



АКТИВНИ

ПОТРЕБИТЕЛИ

www.aktivnipotrebiteli.bg



Къде сме ние?

В сравнение със страните от ЕС



Протеини

Как да се храним здравословно?



Батерии

Как да ги зареждаме правилно?



Здраве

Опасни козметични процедури

Тест на 20 марки фотоапарати

Тест на 12 марки айрян

Зимна поддръжка на автомобила

ISSN 1314-0353



9 771312 783004 >

Съдържание



Актуално 3-4

Къде сме ние? 5



Протеини и хранене 6-7

Такси по
дебитни карти 8-9



Как да използваме
батериите? 10-11

ТЕСТ фотоапарати 12

ТЕСТ айряни 17

Опасни услуги 21



Сравнителен тест на 13 марки айряни

Измерихме водното съдържание, млечния белтък и съдържанието на двете основни за киселите млека бактерии LB Bulgaricus и Str. Thermophilus.

стр. 17-20



Сравнителен тест на 20 модела фотоапарати

Дигиталните огледално рефлексни фотоапарати правят толкова качествени снимки, че мотивират любителите за професионални постижения. Вижте кои се представиха най-добре на теста.

стр. 12-16

Зимно поддържане
на автомобила 22

Еко продукти, които
не си струват парите 24

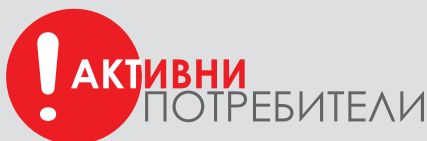
Какво не знаете за
google? 25

Как да получите
списание „Активни
потребители“? 26

Опасни стоки 27

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

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



Списание „Активни потребители!“ е изданието, което ви помага:

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

Издание на
Българска национална
асоциация Активни потребители

Изпълнителен директор
Богомил Николов

Редакционен екип
Светослава Банчева
Богомил Николов
Инес Субашка
Радослав Мирчев
Николай Златев

Разпространение
Венета Пейчева

Печат
Алианс Принт

ISSN 1314-0353

За абонамент
www.aktivnipotrebiteli.bg/abonament/

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

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

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

www.biblio.bg



Кисело мляко „Боженци” менте

„Активни потребители”
ви съветва как да различите
копието от оригинала

След конфликт с производителя, доско-рошният дистрибутор на кисело мляко „Боженци”, който е собственик на софийската млечна борса „Герма 95”, е решил да придобие правата върху търговската марка „Боженци”, заедно с изображението на възрожденска къща върху кофичката. Като резултат, под вече познатата марка и с почти същата кофичка, по магазините започна да се продава съвсем различно мляко (вижте снимките и съветите как да различите ментето от оригинала). От това губи потребителят, който е въведен в заблуждение. Причината за посегателството върху търговската марка са обтегнати търговски отношения между производителя на кисело мляко „Боженци” – габровската фирма „Елви” и Николай Петков от „Герма 95”. След като научил, че „Елви” има проблем с регистрацията на марката „Боженци” в патентното ведомство, Петков също подад документи за права върху наименованието и въпреки че засега няма одобрение, изгледите му за успех са почти равни с тези на фирма „Елви”. И това не е всичко. Николай Петков се заканва, освен кисело мляко, да произвежда също и масло, си-

рене, кашкавал и плодови млека с марката „Боженци”.

„Активни потребители” ви съветва как да различите ментето от оригинала:

- Мотото на оригиналното мляко, изписано върху пластмасовата опаковка на кофичката, гласи „Вкусът на българската традиция”. На ментето пише само „Българската традиция”, но по максимално подвеждащ начин – със същия червен шрифт и в курсив като при оригинала, но с малко по-дребни букви.

- Снимката на възрожденската къща върху кофичката на ментето е с лек жълтеникав оттенък, по-размазана и леко увеличена, поради което част от покрива на къщата от лявата страна е отрязан от снимката.

- Върху кръглото фолио, което служи за капачка, на оригинала пише: „Произведено от ЕЛВИ ООД – Габрово”, а на ментето: „Произведено в Р. България за „Герма-95” ЕООД”.

- Отново върху капачката и на двете млека са изписани кодовете, с които двете търговски дружества са вписани в търговския регистър – кодът на производителя „ЕЛВИ” е ТД 04-2005, а кодът на фирмата, която продава ментетата, е ТД 2208-11.



