



Projekat finansira
Evropska unija



Ministarstvo javne uprave

Prava potrošača osoba sa invaliditetom – prepreke i preporuke

Autor istraživanja: Pavle Pavlović

Podgorica, 2019.



Savez slijepih Crne Gore

Sadržaj

Popis grafika:	3
Popis tabela:	3
1. UVOD.....	4
2. ODNOS DRŽAVNIH ORGANA PREMA OSOBAMA SA INVALIDITETOM SA FOKUSOM NA OBLAST ZAŠTITE PRAVA POTROŠAČA.....	5
3. ISTRAŽIVANJE O POTROŠAČKIM PRAVIMA OSOBA SA INVALIDITETOM	7
3.1. Konceptualni okvir i operacionalna definicija	7
3.2. Metodologija rada	8
3.3. Pristupačnost i prepreke roba i usluga za osobe sa invaliditetom u ostvarivanju potrošačkih prava 8	
3.3.1. Karakteristike uzorka	8
3.3.2. Prosječni prihodi i potrošačke navike ispitanih	10
3.3.3. Udaljenost kao faktor pristupačnosti servisu ili usluzi	12
3.3.4. Stanje u bankarskom sektoru i e-uslugama	15
3.3.5. Problemi koji pogađaju sektore i usluge	16
3.3.6. Zaštita potrošačkih prava osoba sa invaliditetom – ocjena stanja	19
3.4. Prepreke i diskriminacija u oblasti ostvarivanja prava osoba sa invaliditetom sa fokusom na potrošačka prava – rezultati fokus grupne diskusije	21
4. PREPORUKE	27
5. LITERATURA.....	28

Popis grafika:

Grafik 1: Pol ispitanika.....	9
Grafik 2: Zastupljenost ispitanika u uzorku po regionima	9
Grafik 3: Prosječni mjesečni prihodi ispitanika.....	10
Grafik 4: Da li koristite usluge elektronskog bankarstva?	15
Grafik 5: Da li koristite bankomate?	15
Figure 6: Pristupačnost web portala javnih i privatnih preduzeća.....	16
Grafik 7: Prosječno zadovoljstvo stanjem u odnosu na prepreke.....	18
Grafik 8: Da li ste član udruženja koje se bavi zaštitom osoba sa invaliditetom?.....	19
Grafik 9: Kako prepoznajete svoja prava?	20
Grafik 10: Koliko ste upoznati sa potrošačkim pravima osoba sa invaliditetom?.....	20

Popis tabela:

Tabela 1: Prihodi ispitanika u odnosu na mjesto stanovanja	11
Tabela 2: Mjesečna potrošnja sredstava	11
Tabela 3: Kriterijumi prilikom izbora određene usluge ili servisa	12
Tabela 4: Prosječna udaljenost od mjesta stanovanja do usluge ili servisa koji koristite.....	13
Tabela 5: Prosječna udaljenost od mjesta stanovanja do usluge koju koristite (u odnosu na opštinu).....	13
Tabela 6: Prosječna udaljenost od mjesta stanovanja do usluge koju koristite (u odnosu na region)	14
Tabela 7: Problemi koji pogađaju sektore i usluge.....	17

1. UVOD

Ovaj dokument je nastao kao rezultat fokusiranog istraživanja javnog mnjenja i stavova osoba sa invaliditetom u okviru implementacije projekta „Svi smo stvoreni jednaki, ka efikasnijoj zaštiti potrošačkih prava lica sa invaliditetom” („We are all created equal: Towards more efficient consumer protection of persons with disabilities“), koji je finansiran od Evropske unije u okviru Evropskog instrumenta podrške demokratiji i ljudskim pravima (EIDHR), šema podrške na državnom nivou za Crnu Goru 2016/2017, i od Ministarstva javne uprave Crne Gore na osnovu Odluke o raspodjeli sredstava za kofinansiranje projekata i programa nevladinih organizacija podržanih iz fondova Evropske unije (broj 01-403/18-5893, od 10.12.2018).

Opšti cilj ovog projekta jeste da se doprinese budućoj konsolidaciji fundamentalnih prava i većoj socijalnoj inkluziji osoba sa invaliditetom a očekivani projektni rezultati projekta su:

- Povećani kapaciteti NVO sektora koji radi na zaštiti potrošačkih prava osoba sa invaliditetom u oblastima istraživanja, monitoringa javnih politika i umrežavanja;
- Stvoreni mehanizmi za prijavljivanje slučajeva diskriminacije osoba sa invaliditetom kao potrošača kroz radnu grupu, posebnu telefonsku liniju i web platformu, koja je predviđena da se razvije u okviru ovog projekta;
- Procjena implementacije pravnog i institucionalnog okvira koji se tiče prava osoba sa invaliditetom kao potrošača;
- Ocijenjena percepcija osoba sa invaliditetom u pogledu pristupa dobrima i uslugama;
- Podignuta svijest ključnih aktera i javnosti o principima i koristima socijalne uključenosti ugroženih grupa.

Ostvarivanjem ciljeva i rezultata projekta poboljšaće se funkcionisanje lokalnog tržišta za bolji pristup dobrima i uslugama za osobe sa invaliditetom.

Projekat implementiraju nevladina udruženja Centar za zaštitu potrošača (CEZAP) i Savez slijepih Crne Gore (SSCG).

2. ODNOS DRŽAVNIH ORGANA PREMA OSOBAMA SA INVALIDITETOM SA FOKUSOM NA OBLAST ZAŠTITE PRAVA POTROŠAČA

Integrativni procesi u kojima se Crna Gora kreće od sticanja nezavisnosti (2006. godine) podrazumijevali su izmjene u zakonodavnom okviru kao izraz potrebe da se izvrši izvjesna harmonizacija odnosa u društvu. Međunarodni akti koji su u najvećoj mjeri uticali na sadržaj tih izmjena služili su kao osnova za izvršene izmjene. Jedna od oblasti koja je bila pod najvećim uticajem međunarodnog prava je oblast zaštite ljudskih prava. Taj prioritet se mogao opravdati iz dva razloga. Kao prvo Crna Gora je u kratkom periodu prolazila kroz brojne zakonodavne izmjene koje su zbog svoje dinamike morale naći oslonac i izvor u već postojećim međunarodnim i regionalnim aktima. Time su se za kratko vrijeme preuzele i uskladile zakonske „ideje“ ugovora na kojima funkcioniše međunarodna zajednica. Drugi razlog je da je Crna Gora sticanjem nezavisnosti konačno preuzela „teret“ sudbine u svoje ruke i željela da što brže dostigne određene standarde koji postoje u međunarodnom pravu.

Međutim, dinamika reforme koja je obilježila gore pomenutu reformu nakon određenog vremena ukazala je na propuste u cjelishodnosti i ograničenom opsegu djelovanja pomenutih izmjena. Propusti su vremenom ispravljeni ali i danas imamo određene nedostatke u pravnom sistemu čijem se rješavanju mora pristupiti sa više pažnje nego što je rađeno do sada.

Jedan od takvih oblasti je zaštita osoba sa invaliditetom u oblasti zaštite prava potrošača. Zakonom o zaštiti potrošača u članu 7 propisuje da je uklanjanje prepreka jedan od preduslova ravnopravne dostupnosti proizvoda svim licima u Crnoj Gori. Zakonom se propisuje efikasnija vidljivost proizvoda uklanjanjem barijera koje postoje u trgovinama a tiču se upotrebe znakovnog jezika.¹ Pomenuta izmjena je u skladu sa UN Konvencijom o pravima osoba sa invaliditetom i važno je istaći činjenicu da je Crna Gora ne samo prva balkanska već i evropska država koja je usvojila ovakvo zakonsko rješenje. Međutim, zakonske izmjene koje su uslijedile su ograničile primjenu ovoga zakona na samo određen broj proizvoda što je u suprotnosti sa članom 21 Zakona o ratifikaciji UN Konvencije o pravima lica sa invaliditetom i Zakonom o zabrani

¹ Skupština Crne Gore (2017). Zakon o zaštiti potrošača (Službeni list Crne Gore", br. 002/14 od 14.01.2014, 006/14 od 04.02.2014, 043/15 od 31.07.2015 i 070/2017 od 27.10.2017).

diskriminacije lica sa invaliditetom.²³⁴ Analiza Saveza slijepih i CEZAP-a, sačinjena za potrebe projekta „Svi smo stvoreni jednaki, ka efikasnijoj zaštiti potrošačkih prava lica sa invaliditetom” ističe da je monopolizacija tržišta uticala da trgovinski lanci široke potrošnje ograniče primjenu zakona i pravilnika.⁵

Osim potrošačkih usluga koje osobe sa invaliditetom ostvaruju u trgovinama široke potrošnje potrebno je ukazati i na stanje u bankarskom sektoru, pristupačnosti e-usluga, televizijskog sadržaja kao usluga i servisa od čije pristupačnosti i kvaliteta zavisi jednaka dostupnost svih građanima.

