени, во просек заштедува

околу 10% во потрошувачката на енергија.

За да им се олесни изборот на потрошувачите и да им се гарантира дека набавиле квалитетен производ, веќе е практика столаријата да се сертифицира и да носи соодветни етикети кои потврдено ги декларираат нивните карактеристики.

ДАЛИ Е ПОДОБРО СТОЛАРИЈАТА ДА СЕ ПОПРАВИ, ПОДОБРИ ИЛИ ЗАМЕНИ?

Ако рамките и преклопите на столаријата се сè уште во добра состојба, може да се подобри заптивањето со штелување, замена на механизмите, ленти за изолација и затнување на надворешните сидови околу рамките. Ако има замаглување или кондензација меѓу стаклата, тогаш би требало да се заменат со стакла кои ги намалуваат топлинските загуби. Топлинските загуби можат да се намалат и со поставување на надворешни ролетни или т.н. ветробрани (дополнителен прозорец). Секако, ако столаријата е постара од 25 години - би требало да се замени со нова.

ДАЛИ Е ПОТРЕБНО ДА СЕ ПОСТАВАТ РОЛЕТНИ НА ПРОЗОРЦИТЕ И ЗАСТАКЛЕНИТЕ ВРАТИ?

Прозорските покривки, како ролетни, внатрешни ролетни („венецијанери“) и изолир заветеси, помагаат за намалување на топлинските загуби навечер, при студено време, и за намалување на топлинските добивки преку ден, во лето. Треба да се постават добро припиени на прозорскиот отвор, иако ова најверојатно ќе го зголеми количеството на мраз и кондензација на стаклото (надворешните капаци не создаваат ваков проблем). Прозорските покривки треба да бидат отворени при свежо сончево време за да се овозможат сончеви добивки. Како и обоеното стакло, фолиите го намалуваат несаканото блескање и сончеви добивки

при топло време, но не го намалуваат интензитетот на топлинскиот пренос. Бидејќи фолиите се од траен карактер, недостигот на сончеви добивки може да доведе до зголемени трошоци за загревање кои ги надминуваат заштедите за разладување направени преку лето.

КАКО ДА СЕ ПОСТИГНЕ ЕНЕРГЕТСКА ЕФИКАСНОСТ СО ЗАГРЕВАЊЕТО И РАЗЛАДУВАЊЕТО НА ДОМОТ?

Постојат повеќе начини да се намали потрошувачката на енергија за загревање и разладување на домот, при што, истовремено се зголемува комфорот и се намалуваат сметките за енергија.

Пасивни практики

Пасивните практики помагаат за одржување на внатрешната температура во домот со минимална примена на дополнително загревање или разладување. Пасивните практики можат да се применат при планирање/проектирање на нова или за постоечка градба. Пасивните практики вклучуваат:

- Изолација на таваницата, сидовите и подовите;
- Заптиваче на отворите околу вратите и прозорците;
- Да се овозможи зимското сонце да ја загрева внатрешноста на домот;
- Оневозможување на летното сонце да навлезе во домот;
- Примена на природен проток на воздух.

Систем за загревање/разладување

Ако станбениот објект (кука, зграда) не е проектиран за пасивно затоплување/разладување (односно проектирани да ја чуваат топлината во внатрешноста во зима, а во лето свежината),



потребно е да се избере соодветен систем за загревање/разладување.

Локалните климатски карактеристики, типот на загревниот/разладниот систем, начинот на негово користење, можат да имаат битно влијание на комфорот и трошоците за енергија.

Постојат многу различни типови на грејни системи, со различни извори на енергија и ниво на енергетска ефикасност. Централниот систем за загревање ја затоплува целата кука или стан, додека греалките затоплуваат една до две простории кои најмногу се користат. Постојат многу можности во рамките на овие два вида на затоплување. Најдобриот начин за затоплување во конкретен случај зависи од специфичните околности.

- Гасните загревачи и ефикасните топлински пумпи со реверзибилен циклус имаат пониски трошоци за работа од стандардните електрични загревачи и произведуваат 65% помали емисии на стакленички гасови. Треба да се внимава со гасните загревачи (потребен е дотур на воздух) бидејќи постои опасност да го загадат внатрешниот воздух во домот и да предизвикаат негативни здравствени последици.
- Централните системи за загревање на воздух, како енергетски извор можат да користат гориво (фосилно или обновливо) или топлински пумпи со реверзибилен циклус.