Проучване: Българите не успяват да прочетат етикета

2/3 от потребителите не се информират
с какво се хранят заради малките букви

Според проучване на агенция „Алфа Рисърч”, проведено сред 800 граждани, 72% от българите са убедени, че храната оказва влияние върху тяхното здраве. Въпреки това само 39% от потребителите четат редовно обозначенията върху етикетите на хранителните стоки. Търсенето на информация за състава на продуктите все още не се е превърнало в част от всекидневните навици на българина при пазаруване. Близко 28% от анкетирания споделят, че изобщо не четат етикетите на храните или го правят много рядко. Най-голямо внимание проявяват потребителите на възраст между 35-55 г., както и хората с по-високо образование и доходи.

Значими фактори

Според резултатите цената е първият по значимост фактор, като за общо 71% тя е сред основните критерии, които определят решението за покупка на даден хранителен продукт. В общата класация на всички важни фактори срокът на годност привлича вниманието на 82% от анкетирания. Той е и практически единственият елемент, свързан с безопасността на храните, който се следи от мнозинството от българите.

Затруднения при разчитане на етикета

Проучването показва, че 63% от българските потребители срещат затруднения при разчитане на информацията върху етикетите, а 33% не разбират значението на част от числата и символите върху етикетите. Най-честите затруднения при разчитането на етикетите са свързани с дребния шрифт. 2/3 от потребителите не успяват да прочетат написаното заради прекалено малките букви. Но дори и да успеят да го разчетат, не могат да се ориентират правилно. За голяма част от анкетирания Е-номерата върху опаковката на продукта са

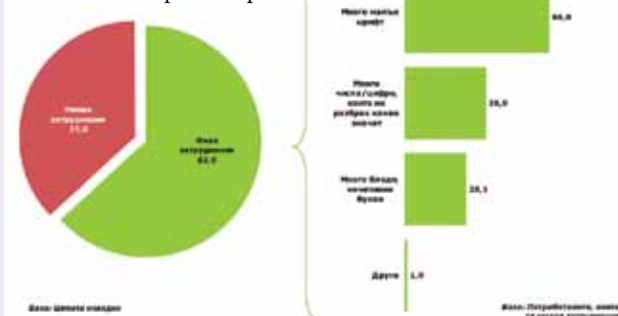
неясни, както и символите и числата около баркода. Това показва разминаване между наличието на информация и реалния ѝ принос.

Подкрепа на решенията

Предложенията на Европейския парламент за допълнителна информация, която задължително да бъде включена в етикетите на хранителните продукти, намира силна подкрепа от страна на българските граждани. 95% са „за” обозначаване на съставки на продукта, които биха могли да крият потенциален риск за здравето, например алергени и оцветители, 91% искат информация, която да сигнализира за наличието на ГМО, а 86% смятат, че е добре да се обозначи държавата, в която е произведен продуктът.

Към момента едва 45% от анкетирания твърдят, че по-скоро вярват на информацията, посочена върху етикетите на хранителните продукти, а 52% - че не ѝ вярват. Тези цифри са притеснителни, тъй като това означава, че българският потребител не разчита на информацията, предоставена от производителя при избора си на продукти. Едва 38% твърдят, че написаното на етикетите може силно да повлияе върху решението им да закупят дадена стока.

Източник: Алфа Рисърч



Висока резолюция



Дигиталните огледално рефлексни фотоапарати правят толкова качествени снимки, че мотивират любителите за професионални постижения. Вижте кои се представиха най-добре в нашия тест.

Висока резолюция

През последните години броят на хората, които използват цифрови фотоапарати, непрекъснато расте. Много от потребителите предпочитат малките, удобни и компактни устройства, но други търсят качествени фотоапарати с повече възможности. За професионалистите е задължително да разполагат с фотоапарат от типа дигитален огледално рефлексен (DSLR – digital single lens reflex). Неговите безспорни предимства се изразяват във високото качество на изображенията, скоростта и прецизността на работа, и огромната гама от опции за настройки при използване. Закупуването на огледално рефлексен фотоапарат няма да ви направи по-добър фотограф, но определено ще ви даде повече възможности. Все пак, ако сте любител, който иска да си направи снимки от уикенда с приятели,

помислете дали си струва инвестицията и усилията. Освен че не са достатъчно компактни, огледално рефлексните апарати са и доста сложни за използване. Вижте защо тези фотоапарати се открояват и блестят така ярко на пазара за професионалната техника.

Обективи

Едно от първите неща, които трябва да знаете, когато купувате DSLR е, че задължително ще ви трябват допълнителни пари за обективи. Т.нар. китов обектив, с който обикновено се продават този вид фотоапарати, почти не се отличава с особени качества и прецизност. По тази причина, преди да си купите подобен апарат, добре е да се информирате за цените и видовете обективи на пазара. Така ще знаете какво можете да си позволите. В противен случай рискувате да

се окаже, че не сте в състояние да работите пълноценно с новия си апарат, ако не разполагате с достатъчно пари за нов обектив.