Zakon o zabrani diskriminacije u članu dva ukazuje na sledeće određenje diskriminacije u pristupu dobrima, uslugama u javnom i privatnom sektoru i robi (zbog važnosti taj dio zakona prenosimo u cjelosti):

- 1) *Otežavanje i onemogućavanje pristupa dobrima, uslugama u javnom i privatnom sektoru i robi;*
- 2) *Odbijanje pristupa dobrima, uslugama u javnom i privatnom sektoru i robi;*
- 3) *Postavljanje uslova prilikom pristupa dobrima, uslugama u javnom i privatnom sektoru i robi, koji se ne traže od drugih lica ili grupe lica;*
- 4) *Namjerno korišćenje ili odlaganje pristupa dobrima, uslugama u javnom i privatnom sektoru i robi, iako je lice ili grupa lica zatražila i ispunila uslove za blagovremeni pristup tim dobrima, uslugama i robi, prije drugih lica ili grupa lica.*

Zakon o zabrani diskriminacije, član 11

Dalje ovaj zakon u istom članu propisuje da je postojanje prepreke koja onemogućava nesmetan pristup, kretanje i boravak u objektima u javnoj upotrebi diskriminacija po osnovu invaliditeta. Takođe, još jedna oblast u kojoj se diskriminacija svakodnevno vrši po osnovu invaliditeta je pristupačnost televizijskog sadržaja. Crna Gora je trenutno u procesu usvajanja Zakona o medijima i Zakona o nacionalnom javnom emiteru i njegova opredijeljenost da pruži jednak pristup medijima svim građanima Crne Gore tek treba da

² Pravilnik o listi proizvoda određuje da samo dva proizvoda moraju biti obilježena Brajevim pismom: tečni deterdžent za pranje kose zapremine veće od 0.5 litara i tečni deterdžent za pranje veša iste zapremine. Proizvodi moraju biti dostupni u trgovinama većim od 500 m² a obilježava se svaki 5 proizvod (Ministarstvo ekonomije. 2017. Pravilnik o listi proizvoda, načinu isticanja i vrsti objekta u kojima se ističu obavještenja o robi na Brajevom pismu . "Službeni list Crne Gore", br. 030/17 od 09.05.2017).

³ Skupština Crne Gore. (2009). Zakon o ratifikaciji Konvencije Ujedinjenih Nacija o pravima lica sa invaliditetom sa opcionim protokolom.

⁴ Skupština Crne Gore. (2011). Zakon o zabrani diskriminacije lica sa invaliditetom. "Službeni list CG", br. 39/2011.

⁵ Savez slijepih, CEZAP. (2019). Analiza normative, institucionalni okvir, u odnosu na zaštitu potrošača sa specijalnim fokusom na osobe sa invaliditetom. Izveštaj kreiran za potrebe projekta „Svi smo stvoreni jednaki, ka efikasnijoj zaštiti potrošačkih prava lica sa invaliditetom”.

se pokaže. Postojeća zakonska regulativa i rješenja koja je prate ne zadovoljavaju ni minimum standarda za jednak pristup svih građana medijskim sadržajima.

Uzimajući u obzir prethodno navedeno, zaista se nametnula potreba da ispitamo *nivo prepreke u pristupu dobrima, uslugama u javnom i privatnom sektoru i robi*. Istraživanjem ćemo utvrditi pozitivne i negativne aspekte u tom sektoru sticanjem znanja o trenutnom stanju u navedenoj oblasti. Sumiranjem dobijenih rezultata kreiraćemo preporuke u cilju poboljšanja uočenih nedostataka.

3. ISTRAŽIVANJE O POTROŠAČKIM PRAVIMA OSOBA SA INVALIDITETOM

3.1. Konceptualni okvir i operacionalna definicija

Istraživanje o nivou diskriminacije osoba sa invaliditetom u pristupu dobrima, uslugama u javnom i privatnom sektoru i robi prethodila je operacionalizacija tog pojma. Time smo stekli poželjni nivo opsega znanja na osnovu izmjerenih indikatora koje smo zatim kvantifikovali i operacionalizovali.

Zakon o zaštiti potrošača u članu 2 stavu 1 definiše potrošača na sledeći način: „Potrošač, u smislu ovog zakona, je fizičko lice koje zaključuje pravni posao ili djeluje na tržištu u svrhe koje nijesu namijenjene njegovom zanimanju ili poslovnoj djelatnosti.“⁶ Vestova enciklopedija američkog zakona [West's encyclopedia of American law] daje možda primjenljiviju definiciju potrošača „kao nekog ko pribavlja robu ili usluge za direktnu upotrebu ili vlasništvo, a ne za prodaju ili upotrebu u proizvodnji ili proizvodnom procesu“.⁷ U odnosu na pomenute dvije odrednice (definiciju potrošača i prepreke u pristupu robama i uslugama) kreiraćemo operacionalnu definiciju istraživanja koja će nam poslužiti kao osnova za dalje kreiranje upitnika: *diskriminacija i kršenje prava potrošača osoba sa invaliditetom u oblasti trgovine, e-usluga, bankarskog sektora, informaciono-komunikacionih tehnologija, plaćanja režija, upotrebe javnog prevoza i posjete tržnih centara će se smatrati prisutnom ukoliko ne postoji mogućnost jednakog pristupa svih osoba toj usluzi ili dobru*. Iz definicije se vidi da je pristupačnost jedan od glavnih faktora diskriminacije a da bi je razumjeli primijenićemo definiciju Evropske komisije “Pristupačnost znači da osobe sa

⁶ Skupština Crne Gore (2017). Zakon o zaštiti potrošača.

⁷ West Encyclopedia of American Law.

invaliditetom imaju pristup, na jednakim osnovama kao i drugi, fizičkom okruženju, prevoznim sredstvima, informacijama i komunikacionim tehnologijama i sistemima (IKT), kao i drugim objektima i uslugama.”⁸

3.2. Metodologija rada

Metodologija koju smo upotrijebili u ovom istraživanju se bazira na anketnoj metodi i fokus grupnim diskusijama. Prilikom kreiranja upitnika vodili smo se kriterijumom kvaliteta istog te smo u cilju kvalitetnijih pitanja formirali manju fokus grupu (od 5 članova) koju su činili predstavnici NVO sektora i institucija gdje smo dobili inpute o određenim temama i sugestije u kojem pravcu bi trebalo kreirati istraživanje. Uzorkom smo obuhvatili 176 ispitanika iz većine crnogorskih opština, dok je na organizovanoj fokus grupnoj diskusiji prisustvovalo 10 učesnika. Prikupljanje podataka je realizovano u aprilu 2019. godine ispitivanjem licem u lice. Fokus grupna diskusija je organizovana 25. aprila 2019. g. u prostorijama Saveza slijepih Crne Gore u Podgorici na kojoj je učešća uzelo 10 osoba.

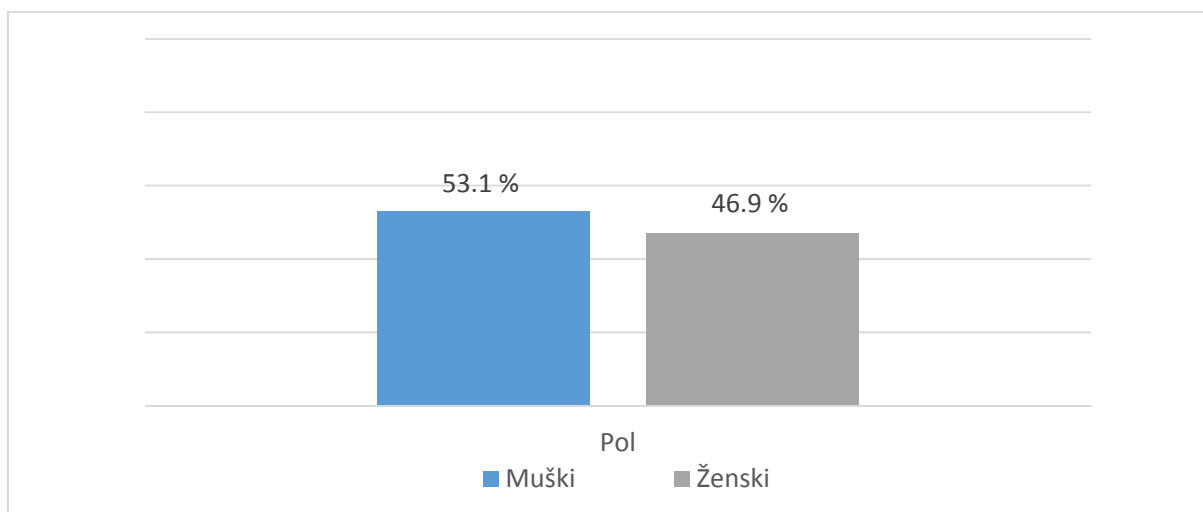
3.3. Pristupačnost i prepreke roba i usluga za osobe sa invaliditetom u ostvarivanju potrošačkih prava

3.3.1. Karakteristike uzorka

U nastavku će biti predstavljeni rezultati o uzorku ispitanika koji su učestvovali u ovom istraživanju. Kao što grafik 1. pokazuje 53.1% ispitanih su bili muškog pola dok je 46.9% ženskog.

