

POTROŠAČKI VJESNIK



Godina III, br. 12

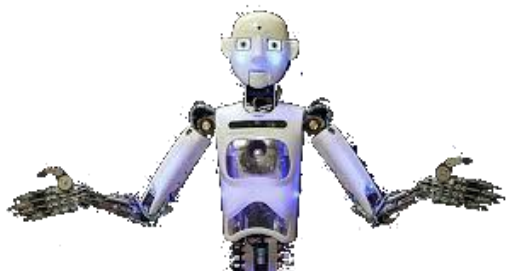
ROZP – informacije i savjeti

Svrha e-newsletter-a je kroz informiranje, edukaciju i savjetovanje potrošača i njihovih obitelji od pasivnog konzumera stvoriti aktivnog potrošača svjesnog svojih prava na zakonom zajamčenu visoku razinu kvalitete roba i usluga, na kulturni i čovjeka dostojan odnos proizvođača i davatelja usluga te na zakonu utemeljenu zaštitu od mita, korupcije, birokratske i monopolističke samovolje.

POTROŠAČKI VJESNIK

ROZP – INFORMACIJE I SAVJETI

Svjetski Dan telekomunikacijskog i informatičkog društva -> 17. svibnja



Svjetski dan telekomunikacija obilježava se 17. svibnja od davne 1969., dok se Svjetski dan informacijskog društva obilježava od studenoga 2005. U studenome 2006., prema odluci Međunarodne telekomunikacijske unije, obilježavanje obaju dana stavljeno je pod zajednički nazivnik te je 17. svibnja proglašen Svjetskim danom telekomunikacijskog i informacijskog društva. Svrha obilježavanja ovog dana podizanje je svijesti o mogućnostima koje pruža uporaba interneta te drugih informacijskih i komunikacijskih tehnologija.

Prema prvim podacima Državnog zavoda za statistiku o uporabi informacijskih i komunikacijskih tehnologija u poduzećima u Republici Hrvatskoj u 2009. visok je stupanj njihove integracije u poslovanju. Uporaba informacijskih i komunikacijskih tehnologija vrlo je važan dio suvremenog poslovanja, a istraživanje je pokazalo da 98% poduzeća upotrebljava računala u obavljanju svakodnevnih zadataka, dok 95% poduzeća ima pristup internetu. Internet je postao nužan čimbenik učinkovitog poslovanja i 57% poduzeća, što je pad od 7% u odnosu na prošlu godinu, posjeduje vlastitu internetsku stranicu. Internet za bankarske i financijske usluge upotrebljava 84% poduzeća, dok se 61% poduzeća služi internetom u administrativne svrhe. Također, znatnije je u odnosu na prošlu godinu porastao broj poduzeća koja upotrebljavaju internet za edukaciju i trening zaposlenog osoblja, i to s 18% na 29%.

Integracija poslovnih procesa i komunikacija između poslovnih subjekata putem interneta omogućuje učinkovitiju ponudu dobara i usluga te njihovu kupnju i prodaju na tržištu. Istraživanje je pokazalo da su internetska kupnja i prodaja u porastu. Dobra i usluge putem interneta kupuje 31% poduzeća (povećanje od 9%), dok ih 23% (povećanje od 11%) nudi na prodaju. Udio e-trgovine u odnosu na konvencionalnu trgovinu je još uvijek prilično nizak, ali je primijećen znatan porast u nekim segmentima. Indikativan je znatan porast broja poduzeća koja ostvaruju više od 50% ukupne prodaje putem interneta. Kada im se pridodaju poduzeća koja ostvaruju više od 25% ukupne prodaje putem interneta, vidi se da je porast u tom segmentu čak 20% u odnosu na prošlu godinu.



Što se pak tiče prvih rezultata uporabe informacijskih i komunikacijskih tehnologija u kućanstvima i od pojedinaca u Republici Hrvatskoj u 2009., također se bilježi blagi porast opremljenosti kućanstava, dok je primijećen značajan porast uporabe širokopojasnog interneta. Rezultati istraživanja pokazali su da su kućanstva u Republici Hrvatskoj još uvijek na relativno niskom stupnju opremljenosti, no primijećen je porast od 2% u posjedovanju računala te porast od 5% u posjedovanju internetskog priključka u odnosu na prošlu godinu.

U odnosu na prošlu godinu primijećen je značajan porast u širokopojasnom pristupu internetu od 26%, dok je istovremeno opao udio kućanstava koja upotrebljavaju dial-up pristup, s 37% na 12%. Udio mobilnog te kablovskog pristupa internetu je na razini prošle godine.