Размер на матрицата

По-големият физически размер на фото матрицата, както и на фото приемниците винаги осигурява по-ниски нива на шум при висока чувствителност, по-добра динамика на работата с апарата и по-голяма пластичност на изображението. Видът на матрицата има голямо значение, като от двата вида цифрови матрици за фотоапарати CMOS и CCD, CMOS е за предпочитане.

Бързина и точност на автофокуса

За апарат от този клас бързината и точността на автофокуса, и на самия апарат при снимане са много важни. При някои

Айрянът – домашен или купешки?

Асоциация „Активни потребители“ предлага да се въведе стандарт за популярната напитка, подобен на тези за киселото мляко и сиренето

Цената на мързеля

Преди две десетилетия беше почти невъзможно да се закупи готов айрян от магазина. За хората на средна и зряла възраст е жив споменът за айрянът, приготвен у дома. За целта просто разреждахме кисело мляко с вода в желана от нас пропорция с добавка на сол на вкус. В наши дни във всеки супермаркет можем да намерим поне няколко различни марки в разнообразни разфасовки и опаковки. Някои се предлагат в кофички, подобни на киселото мляко, а други в пластмасови бутилки или дори солидни опаковки от типа Тетрапак.

Всичко това предоставя удобство за потребителя, но за сметка на по-високата цена. Простата сметка показва, че от една кофичка кисело мляко с тегло средно 450гр. и цена от около 0.80 лв. можем да си направим близо 1 кг. айрян, ако разредим млякото с вода в съотношение приблизително 1:1. За същите пари ще можем да си купим доста по-малко количество готов айрян. Средната цена на закупените от нас готови айряни от търговската мрежа е около 0.60 лв. за 300гр. С други

думи – 1 кг. айрян би ни струвал 2 лв., което е повече от двойно по-скъпо. Въпреки тази очевидна разлика, хората все по-често си купуват готов айрян, пазарът на тази напитка се развива, производителите се увеличават, което показва, че потребителите са готови да платят по-висока цена в името на удобството. Нещо повече – дори малки търговци, които имат баничарници и други обекти за бързо хранене, продават готови айряни, въпреки че ще имат много по-добра възвращаемост, ако си приготвят айряна на място.

Цената на качеството

В нашия тест изпитавме 13 марки готови айряни от търговската мрежа. Измерихме водното съдържание, млечния белтък и съдържанието на двете основни за киселите млека бактерии LB *Bulgaricus* и *Str. Thermophilus*. Тъй като в България все още няма стандарт за айряни, който да ни даде отправна точка за сравнението, ще съпоставим получените резултати от тестовите с данните от скорешния ни тест на кисели млека (публикуван в Брой 3, 2011 година на сп. „Активни потребители“).

В проведения тест на кисели млека водното съдържание за 16-те тествани марки е средно около 88%, което се равнява на около 12% сухо вещество. Измереното съдържание (средните референтни стойности) на млечен белтък в киселото мляко е около 3,6%, аналогично е и съдържанието в прясното мляко. Това значи, че ако си направим айрян от кисело мляко чрез добавяне на вода в съотношение 1:1, то трябва да получим продукт с водно съдържание около 94% и белтък приблизително около 1,8%.

В резултатите от таблицата ще видите, че водното съдържание на тестваните айряни варира от 89.12% до 94, 92%. Следователно, айряните би трябвало да имат съдържание на млечен белтък, по-голямо от 1.8%. Заявеното от производителите съдържание на млечен белтък (от 1,9 до 3%), отбелязано върху опаковката, също отвежда в тази посока. Ето защо бяхме изненадани, когато тестът ни показва доста по-ниско средно наличие на белтък в айряните – между 0,4% и 1%. Една от възможните причини е

продължава на стр. 20

www.aktivnipotrebiteli.bg

В следващия брой четете:



ВиК услуги

Специално приложение на “Активни потребители” (чието отпечатване се отложи за Брой 9), от което ще научите всичко, което ви интересува за ВиК услугите - как се открива партида, как се изчисляват сметките, как да намалите разходите си, на кого да се оплачете и др.



Тест на дезодоранти

Проверихме ефективността на дезодорантите по няколко направления - доколко контролират потенето, неутрализират ли телесната миризма, оставят ли петна върху дрехите. Вижте кои марки се наредиха сред първите.



Тест на навигационни системи за автомобили

Преди да си купите навигационна система за автомобил, добре е да сравните техническите характеристики и възможностите на различните модели. Ние го направихме вместо вас.



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

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



**Библио.бг - платформа за електронни книги и
списания**

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