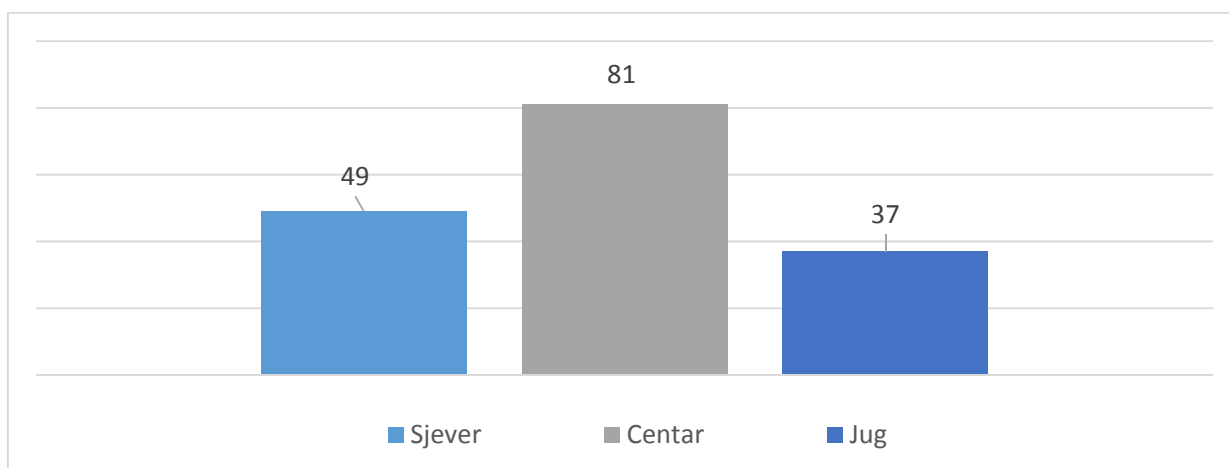
⁸ Evropska komisija. (2011). Evropska strategija za osobe sa invaliditetom 2010-2020 (Saopštenje komisije upućeno evropskim institucijama). Dostupno na: <https://bit.ly/2VLF94g> .

Grafik 1: Pol ispitanika



U odnosu na zastupljenost po regionima vodili smo se rezultatima popisa iz 2011. godine.⁹ Naš uzorak su činili 49 ispitanika iz sjevernog, 81 ispitanik iz centralnog i 37 ispitanika iz južnog regiona (grafik 2). U odnosu na planirani uzorak najmanje je ispitanih iz južnog regiona, ali zbog pretpostavke slabe varijabilnost podataka često prisutne kod istraživanja marginalizovanih grupa ove oscilacije nisu značajnije uticale na kvalitet dobijenih rezultata. U odnosu na zastupljenost po opštinama najviše je ispitanika iz Podgorice, Bijelog Polja, Berana i Bara; u ukupnom uzorku od 177 ispitanika zastupljeno je 16 opština.

Grafik 2: Zastupljenost ispitanika u uzorku po regionima

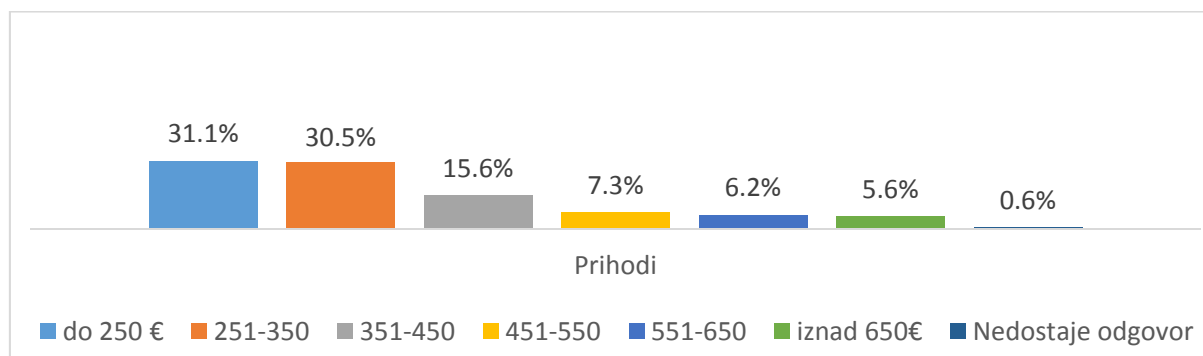


⁹ Zvanična internet prezentacija Monstat-a, dostupno na: <https://www.monstat.org/cg/>

3.3.2. Prosječni prihodi i potrošačke navike ispitanih

Ispitivanjem prihoda i potrošačkih navika dobićemo jasnije socio-demografske pokazatelje koji prethode ispitivanju faktora za izbor određene usluge ili servisa kao i prepreka u toj oblasti. Rezultati istraživanja pokazuju da više od polovine ispitanih ima mjesečne prihode do 350€. U grafiku 3 se prve dvije kategorije nalaze u značajnijoj distribuciji u odnosu na ostatak dobijenih rezultata. U tim kategorijama se nalaze ispitanici koji imaju primanja do 250 i do 350 eura. Dalja distribucija odgovora je opadajuća što i priliči distribuciji podataka kod ovog mjerenja prihoda. Nakon toga, značajnija zastupljenost ispitanika imamo u kategoriji prihoda između 351-450 eura, 15.6%. Ako su uzmi u obzir podaci MONSTAT-a za mart mjesec 2019. gdje su prosječni neto prihodi u Crnoj Gori bili 510€¹⁰ može se iznijeti zaključak da više od ¼ ispitanika obuhvaćenih našim istraživanjem ima ispod prosječne mjesečne prihode što je pokazatelj šire slike kupovnog stanja. Prosječan broj odlazaka u trgovinu je 3.8 puta sedmično.

Grafik 3: Prosječni mjesečni prihodi ispitanika



Ako prosječne prihode podijelimo po regionalnim kategorijama steći ćemo detaljniji uvid u prihode ispitanih. Tabela 1. pokazuje da se region „Sjever“, tj. ispitanici koji dolaze iz opština sa sjevera Crna Gore nalaze u značajno nepovoljnijem finansijskom položaju nego ispitanici iz druga dva regiona. Jedino u ovoj kategoriji imamo konstantno opadajuću distribuciju podataka što su prihodi manji, dok kod ostale dvije kategorije ispitanih taj trend nije toliko izražen. Podatak koji opominje je da je nešto više od polovine ispitanih (52.5%) ima prihode do 250 eura. U ostalim regijama, u opštinama u centralnom i južnom dijelu države stanje je povoljnije, s tim da je razlika između ova dva regiona u nešto većem procentu prihoda iznad 450 eura u „južnim“ opštinama, dok centralni dio Crne Gore ima nešto veći procenat prihoda iznad 651 euro (8.7%).

¹⁰ Uprava za statistiku (2019). Prosječne zarade (plate), mart 2019. godine. Dostupno na: <http://monstat.org/userfiles/file/zarade/2019/3/saopstenje%20zarade.pdf>.

Tabela 1: Prihodi ispitanika u odnosu na mjesto stanovanja

	Jug	Centar	Sjever
Prihodi			
do 250	28.0%	18.5%	52.5%
Od 251 do 350	20.0%	33.7%	30.5%
Od 351 do 450	24.0%	22.8%	10.2%
Od 451 do 550	12.0%	9.8%	1.7%
Od 551 do 650	12.0%	6.5%	3.4%
Iznad 651 euro	4.0%	8.7%	1.7%

Kada su u pitanju potrošačke navike ispitanih zanimalo nas je na koje kategorije troše najviše novca. Rezultati iz tabele 2. pokazuju da se najviše novca troši na kućne potrepštine (32.6%), zatim slijede plaćanje režija (20.2%) a u približno istom procentu se nalaze transport (11.3) garderoba (11.1%) i zdravstvene usluge/njega (9.9%). U odnosu na podatke iz tabele 2. možemo vidjeti da se jako mali procenat novca izdvaja za zdravstvene usluge/njegu (9.9%) a taj procenat je skoro zanemarljiv kada su u pitanju pomagala i asisitivne tehnologije (1.2%) kao i personalni asistent (0.8%). Mogli bi izvesti zaključak da su zdravstvene potrebe u određenoj mjeri ugrožene potrošačkim potrebama ali treba biti oprezan da jedan značajan broj ispitanih ne koristi pomagala u svojim svakodnevnim aktivnostima. Za vjerodostojniji zaključak u ovom dijelu potrebno je sprovesti dodatna istraživanja.