Nisu primijećeni znatniji pomaci u dobnoj strukturi korisnika računala u odnosu na prošlu godinu. Najmlađa populacija još uvijek prednjači u uporabi računala, a broj korisnika opada proporcionalno njihovoj dobi. Sličan trend primijećen je i u strukturi po radnom statusu gdje đaci i studenti kao najmlađa skupina najčešće upotrebljavaju računala. Značajniji porast primijećen je u kategoriji umirovljenika, i to u najstarijoj dobnoj skupini gdje se broj korisnika računala udvostručio.

Usporede li se rezultati s podacima od prošle godine, može se uočiti da pojedinci najčešće upotrebljavaju internet za prikupljanje informacija o proizvodima i uslugama (70%), slanje elektroničke pošte (77%) te čitanje dnevnih novina i časopisa (povećanje od 10%). U porastu je uporaba interneta u svrhu edukacije i prikupljanje informacija o zdravlju (povećanje od 8%).



Rezultati istraživanja pokazuju da trgovina putem interneta još nije dovoljno zastupljena. Samo 10% pojedinaca kupuje robu i usluge putem interneta, ali je ipak zabilježen porast od 3% u odnosu na prošlu godinu. Navike kupaca su vrlo slične onima od prošle godine. Naime još uvijek prednjači kupnja knjiga i časopisa te odjeće i sportske opreme.

Nacrt prijedloga nacionalne strategije kibernetičke sigurnosti (NSKS)

„27. svibnja u ponoć završilo je internetsko savjetovanje sa zainteresiranom javnošću o Nacrtu prijedloga nacionalne strategije kibernetičke sigurnosti i akcijskog plana za njezinu provedbu.“

„Internetsko savjetovanje sa zainteresiranom javnošću o Nacrtu prijedloga nacionalne strategije kibernetičke sigurnosti i akcijskog plana za njezinu provedbu provedeno je u razdoblju od 27. travnja do 27. svibnja 2015. godine. Izvješće o provedenom savjetovanju bit će objavljeno najkasnije do 27. lipnja 2015. godine te dostupno na <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/Dashboard>. Javni okrugli stol na ovu temu planira se održati dana 17. lipnja 2015. godine u 10.00 sati, u Zagrebu, na Fakultetu elektrotehnike i računarstva (FER). Više informacija o okruglom stolu objavit ćemo početkom lipnja ovdje i na: www.fer.hr.“

Zakon o zaštiti potrošača (NN br.41/14 od 31.03.2014.)

Poslovna praksa je nepoštena ako je suprotna zahtjevima profesionalne pažnje i ako, u smislu određenog proizvoda, bitno utječe ili je vjerojatno da će bitno utjecati na ekonomsko ponašanje prosječnog potrošača kojemu je takva praksa namijenjena ili do kojega ona dopire, odnosno prosječnog člana određene skupine potrošača na koju je ta praksa usmjerena.

Poslovna praksa je nepoštena i ako će vjerojatno bitno utjecati na ekonomsko ponašanje samo jasno odredive skupine potrošača koji su zbog tjelesnih ili duševnih mana, dobi ili lakomislenosti posebno osjetljivi na određenu poslovnu praksu ili određeni proizvod, i to na način koji je trgovac mogao razumno predvidjeti, procjenjivat će se iz perspektive prosječnog člana te skupine potrošača.

Nepoštenom poslovnom praksom posebno se smatra: **zavaravajuća poslovna praksa** i **agresivna poslovna praksa**.



Zavaravajuća poslovna praksa:

Poslovna praksa smatra se zavaravajućom ako sadrži netočne informacije, zbog čega je neistinita ili ako na neki drugi način, uključujući njezino cjelokupno predstavljanje, pa čak ako je informacija činjenično točna, zavarava ili je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača u vezi s nekom od okolnosti navedenih u stavku 2. ovoga članka, čime ga navodi ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o kupnji koju inače ne bi donio.



Agresivna poslovna praksa:

Poslovna praksa smatra se agresivnom ako u konkretnom slučaju, uzimajući u obzir sva obilježja i okolnosti slučaja korištenjem uznemiravanja, prisile, uključujući fizičku silu ili prijetnju te nedopušten utjecaj, u bitnoj mjeri umanjuje ili je vjerojatno da će umanjiti slobodu izbora ili postupanja prosječnog potrošača u vezi s proizvodom te ga time navede ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o kupnji koju inače ne bi donio.



Nepoštena poslovna praksa je zabranjena!