- Централните топоводни системи за загревање обично користат гас, нафта, огревно дрво, сончева енергија или топлинска пумпа.
- Климатизерите со реверзибилен циклус (или топлински пумпи) се најефикасен тип на загревање со електрична енергија.
- Пренасочувачите на топлина имаат вентилатор и канали за насочување на топлиот воздух кон незагреаните делови на домот. Исплатливи се за примена и трошоците за нивна работа се ниски.
- Огревното дрво е обновлив енергетски извор доколку одржливо се сече. Треба да се користи грејно тело со ниска емисивност, а не отворен камин. Третиран дрвен материјал не треба да се гори бидејќи ослободува токсичен чад.
- Преносните електрични греалки може да се евтини за набавка, но се многу скапи за користење. Многу од нив не се толку ефективни како другите методи за загревање.
- Електричното подно загревање често има највисоки емисии на стакленички гасови во споредба со кој било друг систем за загревање и може да биде и најскапа опција за користење.

Секогаш пред и после грејната сезона потребно е да се исчистат филтрите на грејниот систем, за да се обезбеди постојана функционалност. Препорачливо е да се користат тајмери за да се обезбеди загревање на просторот кога тоа е потребно.

При погодливките за шпола лејо, некои од можностите се:

- Вентилатори - тие се најевтино решение и често ги задоволуваат потребите;

- Испарувачки ладилници, тие се особено поволни за реони со ниска влажност на воздухот;
- Климатизери.

Доколку климатизерот е несоодветен и не е правилно инсталиран или одржуван, тогаш ќе ги зголемува сметките за електрична енергија и ќе има негативно еколошко влијание. Пред и после сезоната кога се користи системот за разладување, треба да се исчистат филтрите. Се препорачува примена на тајмери за да се разладуваат само просториите каде што е потребно.

За добро проектирана и изведена кука или зграда, потребно е многу малку енергија за да се постигне комфор. Таа енергија може да биде обновлива или необновлива. Дури и кај постоечките домови постојат многу начини за намалување на сметките за енергија, да се зголеми комфорот и позитивно да се влијае на животната средина.

Системот за загревање и разладување никогаш не треба да се користи како супституција на доброто проектирање/планирање. По-добро е да се инвестира повеќе во енергетски ефикасна градба отколку да се троши енергија за загревање и разладување.

Практични совети за енергетски ефикасно загревање и разладување:

- Уредите за загревање и разладување да не се оставаат да работат навечер или кога нема никој дома (печките со бавно согревање можат да се остават при многу студено време). Ако сакате дома да пристигнете во комфорни



услови, набавете си контролен систем со тајмер кој ќе го вклучи загревањето или разладувањето 15 минути пред да стигнете.

- Термостатите да се постават во просториите кои најмногу се користат, но подалеку од извори на топлина или студ. Секој степен повеќе за загревање во зима, ја зголемува потрошувачката за 5 до 10%. Во зима, термостатот треба да се намести на 18° до 20°C, а во лето на 25° до 27°C.
- Облечете се соодветно за временските прилики. Подобро е да си облечете џемпер отколку да ја покачите температурата во просторијата.
- Одржувајте го системот за загревање/ладење. Рефлекторите да бидат сјајни и чисти. Воздушните филтри редовно да се чистат. Сервисирањето на системот



за загревање/ладење да биде според препораките на производителот. Посебно внимание да се посвети на воздушните филтри.

- Затворете ги прозорците и вратите таму каде што се затоплува или разладува.

- Затворете ги завесите или ролетните, особено кога просторот се затоплува.

Избор на начин за загревање и разладување

За загревање на санитарна вода (бојлер, машина за перење, машина за садови) отпаѓа повеќе од 25% од просечната сметка за енергија на едно домаќинство и исто толку отпаѓа на вкупните емисии на CO₂.

Прв чекор е да се троши помалку топла вода со примена на ефикасни чешми и „слушалки“ за туширање. Заштедата е двојна – се штеди енергија и вода!

Енергетски ефикасен систем за загревање на санитарна вода можеби чини малку повеќе на почетокот, но обично самиот се отплаќа за неколку години преку енергетските заштеди.

Сончевите топлински системи се идеални за загревање на санитарна вода. Проверете дали вашиот дом ги исполнува условите за ваков систем (ориентација, површина за поставување на сончевите колектори, итн.).

Ако инсталирате систем за загревање или разладување, може да штедите пари додека си го одржувате комфорот, преку:

- Користење на вентилатори наместо климатизери;
- Загревање или разладување само на просториите кои се користат - зонирање на системот за да се вклучат/исклучат различни простории;
- Системот треба да одговара на потребите - предимензионираниот систем, без потреба троши повеќе пари за набавка и за работа;
- Системот за загревање/разладување треба да има висока енергетска класа.