Tabela 2: Mjesečna potrošnja sredstava

	Procenat	Procenat slučajeva
Kućne potrepštine (hrana, namirnice)	32.6%	93.2%
Garderoba	11.1%	31.6%
Stanarina	7.3%	20.9%
Rekreacija/zabava	4.2%	11.9%
Transport	11.3%	32.2%
Obrazovanje	1.6%	4.5%
Komunalije	20.2%	57.6%
Zdravstvene usluge/njega	9.9%	28.2%
Pomagala, asisitivne tehnologije	1.2%	3.4%
Personalni asistent	0.8%	2.3%

3.3.3. Udaljenost kao faktor pristupačnosti servisu ili usluzi

U ovome dijelu se bavimo udaljenošću kao faktorom pristupačnosti prilikom izbora određene usluge ili servisa. Rezultati iz tabele 3. pokazuju da je 47.2% ispitanih odgovorilo da je ovo jedan od značajnih faktora prilikom izbora određene usluge ili servisa, a u odnosu na ostale kriterijume ovaj kriterijum uzima procenat od 19.1%, što ukazuje na njegov značaj i poziciju.

Tabela 3: Kriterijum prilikom izbora određene usluge ili servisa

	Procenat	Procenat slučajeva
Cijena i kvalitet ponude	34.6%	85.2%
Pristupačnost objekta za osobe sa invaliditetom	24.0%	59.1%
Udaljenost od mjesta stanovanja	19.1%	47.2%
Ljubaznost i otvorenost osoblja	19.8%	48.9%
Marketing nekog proizvoda	2.5%	6.3%

U odnosu na tip servisa ili usluge (tabela 4.) vidimo da je najveća prosječna udaljenost prisutna kada su u pitanju naplatni punktovi Elektroprivrede i Vodovoda, kao i pijace – u svim slučajevima prosječna udaljenost je bila iznad 1000 m. Takođe približne podatke imamo za predstavništva telekomunikacione mreže, banke i marketa iznad 500 m². Ova poslednja usluga nam je važna uzimajući u obzir stanje u oblasti zaštite potrošača i dostupnosti određenih proizvoda samo u marketima iznad 500 m². Za sticanje šire slike o stanju u ovoj oblasti treba uzeti i podatke iz druge kolone gdje 59.4 % ispitanih nije moglo napraviti procjenu u ovom pitanju (market veći od 500 m²) zbog velike udaljenosti od mjesta stanovanja. Najčešće se taj odgovor javljao kada je udaljenost veća od 2000 m², a to je najčešće kada se određena usluga ili servis nalazila daleko ili izvan mjesta stanovanja, često i u drugome gradu.

Iz ovih podataka vidimo da je najveća prepreka prilikom upotrebe određene usluge ili servisa a u odnosu na udaljenost plaćanje mjesečnih režija (struje, vode, telefona...) i dostupnost trgovina šireg asortimana (marketi i pijace). Sa druge strane imamo relativno povoljnije rezultate u odnosu na pristupačnost manjih trgovina, restorana ili kafe barova.

Tabela 4: Prosječna udaljenost od mjesta stanovanja do usluge ili servisa koji koristite

	Prosječna udaljenost od mjesta stanovanja izražene u metrima	Nije mogao procijeniti (procenat slučajeva)
Market iznad 500 m ²	964 m	59.4%
Market manji od 500 m ² /prodavnica	312 m	32.8%
Banka ili filijala	875 m	62.5%
Naplatni punktovi Elektroprivrede Crne Gore (šalteri FC Snabdijevanje)	1089 m	78.1%
Naplatni punkt Vodovoda	1311 m	83.6%
Predstavništava telekomunikacione mreže (T-com, M tel, Telenor...)	996 m	72.7%
Restorani/kafići	555 m	38.3%
Pijace	1053 m	71.1%
Stanica javnog prevoza (autobus, voz..) koji najčešće koristite	761 m	53.1%

Ukoliko sumiramo rezultate prosječne udaljenost i podijelimo u odnosu na mjesto stanovanja dobijamo rezultate iz tabele 5. Ona pokazuje pojedinačno stanje u opština. Iz tabele se može zaključiti da ovaj faktor udaljenosti najviše pogađa opštine kao što su Cetinje, Bijelo Polje, Herceg Novi i Nikšić. Očigledno da udaljenost nije proporcionalna veličini opštine.

Tabela 5: Prosječna udaljenost od mjesta stanovanja do usluge koju koristite (u odnosu na opštinu)

Mjesto stanovanja	Prosječna udaljenost
Bar	661 m
Berane	506 m
Bijela	94 m
Bijelo Polje	1414 m
Cetinje	2277 m
Danilovgrad	922 m
Herceg Novi	1333 m
Igalo	1155 m
Mojkovac	1119 m
Nikšić	1272 m
Pljevlja	708 m
Podgorica	849 m
Žabljak	444 m

Rezultati iz tabele 6. upravo pokazuju da je teško utvrditi trendove u odnosu na regione a prema dostupnosti određene usluge ili servisa. Tako na primjer, najveću udaljenost kada su u pitanju marketi iznad 500 m² imamo na sjeveru države, dok je blizina manjih marketeta ili prodavnica nešto manja u odnosu na „centar“ ili „jug“. Jedan od mogućih razloga takvog stanja je veća kupovna moć što je privlačno vlasnicima velikih trgovinskih lanaca. Podaci koji su nam dijelom iznenadili su da je najveća udaljenost naplatnih punktova (plaćanje režija) u centralnom regionu kao i pijaca. Restorani/barovi ukazuju na približno iste distanci između regiona što je i indikator njihove češće zastupljenost. Sjeverni region „prednjači“ kada je u pitanju udaljenost stanica javnog prevoza.

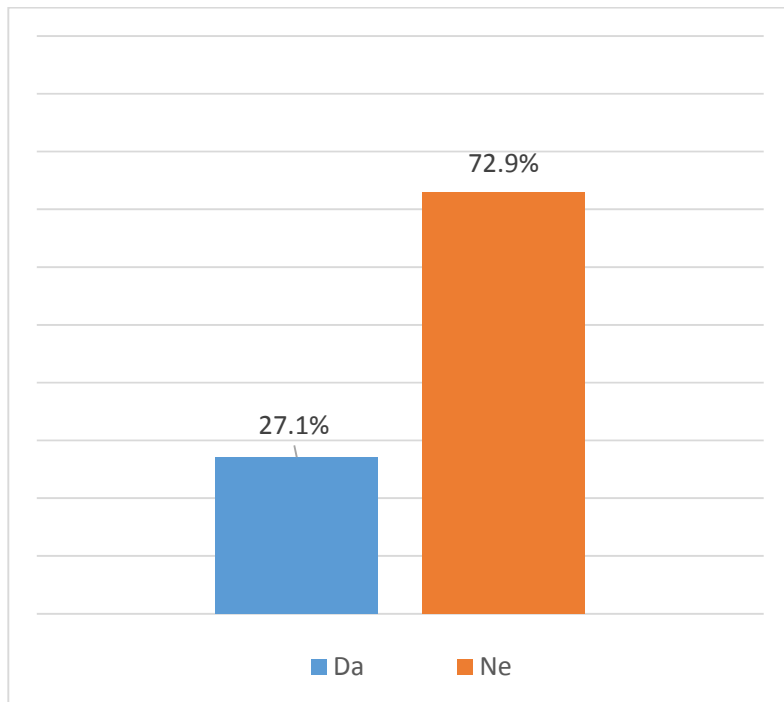
Tabela 6: Prosječna udaljenost od mjesta stanovanja do usluge koju koristite (u odnosu na region)

	Market iznad 500 m ²	Market/ prodavnica	Banka/filijala	Naplatni punkt Elektrodistribucije	Naplatni punkt Vodovoda	Naplatni punkt Telekom-a, T-com ili M:tel	Restorani/Barovi	Pijace	Stanice javnog prevoza
Jug	583.75	505.50	718.18	766.67	700.00	685.71	587.50	793.75	962.00
Centar	623.33	239.58	907.55	1263.75	1792.29	1190.48	577.04	1212.50	500.25
Sjever	1656.47	347.37	876.52	927.42	826.77	825.14	499.86	908.82	1151.43