Novčanom kaznom u iznosu od 10.000,00 do 100.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj trgovac – pravna osoba ako se koristi praksom koja je nepoštena!

HANFA i zaštita potrošača

Rukovodeći se svojim načelima, od kojih je jedno i izvješćivanje potrošača o aktivnostima iz svog djelokruga rada, HANFA poduzima niz aktivnosti kako bi korisnicima financijskih usluga omogućila pravodobno dobivanje potrebnih informacija. Temeljni ciljevi Hanfe, koji se odnose na očuvanje stabilnosti financijskog sustava i nadziranje zakonitosti poslovanja svojih subjekata nadzora, izravno su povezani i sa zaštitom potrošača. U tom smislu HANFA je svoje aktivnosti usmjerila na:



preventivno djelovanje koje se očituje kroz posredan i neposredan nadzor koji HANFA provodi nad svojim subjektima nadzora, utvrđujući pritom obavljaju li subjekti nadzora svoje poslovne aktivnosti u skladu s relevantnim zakonskim odredbama, kao i izdanim potrebnim ovlaštenjima za obavljanje pojedinih aktivnosti. Registri ovlaštenih pravnih i fizičkih osoba dostupni su na internetskim stranicama HANFE.

razvijanje svijesti o rizicima povezanim uz ulaganja u financijske instrumente, kao i pravima i obvezama subjekata nadzora i korisnika njihovih usluga.

kontinuirano provođenje edukacije potrošača financijskih usluga

pružajući relevantne informacije putem svojih internetskih stranica, objavom zakonske regulative, edukativnih tekstova, publikacija, priručnika i podataka o rezultatima poslovanja subjekata nadzora te odgovarajući na upite, odnosno predstavke potrošača.



DRUŠTVA VISIA CROATICA D.O.O. I VISIA CROATICA D.O.O. K.D.

Nastavno na pojačani interes javnosti i medijske napise, a prema javno dostupnim informacijama i dokumentaciji, HANFA izvješćuje da aktivnosti koje poduzimaju društvo s ograničenom odgovornošću Visia Croatica i komanditno društvo Visia Croatica d.o.o., u vezi s prikupljanjem sredstava za stjecanje udjela u društvu Visia Croatica d.o.o. k.d., ne predstavljaju ponudu vrijednosnih papira javnosti u smislu odredbi Zakona o tržištu kapitala (Narodne novine br. 88/08, 146/08, 74/09, 54/13, 159/13 i 18/15).

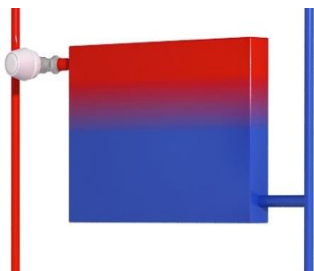


Neovisno o navedenom, HANFA kao što je uobičajeno prilikom financijskih ulaganja, prije donošenja osobne odluke o uplati uloga u komanditno društvo Visia Croatica d.o.o. k.d. daje naputak da je uputno detaljno proučiti sve relevantne informacije vezane uz to ulaganje te se raspitati o mogućim rizicima vezanim uz navedenu uplatu, a sve u cilju potpunog razumijevanja ulaganja i izbjegavanja mogućih kasnijih prijepora između sudionika.

Zaključno, a vezano uz stjecanje dionica društva Imunološki zavod d.d., koje je ciljno društvo u smislu Zakona o preuzimanja dioničkih društava (Narodne novine br. 109/07, 36/09, 108/12 i 148/13), od strane gore navedenih društava, HANFA će, sukladno članku 9. stavak 1. Zakona o preuzimanju dioničkih društava, za svakog tko stjecanjem dionica s pravom glasa društva Imunološki zavod d.d. prijeđe kontrolni prag (25%) nastati obveza objavljivanja ponude za preuzimanje, osim u slučaju postojanja koje od iznimki predviđenih člankom 14. Zakona o preuzimanju dioničkih društava.

Razdjelnici topline – trenutak istine

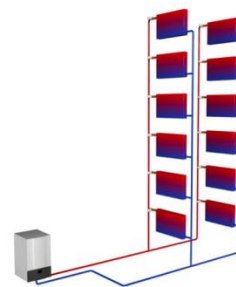
Priča o ugradnji razdjelnika topline u Hrvatskoj je u zadnje vrijeme dosta popraćena u medijima. Uz sve probleme oko buke i neravnomjernog zagrijavanja zgrade, pojavljuje se i problem s računima za grijanje. Stanari koji su u prizemlju i kojima je prevruće imaju daleko manje račune nego stanari koji se slabije ili nikako ne griju jer žive u dijelovima zgrade koji su udaljeniji od toplinske podstanice, crpke (gornji katovi, krajevi zgrada i sl). Kako je to moguće?