ЕДНОШАЛТЕРСКИТЕ ЦЕНТРИ ЗА УСЛУГИ МОЖАТ ДА ИМ ПОМОГНАТ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

ДА ПРЕЗЕМАТ ЧЕКОРИ ЗА РЕНОВИРАЊЕТО НА ДОМОТ

Во кратката серија блогови кои ги објави BEUC - Европската организација на потрошувачите, а се однесуваат на одржли- вото домување, Маријана Лончар-Велкова и Сања Поповска-Васи- левска од Организацијата на потрошувачите на Македонија, објаснуваат како државите од Балканот прават напори да ја поттикнат енергетската ефикасност во домувањето и притоа ја истак- нуваат значајноста на едношалтерски систем на услуги кои треба да им помогнат на потро- шувачите во реновирањето на нивните домо- вите.

Во нашата држава има неефикасно користење на енергијата. Дотолку повеќе што потрошувач- ката на енергија е три до четири пати повисока од просекот во земјите-членки на ЕУ. Ова се должи на застарената енергетска инфраструк- тура и опрема која често се занемарува, особено во станбените згради. Колективните станбени згради претставуваат голем дел од потрошу- вачката на енергија, но, сепак, има и згради кои се градени со висока енергетска ефикасност.

Во секој случај, потенцијалот за енергетско штедење на зградите е висок, помеѓу 30-70%.



Нашата држава во изминативе години има направено значајни подобрувања во утврдувањето на целите за подо- брување на енер- гетската ефикас- ност. На долг рок ова ќе влијае врз на- малувањето на еми- сиите и ограничувањето на другите загадувачи во атмосферата, што е долго- рочен проблем во нашите градови.

Финансирање на реновирање на домови

Секако, има уште многу да се направи во по- глед на намалувањето на емисиите од згра- дите што подразбира финансиски вложувања. На државата ѝ се потребни минимум 1.5-109€ за да ја подобри постоечката енергетска ефи- касност на станбените, деловните и јавните згради до 2040 г. Со оглед на економската состојба во земјата и ефектот врз домакин- ствата, потрошувачите можат единствено со финансиска поддршка да направат енергетски ефикасни вложувања.

Програмата за промоција на обновливите из- вори на енергија и поттикнување на енергет-

ската ефикасност во домаќинствата се спроведува преку субвенции од страна на Владата на Република Северна Македонија. За 2021 година финансирањето изнесува приближно 850.000 € во кои се вбројуваат приближно 800 сончеви системи за греење, 1.000 замени на прозорци, 700 котли на пелети и 130 соларни електрични системи.

Сепак, недостасува веродостојно и единствено место за контакт со потрошувачите. Потрошувачите треба сами да ги најдат квалитетните материјали, апарати и инсталатори, а притоа немаат гаранција дека субвенцијата ќе ѝ послужи на целта да се подобрат капацитетите за затоплување на нивниот дом. Друг проблем е што свеста на потрошувачите за потребата од енергетската ефикасност и придобивките од таквите трошоци за реновирање на домот останува на ниско ниво.

Недостасува подобра комуникација на Владата со потрошувачите во однос на субвенциите. Со цел да се подобри ситуацијата, потрошувачките организации можат да послужат како единствено место за совет, едукација и поддршка на потрошувачите преку воспоставување едношалтерски систем на услуги.

Поддршка на потрошувачите во наредните чекори

Ваквите едношалтерски центри на услуги треба да постојат за да им помогнат на потрошувачите низ целиот процес и одлуки за реновирање на домовите.

Потрошувачките организации се идеални за оваа улога. Организацијата на потрошувачи на Македонија (ОПМ) може да овозможи контакт-точка за советување и поддршка на по-

трошувачите да можат да направат подобрувања на енергетската ефикасност на домовите.

Овој „едношалтерски систем“ треба да даде споредбени информации за трошоците на различни производи како што се: материјали за изолација, прозорци и покриви или сончеви панели и фотоволтаични системи. Тоа треба да биде место за информирање на потрошувачите за најдобрата понуда според нивните потреби и финансии, или да им овозможи да направат споредби на цените со квалитетот.

За да се подобри довербата на потрошувачите на пазарот, да се обезбеди фер конкуренција и да се спречат нефер пазарни практики, овој едношалтерски систем треба да развие и правила за сертификација на компаниите кои работат во градежната индустрија. Тие компании - сертифицирани од ОПМ - ќе бидат дел од списокот на сертифицирани компании. Исто така, ОПМ може да понуди обука за решавање на правни



прашања и алтернативно решавање на споровите на компаниите со потрошувачите.

Работејќи со партнерски организации, ОПМ веќе има развиено правила за сертификација на компаниите и за доделување на сертификатната марка: „Фер со потрошувачот“, а на посебна платформа можат да се контактираат сертифицираните компании. ОПМ работеше и на регионална програма за сертификација - и механизам за постапување по жалби - со други организации на потрошувачи во Србија и Црна Гора.