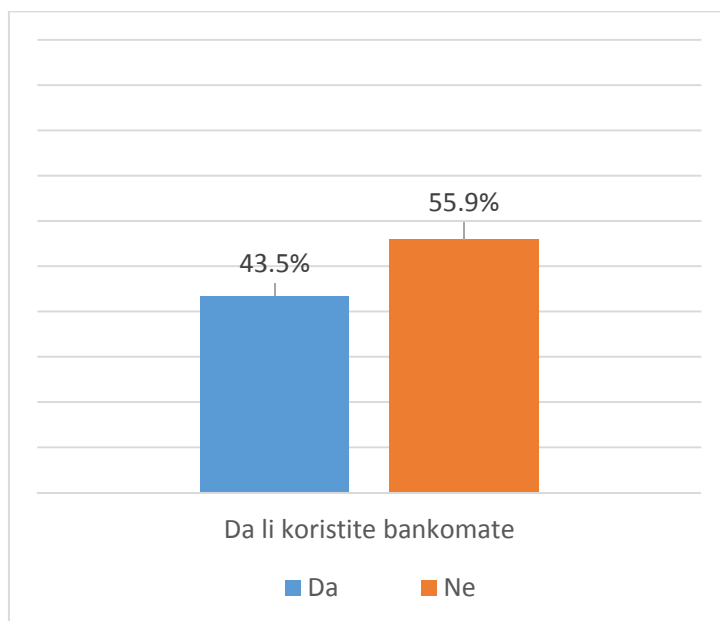
3.3.4. Stanje u bankarskom sektoru i e-uslugama

Grafik 4: Da li koristite usluge elektronskog bankarstva?

Upotreba bankarskih usluga danas je u velikoj mjeri digitalizovana. Pod pretpostavkom da većina osoba danas u određenom obliku koristi ove usluge ispitanicima nijesmo postavili pitanje da li koriste bankarske usluge već smo išli nešto dalje i upitali ih o uslugama elektronskog bankarstva. 72.9 % je ukazalo da ne koristi ovakav vid usluga.



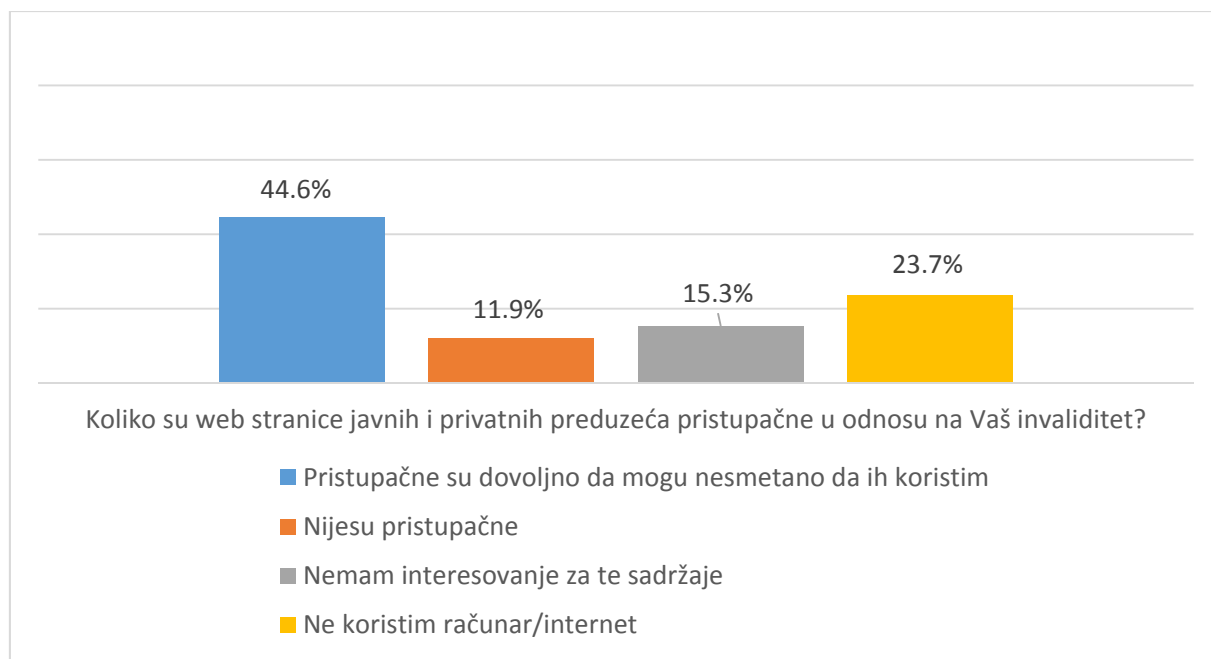
Grafik 5: Da li koristite bankomate?



Sa druge strane, nešto više korišćena usluga je ona koja dolazi iz upotrebe uličnih terminala. 43.5% je ukazalo da koristi ovaj tip usluge, ipak procenat onih koji su odgovorili negativno je dovoljno visok jer je 55.9% istaklo da ne koristi ovakav tip usluge.

U slučaju pristupačnosti web stranica javnih i privatnih preduzeća podaci formiraju karakterističnu distribuciju, iako su ponuđeni odgovori jednosmjerni. Pa je tako 44.6% odgovorilo da su web portali dovoljno pristupačni da mogu nesmetano da se koriste. U ovom slučaju to je jedini pozitivan odgovor. Sa druge strane 11.9 % nije zadovoljno pristupačnošću web portala. Preostala dva odgovora odražavaju ispitanike koji ne pristupaju pomenutim sajtovima i njihovim sadržajima bilo zbog nedostatka interesovanja (15.3%) ili iz razloga jer ne koriste računar/internet (23.7%).

Figure 6: Pristupačnost web portala javnih i privatnih preduzeća



3.3.5. Problemi koji pogađaju sektore i usluge

Nakon što smo utvrdili pristupačnost usluga i servisa u odnosu na udaljenost u ovom dijelu ćemo ispitati procjenu ispitanih o problemima koji pogađaju određene sektore i usluge. Tabela 7. prikazuje rezultate pitanja u kojem su ispitani mogli da rangiraju tri problema koja najviše utiču na pristupačnost određenog proizvoda, servisa ili usluge.

Tabela 7: Problemi koji pogađaju sektore i usluge

	Prvi problem	Drugi problem	Treći problem
Trgovina/Market	Dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe (Brajevo pismo, velika slova)	Taktilne trake, taktilno polje ili staza	Nedostatak govorne podrške
Banke	Taktilne trake, taktilno polje ili staza	Nedostatak govorne podrške	Nedostatak govorne podrške
Naplatni punktovi Elektroprivrede Crne Gore	Pristup parkingu	Nedostatak govorne podrške	Nedostatak govorne podrške
Naplatni punktovi Vodovoda	Pristup parkingu	Nedostatak govorne podrške	Nedostatak govorne podrške
Predstavništvo informaciono-telekomunikacione mreže (T-com, M:tel, Telenor, Total TV, Extra TV...)	Pristup parkingu	Nedostatak govorne podrške	Nedostatak govorne podrške
Restorani/cafe barovi	Dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe (Brajevo pismo, velika slova),	Nesenzibilisanost zaposlenih	Dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe (Brajevo pismo, velika slova),
Pijace	Pristup parkingu	Nepostojanje rampe	Dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe (Brajevo pismo, velika slova),
Taksi vozila	Nepostojanje rampe	Nesenzibilisanost zaposlenih	Nesenzibilisanost zaposlenih
Javni saobraćaj (autobuski, željeznički, vazdušni ili pomorski saobraćaj)	Nepostojanje rampe	Nedostatak govorne podrške	Nedostatak govorne podrške
TV sadržaj	Dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe (Brajevo pismo, velika slova)	Dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe (Brajevo pismo, velika slova)	Nedostatak govorne podrške

U odnosu na grupisanje odgovora mogli bismo formirati nekoliko klastera. Pa tako na primjer plaćanje režija (pristupačnost naplatnih punktova Elektrodistibucije, Vodovoda ili Telekoma) pogađaju isti problemi - pristup parkingu kao prvi problem i nedostatak govorne podrške kao drugi i treći problem su najčešći odgovori. Sličnu ocjenu stanja imamo i u Bankama gdje je u odnosu na prethodne slučajeve razlika samo u prvom problemu a to je u ovom slučaju nedostatak taktilnih traka, taktilnog polja i slično.