Sukladno tome, provedeno je istraživanje, kako bi se provjerilo kolika su zapravo odstupanja mjerenja razdjelnika topline od stvarne potrošnje u graničnim slučajevima hidrauličkog uravnoteženja. Mjerenje se pratilo u odnosu na radiator s pravilnim protokom, odnosno pravilno hidraulički uravnoteženi radiator. Provedena je simulacija hidraulički neuravnoteženog sustava grijanja i radijatora s 200% protoka (odnosno radijatora koji se nalazi bliže crpki i ima dva puta više protoka nego što je potrebno).

Isto tako, provedena je simulacija hidraulički neuravnoteženog sustava grijanja s radijatorom s 50% protoka ili radijatorom koji se nalazi najdalje od crpke (vrhovi i krajevi zgrada). Treći radiator simuliran je na 100% protoka, odnosno kod sustava koji je hidraulički uravnotežen.

Rezultati su bili i više nego zanimljivi. Kod radijatora s 50% protoka razdjelnik je izmjerio gotovo 40% više potrošene energije u odnosu na stvarno potrošenu energiju, dok je kod radijatora s 200% protoka izmjereni utrošak energije bio 10% manji. Naravno, kod radijatora sa 100% protoka razdjelnik je izmjerio stvarnu potrošnju bez odstupanja.



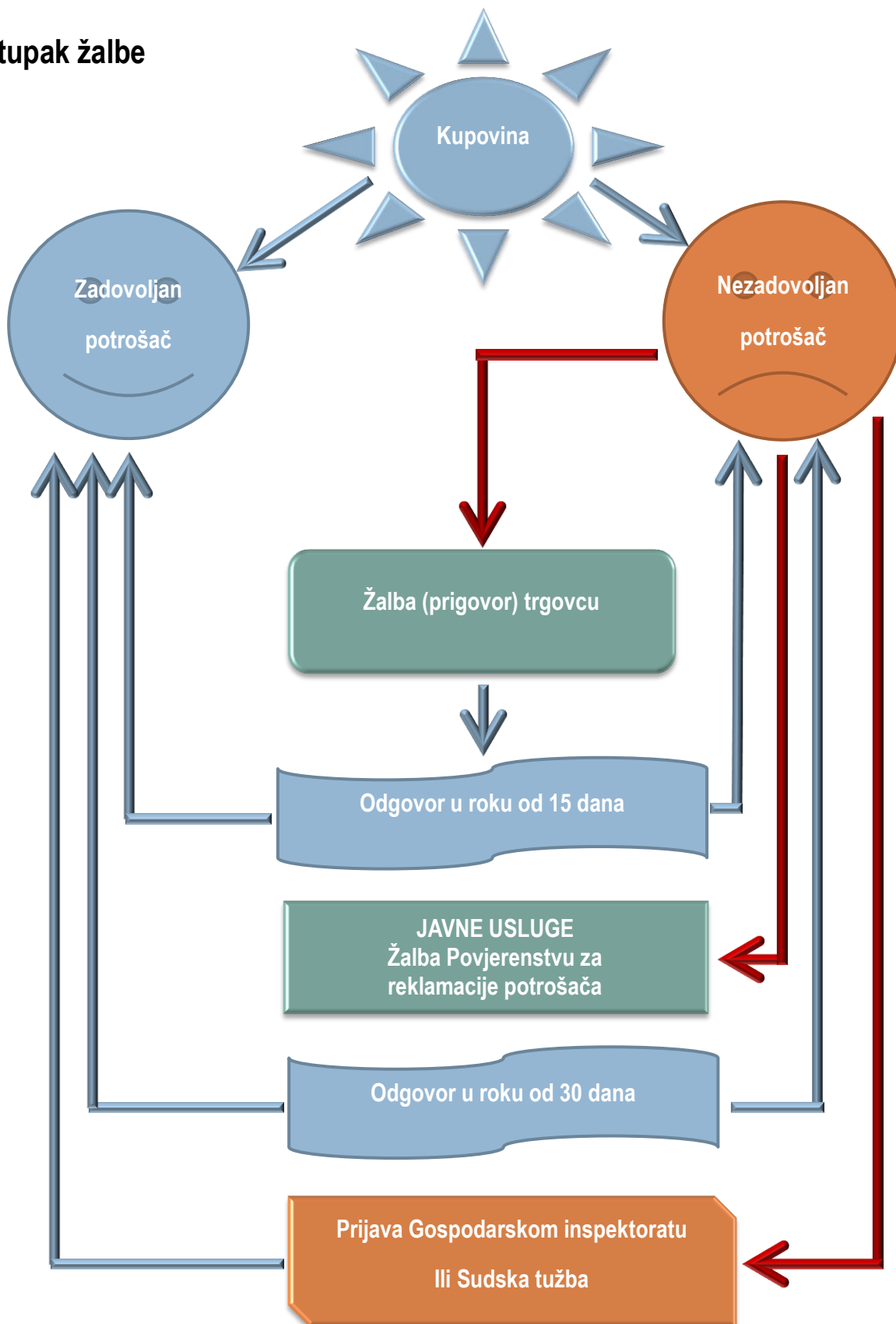
Ako se u obzir uzmu sva mjerenja iz laboratorija, dolazi se do zaključka kako je razlika stvarne i potrošnje koje mjeri razdjelnik veća, što je veća razlika potrebnog i ostvarenog protoka na radijatoru. To rezultira nezadovoljstvom stanara na zadnjim katovima i u najudaljenijim točkama sustava grijanja zbog dobivenih iznosa na računima. Ne samo da su, vrlo često, njihove potrebe za toplinom za grijanje povećane zbog povećanih toplinskih gubitaka, nego im dodatno loše hidrauličko uravnoteženje i, samim time, nepravilni uvjeti za pravilan rad razdjelnika topline mogu rezultantno utjecati na za 40 - 50% veće obračune troškova za grijanje u odnosu na stvarno potrošenu energiju za grijanje.