Организациите на потрошувачи потребно е да се вклучат во дизајнирањето на процеси за потрошувачите со кои ќе се проверува квалитетот на испорачаната услуга. На тој начин ќе биде обезбедена постапката за утврдување на одговорност на сертифицираните компании.



Реновирањето на домот може да биде долг и макотрпен процес, но преку обезбедување поддршка на потрошувачите може да им се помогне да го направат вистинскиот чекор. Едношалтерските центри можат да ги придружуваат потрошувачите во текот на целиот процес на реновирање на домот. Позиционираноста на организациите на потрошувачи им овозможува тие да се идеални за оваа улога бидејќи ги поседуваат потребните алатки и искуство да им помогнат да направат енергетско ефикасни одлуки во нивните вложувања за домот.

АКТИВНОСТИ

НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА

НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА МАКЕДОНИЈА

Организацијата на потрошувачите на Македонија во рамките на проектот „Development of Partnership between Civil Society and the Business Sector“ (Развој на партнерства помеѓу граѓанското општество и бизнис секторот: Модел на услуги за мобилизација на финансиски ресурси), финансиран од страна на Шведската меѓународна агенција за развој и соработка (SIDA), имплементиран од Балканската мрежа за развој на граѓанското општество (BCSDN), во хотелот Солун во Скопје организираше промотивен завршен настан за проектот.

Проектот се спроведува преку ConWeb, што претставува мрежа на национални потрошувачки организации на Југоисточна Европа која ја сочинуваат Центарот за заштита на потрошувачите на Црна Гора (CEZAP), Организа-

цијата на потрошувачите на Македонија (ОПМ) и Националната организација на потрошувачите на Србија (NOPS).

На настанот беше промовиран проектот, резултатите и продуктите преку унапредената соработка со другите потрошувачки организации во регионот на Западен Балкан, со што се остварува можност за воведување на сертификатот „Фер со потрошувачот“ во Србија и во Црна Гора, врз основа на искуството на Република Северна Македонија.

Во рамките на проектот се изработи и Документ за политики: „Унапредување на заштитата на потрошувачите преку фер однос од страна на компаниите“ кој им беше претставен на присутните. Од страна на Балканската мрежа за развој на граѓанското општество (BCSDN)



се обрати г-ѓа Билјана Стојановска, менаџер на регионалниот хаб. На настанот се вклучија и претставниците на CEZAP (Центар за заштиту потрошача Црне Горе) и NOPS (Национална организација потрошача Србије).

На настанот присуствуваа претставници на државни институции, јавни претпријатија, компании од приватниот сектор и граѓански организации, а настанот беше проследен од страна на медиумите.

Организацијата на потрошувачи на Македонија го започна проектот CLEAR-X кој треба да им помогне на потрошувачите да пристапат до технологиите за обновлива енергија и да заштедат пари на сметките за енергија. Проектот е финансиран од ЕУ (координиран од Европската организација на потрошувачи, BEUC), а има за цел да им помогне на потрошувачите да инвестираат во обновливи извори на енергија и мерки за енергетска ефикасност во домаќинствата, по пристапна цена.

Проектот ќе им помогне на потрошувачите со обезбедување на веродостојни информации и насоки за колективно купување со примена на соодветни правила за обновливи извори на енергија.

Проектот беше претставен од претседателката на Европската комисија, Урсула фон дер Лајен, како пример за тоа што ЕУ прави за да им помогне на луѓето „да ги искористат придобивките од енергетската транзиција“, во говорот по повод Неделата на одржлива енергија на ЕУ.

Проектот се фокусира на Централна и Источна Европа (Бугарија, Кипар, Литванија, Северна Македонија, Словачка, Словенија). Целта е да се допре до 38.000 потрошувачи за да се активираат инсталации за обновливи извори во вредност од 27 милиони евра, со фокус на сончевите панели.

Потрошувачите ќе имаат пристап до лабораториски тестирани производи, избрани инсталатори и доверлива контакт-точка од трета страна во текот на нивното патешествие при купувањето. Ова ќе им помогне на потрошувачите да пристапат до обновливите извори на енергија и мерките за енергетска ефикасност, што ќе им овозможи да направат трајни заштеди на сметките за енергија.

„Овој проект ќе им помогне на потрошувачите да инвестираат во обновливи извори на енергија и технологии за енергетска ефикасност. Висок процент на енергијата која ја користиме во домаќинството се троши на греење, а најголемиот дел потекнува од фосилни горива кои се загадувачи. Треба да го промениме ова, заради климата, но и да им помогнеме на потрошувачите да направат трајна заштеда на енергија, а тоа да нè заштити од нестабилните цени на фосилните горива. Овој проект ќе им помогне на потрошувачите низ Централна и Источна Европа да го добијат најдобриот можен договор, да учествуваат во зелената транзиција и да почнат да генерираат заштеди на сметките за енергија“.