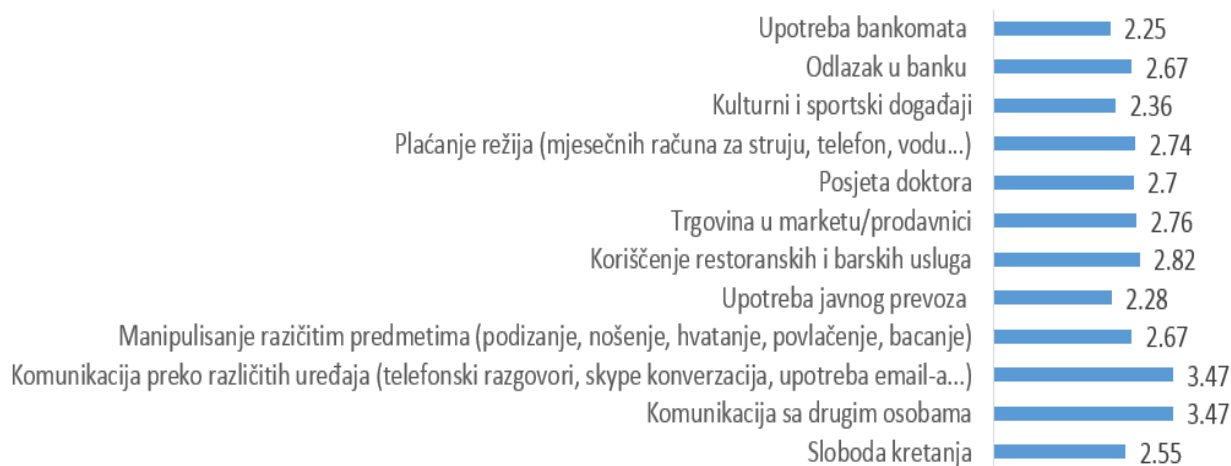
Odlazak u trgovinu, posjetu kafe barova/restorana i posjetu pijaca pogađaju različiti odgovori. Pa su tako tri problema koja najviše pogađaju odlazak u trgovinu: dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe

(Brajevo pismo, velika slova), taktilne trake, taktilno polje ili staza i nedostatak govorne podrške. Sa druge strane posjeta restorana i kafe barova ima najčešće probleme u dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe (Brajevo pismo, velika slova), i nesenzibilisanost zaposlenih. Pijačne usluge najviše pogađaju faktori koji se odnose na pristupačnost: pristup parkingu i nepostojanje rampe, kao i dostupnost roba i usluga sa obilježjima za OSI osobe.

Prilikom prevoza javnim prevozom ili taksijem problemi koji pogađaju OSI su uglavnom slični. U pitanju su: nepostojanje rampe, nesenzibilisanost zaposlenih i nedostatak govorne podrške. Takođe zanimala nas je procjena pristupačnosti TV sadržaja gdje su ispitanici odgovorili da su najčešće problemi koji se odnose na dostupnost roba i usluga za OSI osobe (prvi i drugi problem) kao i nedostatak govorne podrške.

Da bi kvantifikovali odnos ispitanih prema problemima na koje smo prethodno ukazali ispitanike smo upitali da daju ocjenu zadovoljstva stanjem u određenim oblastima. Ocjene su se kretale od 1 do 5, gdje ocjena 5 ukazuje na najbolji rezultat. Grafik 7 prikazuje rezultate dobijene ovom anketom. Najčešći odgovor ukazuje na prosječnu vrijednost dva a to je u ovom slučaju bio odgovor *Da se stanje popravlja ali bi moglo biti mnogo bolje*. U odnosu na vrijednost prosječne ocjene možemo ocijeniti gdje je stanje najbolje a gdje najlošije ocijenjeno; potreba bankomata, sportski i kulturni događaji kao i upotreba javnog prevoza su dobili najslabije ocjene. Sa druge strane, najviše ocjene imamo kod komunikacije preko različitih uređaja (telefonski razgovori, Skype konverzacija, upotreba e-mail-a...)

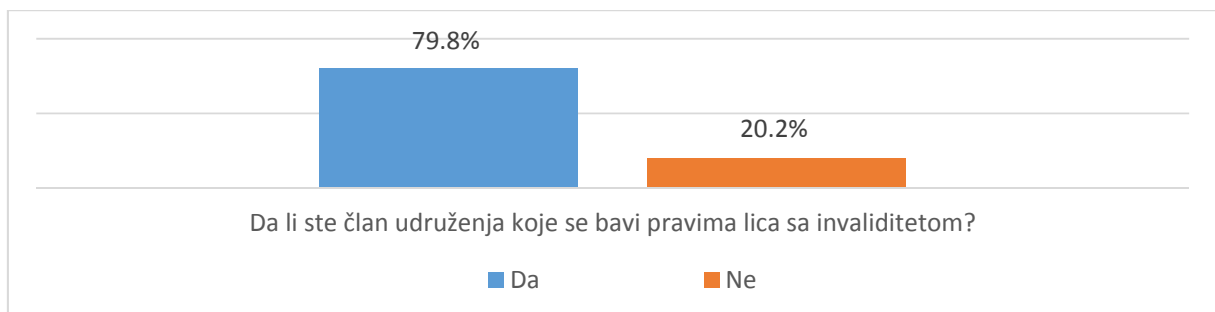
Grafik 7: Prosječno zadovoljstvom stanjem u odnosu na prepreke



3.3.6. Zaštita potrošačkih prava osoba sa invaliditetom – ocjena stanja

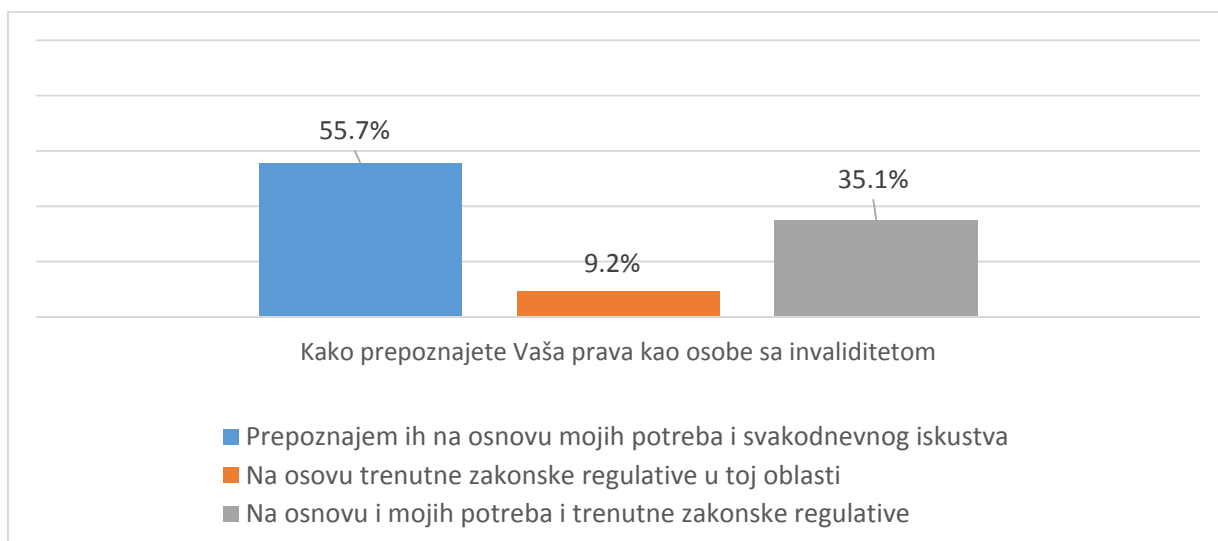
Sve do sada smo se bavili analizom prepreka i pristupačnosti u ostvarivanju potrošačkih potreba. U ovom dijelu ćemo se baviti ocjenom stanja potrošačkih prava osoba sa invaliditetom. Grafik 8. prikazuje da je 79.8% ispitanih član udruženja/organizacije koje se bavi zaštitom osoba sa invaliditetom. U kontekstu ovoga istraživanja to je povoljan indikator jer su u pitanju osobe koje su detaljnije uključene u pomenutu oblast i time imaju širu i jasniju sliku stanja, a takođe mogu napraviti i objektivniju procjenu položaja osoba sa invaliditetom.