Bez adekvatnog hidrauličkog uravnoteženja može se reći da na sustavu centralnog grijanja višestambene zgrade nema osiguranih preduvjeta za pravilan rad razdjelnika i termostatskih radijatorskih ventila.



Postupak žalbe



Kolač sa jagodama



Sastojci:

Kora

- 6 jaja
- 6 žlica šećera
- 6 žlica brašna

Krema

- 1/2 l mlijeka
- 200 g šećera
- 2 vanilin šećera
- 15 g želatine
- 500 ml tučenog vrhnja
- oko 800 g jagoda

Postupak:

Kora;

1. Umutiti bjelanca sa šećerom, zatim žumanca pa sve sjediniti sa 6 žlica brašna.
2. Peći na pergament papiru u četvrtastom limu 30 min na 180 stupnjeva.
3. Pečeno podijeliti na 2 dijela.

Krema;

1. Prokuhati mlijeko sa šećerom i umiješati želatinu prethodno izmiješanu sa pola šalice hladne vode, dodati vanilin šećer i ostaviti da se ohladi sve dok se ne stegne (u frižideru). Najbolje čim postane gusto kao puding
2. Umutiti vrhnje i polako dodavati u malo mikserom umućenu stegnutu masu sa mlijekom.
3. Mutiti malo duže da se dobije fina krema.

Jagode posuti sa malo šećera i redati po kori , pa krema, pa opet kora, jagode i nakraju krema. Ostaviti u frižideru nekoliko sati da se lijepo stegne.

Dobar tek!

Zajedno smo jači !

Regionalna organizacija je autor i nositelj provedbe projekta „Potrošački vjesnik!“. Projekt traje do svibnja 2016.. Sve aktivnosti možete pratiti na mrežnim stranicama www.rozp.hr, gdje možete naručiti BESPLATNI e-newsletter u narečenom periodu.

PROJEKT SUFINANCIRA GRAD KARLOVAC

ROZP



Riječ urednika



Poštovani!

Pokažite „Potrošački vjesnik“ rođacima, prijateljima, poznanicima, jer što bude više narudžbi, sadržaji će biti sve kvalitetniji i obuhvatniji.

Narudžba „Potrošačkog vjesnika“ se može izvršiti preko e-mail adrese: vjesnik@rozp.hr

Samo informirani potrošač je zaštićen potrošač!

Željko Tomašić, mag.ing.aedif

E-novine izdanje 11/2015

„ROZP“ – regionalna organizacija zaštite potrošača

OIB: 31280086950

Maksimilijana Vrhovca 13, 47 000 Karlovac,

žiro račun: **IBAN:** HR48 2400 0081 1102 2219 9

web: www.rozp.hr,

e-mail: potrosac@rozp.hr, mob: 099/454 74 04