Grafik 8: Da li ste član udruženja koje se bavi zaštitom osoba sa invaliditetom



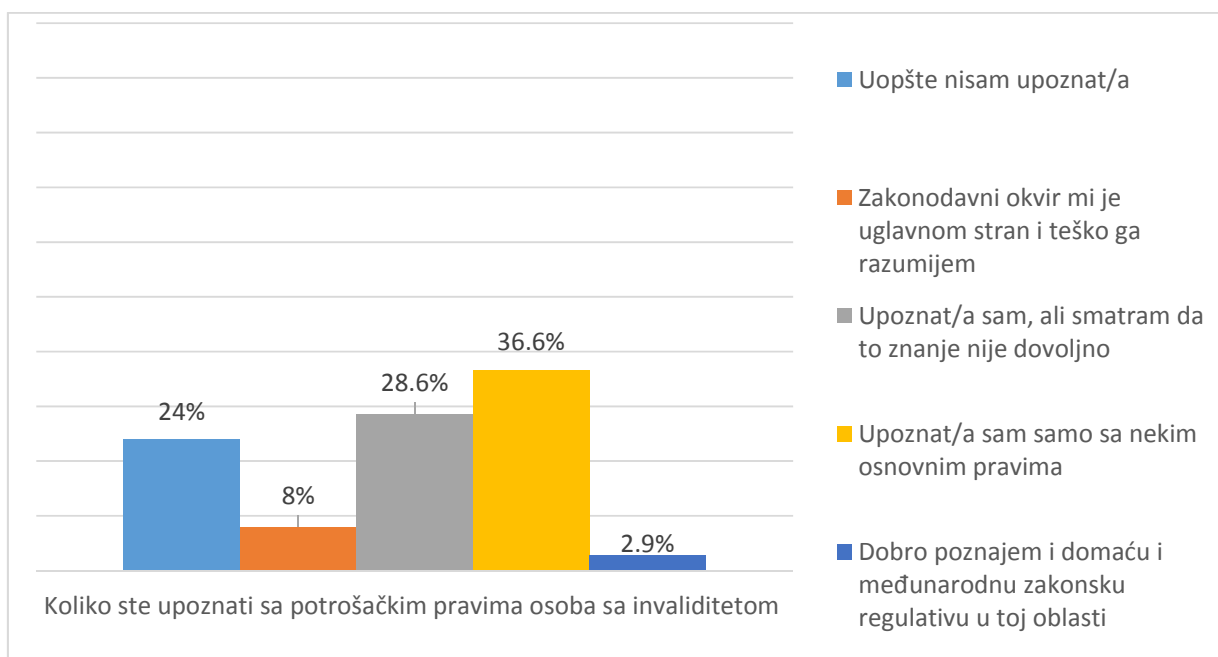
Ispitani uglavnom prepoznaju svoja prava na osnovu sopstvenih potreba i svakodnevnog iskustva (55.7%), sa druge strane jako je mali procenat ispitanih koji legitimitet svojih prava pronalaze u strateškim i zakonskim okvirima (9.2%). Ostatak, ali ne tako mali procenat (35.1%) prepoznaje svoja prava na osnovu potreba i trenutne zakonske regulative i strateškog okvira. Ovo pitanje nam je bilo važno jer ukazuje na osnovu čega ispitanici „crpe“ svoja prava. Uzimajući u obzir da značajan procenat pronalazi legitimitet u odnosu na sopstveni položaj, što je sa jedne strane opravdano, ali je takođe i upitno zbog mogućnosti subjektivne evaluacije stanja. Prava osoba sa invaliditetom moraju imati značajnije utemeljenje u pravnom i strateškom okviru, čime bi se moguća „subjektivnost“ procjene umanjila.

Grafik 9: Kako prepoznajete svoja prava?



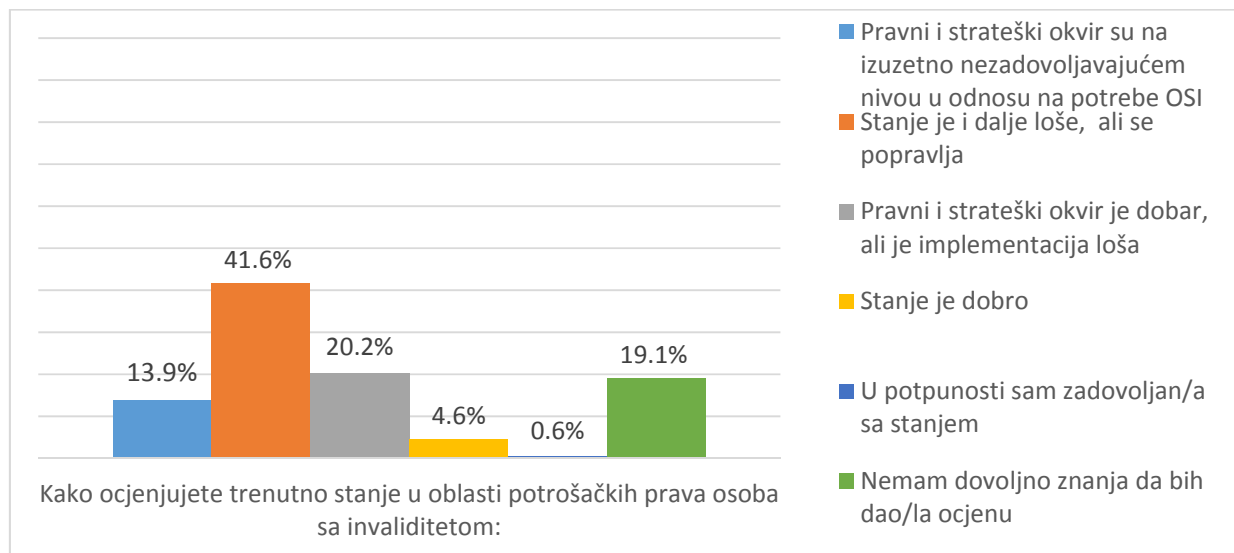
Upravo iznesena tvrdnja ide u prilog rezultatima iz grafika 10. gdje je jako mali broj ispitanika (2.9%) odgovorio da poznaje dobro domaću i međunarodnu zakonsku regulativu u oblasti zaštite osoba sa invaliditetom. 36.6% je izjavilo da je upoznato sa samo nekim osnovnim pravima, dok je kod 28.6% potreba za znanjem u ovoj oblasti prepoznata kao stanje koje treba poboljšati. Ukoliko se sumiraju prve dvije kategorije rezultata iz grafika 10, dobija se potpunija slika osoba koje uopšte nijesu upoznate sa tom oblašću ili im je oblast zaštite prava potrošača osoba sa invaliditetom uglavnom strana (32%).

Grafik 10: Koliko ste upoznati sa potrošačkim pravima osoba sa invaliditetom?



Koliko su osobe sa invaliditetom zadovoljne stanjem u oblasti potrošačkih prava pokazuju rezultati iz grafika 11. Najveći broj ispitanih (41.6%) je ukazao da je stanje i dalje loše ali se popravlja. 20.2% smatra da je strateški okvir dobar ali je implementacija loša. Jako mali procenat je odgovorio da su zadovoljni trenutnim stanjem u oblasti potrošačkih prava lica sa invaliditetom.

Grafik 11: Ocjena stanja u oblasti potrošačkih prava osoba sa invaliditetom



3.4. Prepreke i diskriminacija u oblasti ostvarivanja prava osoba sa invaliditetom sa fokusom na potrošačka prava – rezultati fokus grupne diskusije

U nastavku će biti analizirani rezultati fokus grupne diskusije u odnosu na prava potrošača. Kako smo u prethodnom dijelu bili fokusirani na kvantitativne podatke, u ovom dijelu ćemo primat dati kvalitativnim podacima. Osnovu će nam činiti saznanja prikazana u prethodnom dijelu na čijim osnovama ćemo razvijati i produbljivati analizu.

Kako je već analizom utvrđeno, nivo znanja o pravima osoba sa invaliditetom, opštih ili potrošačkih, nije na visokom nivou. Sagovornici su nam kroz fokus grupnu diskusiju ukazali da su osobe sa invaliditetom uglavnom neinformisane o svojim pravima i da je njihovo informisanje uglavnom podstaknuto ličnim razlozima. U diskusiji je učestvovao predstavnik institucije koji gotovo svakodnevno saraduje sa osobama sa invaliditetom. On nam je prenio svoje iskustvo:

„Nailazimo dosta na neinformisanost osoba sa invaliditetom o pravima koja su propisana zakonima o tome šta njima pripada. Mislim da tek onda kada naiđu na neku vrstu nepravde tek onda posegnu za saznavanjem o pravima.“

Učesnik fokus grupe iz Nikšića

Potreba za kontinuiranim aktivnostima kako državnih organa tako i NVO sektora u cilju obezbjeđivanja potreba kvalitetnih edukacija o pravima osoba sa invaliditetom je od velike važnosti. U tom pravcu, svi su bili saglasni da je pravna materija kompleksna i da je to „kod ljudi uopšte (...) vrlo malo poznaju zakone svoje države pa onda moraju da plaćaju pravnu pomoć“ (Učesnica fokus grupe iz Podgorice). Jedan od sagovornika je bio izričit u svom stavu:

„Osobe sa invaliditetom nijesu upoznate sa svojim pravima koja im sleduje. Postoji dosta prepreka, od nepristupačnosti, komunikacije, procedura. (...) Prava ostvaruju preko NVO organizacija koji je često prva karika za ostvarivanje prava [a zatim] ulogu ima i centar za socijalni rad.“

Učesnik fokus grupe iz Nikšića

Potreba za informisanjem je važna zbog ostvarivanja određenih prava koja su propisana zakonom. Pa tako na primjer jedan od sagovornika ukazuje na posljedice neinformisanja u toj oblasti:

„Ako ostvaruju prava ne ostvaruju ih na vrijeme, (...) da su na primjer stekli uslove za ostvarivanje nekih prava saznaju od komšije a onda dođu u Centar [za socijalni rad] posle nekoliko godina“

Učesnik fokus grupe iz Nikšića

Rezultati iz prethodnog dijela pokazuju na relativno zanemarenu ulogu pravnog i strateškog okvira kada su u pitanju prava osoba sa invaliditetom. Bez obzira na lično iskustvo potrebno je graditi zajednicu i temeljiti njene akcije na legitimnim osnovama koje su pravno relevantne.

Kada su u pitanju prava potrošača, sagovornici nijesu zadovoljni ni svojim a i ističu da je generalno znanje osoba sa invaliditetom u toj oblasti dosta skromno. Čak i predstavnici organizacija koje djeluju u oblasti zaštite osoba sa invaliditetom ističu da je to tema koja je tek od skoro počela da bude aktuelna. Jedna od sagovornica je istakla da problem i položaj osoba sa invaliditetom kada su u pitanju potrošačka prava ne zavređuje mnogo pažnje ni na evropskom nivou a da su rijetke i organizacije u Crnoj Gori koje se bave ovom temom:

„Sama politika zaštite potrošača nije ni u EU na visokom nivou u odnosu na CG. U Crnoj Gori postoji samo jedna organizacija koja se specijalizovano bavi zaštitom potrošača i to je CEZAP [Centar za zaštitu

potrošača] koji jedini sprovodi politiku zaštite potrošača. Postoji savjetovalište u Nikšiću u okviru Tehnopolisa koje je osnovano od Ministarstva ekonomije i lokalne samouprave gdje se savjetujete oko različitih stvari. Organizacije osoba sa invaliditetom nisu mapirale ovaj problem kao prioritetan jer negdje postoji više problema koji su prioritetniji.“

Predstavnica organizacije koja se bavi zaštitom
osoba sa invaliditetom

Međutim, konkretno kada su u pitanju prava potrošača osoba sa invaliditetom, potrebno je napraviti balans u odnosu na tipove invaliditeta i mjesto stanovanja a u odnosu na prepreke i pristupačnost koje zavise ali nijesu samo u vezi sa pravnim okvirom. Na takav zaključak nas navodi i prethodni kvantitativni dio ali i rezultati dobijeni kroz fokus grupnu diskusiju.

Sagovornici su istakli da su u domenu ostvarivanja prava potrošača najviše pogođene preprekama koje pogađaju osobe oštećenog sluha i govora. Nedostatak gestovnog tumača i nemogućnost ostvarivanja komunikacije sa zaposlenima je jedan od najvećih problema u ovom domenu. Sa druge strane i osobe sa oštećenjem vida imaju problema u trgovini zbog specifičnih zakonskih rješenja koja se odnose na obilježavanje proizvoda na Brajevom pismu. Jedna od sagovornica nam je prenijela svoje iskustvo u ostvarivanju prava potrošača:

„Radnice u marketima znaju da budu neljubazne kada je u pitanju odnos sa osobama koje imaju smetnje kada čuju. Često se desi da osobe sa oštećenjem sluha odustaju od trgovine jer ne mogu da dobiju informacije o proizvodu. Radnici neljubaznošću ćeraju svoje goste. Često se dešava da se zalazi u problem, zašto imaš oštećenje je li to naslijeđeno itd..“

Učesnica fokus grupe iz Podgorice

Ipak nesenzibilisanost zaposlenih ne treba generalizovati već postoje i česti slučajevi koji ukazuju na suprotne prakse. Nedostatak podrške i značajno sužena pristupačnost su ipak najizraženiji problemi po mišljenju sagovornika. Na primjer svi su se složili da su veliki marketi nepristupačni za upotrebu kolica. Problemi na koje su ukazali su sledeći:

- a) Distanca između rafova zna da ograniči prolaz za osobe koje koriste kolica;
- b) Visina proizvoda bude često nedostižna za osobe koje su manjeg rasta ili koja koriste kolica;
- c) Manji marketi su često su nepristupačni;

- d) Nedostatak podrške u velikim marketima, jedan od sagovornika je ukazao sledeće: „ne možete gurati kolica sa namirnicama i kretati se u svojim u isto vrijeme“ (Učesnik fokus grupe iz Nikšića);
- e) Nedostatak proizvoda sa deklaracijom na Brajevom pismu.

Svi pomenuti razlozi utiču da se osobe sa invaliditetom osjećaju ugroženo zbog ograničenih mogućnosti usled postojanja prepreka u ostvarivanju prava iz oblasti zaštite potrošača kada su u pitanju trgovine (marketi, prodavnice i butici).

Iz toga razloga kako su nam prenijeli trgovina ne predstavlja zadovoljstvo. U odnosu na to stanje ukazali su nam koji su to faktori koji utiču na izbor trgovine: kvalitet, blizina marketa/prodavnice/butika, pristupačnost, ljubaznost i otvorenost radnika. Kao jedna od načina prevazilaženja prepreka jedna od sagovornica je ukazala na njeno iskustvo:

„Pozitivno je da ako češće trgujete u nekom objektu pa ste onda tu svaki dan. U zgradi gdje živim nalazi se manja prodavnica ali u njoj bez problema uđem a to pogotovo zavisi od osoblja koje tamo radi. Veliki marketi su zaista problematični naročito kada su gužve.“

Učesnica fokus grupe iz Podgorice

U odnosu na ostvarivanje potreba u bankarskom sektoru sa sagovornicima smo razgovarali o glavnim razlozima za izbor, a to je prema njihovom iskustvu umanjen broj prepreka. Najvažniji faktor za izbor banke nije novčani kriterijum (mjesečne takse, kamate i slično) već je to pristupačnost.

Međutim, sagovornici su nam ukazali na poboljšanja u ovoj oblasti jer je značajan broj banaka je uspješno prevazišao prepreke uvođenjem zvučne podrške ili podrške u vidu brojeva koja ukazuje na redosled ostvarivanja ove usluge.

Kada su u pitanju posjete restorana ili kafe barova najčešći problemi koji pogađaju ovaj sektor su nepostojanje menija na Brajevom pismu, prilaz, kao i pronalazak mjesta u istom. Jedan od sagovornika nam je prenio način na koji on ostvaruje ovu uslugu:

„Najteže mi je da pronađem mjesto u restoranu (osoba oštećenog vida). Moraš da se upoznaš sa osobljem da bi bili ljubazni sa tobom. Neće nas u ovom trenutku tretirati kao jednake ako im mi ne pokažemo da smo jednaki. U našoj svijesti je usađen model da smo mi osobe koje su dostojne sažaljenja ili divljenja, nema sredine. Ti moraš da prebaciš njihov okidač na nivo dostojni divljenja jer te većina gleda sa sažaljenjem.“

Učesnik fokus grupe iz Nikšića

Najčešće informisanje osoba sa invaliditetom je preko elektronskih medija, radija. Sagovornici su nam ukazali da kada postoji potreba za informisanjem da se uvijek pronađe način bez obzira na prepreke i pristupačnost. Potreba za edukacijom zaposlenih u medijima je ključna zbog profesionalnog izvještavanja o problemima koje pogađaju osobe sa invaliditetom jedan je od zaključaka diskusije u tome dijelu. Jedan od sagovornika je istakao sledeće:

„Mediji nijesu u dovoljnoj mjeri senzibilisani za OSI. Takođe, mediji nijesu dovoljno edukovani prema osobama sa invaliditetom ni o modelima pristupa prema invaliditetu. Neki mediji predstavljaju osobe sa invaliditetom kao nesposobne, pri čemu nas sažaljevaju, ili sa druge strane veličaju naše uspjehe.“

Učesnik fokus grupe iz Podgorice

Jedna od čestih grešaka koja se javlja prilikom izvještavanja medija o osobama sa invaliditetom je često stavljanje fokusa na pomagala koja koriste ove osobe. To je česta praksa štampanih medija da slika koja prati tekst a prikazuje osobu sa invaliditetom ima sadržaj kojim se fokus stavlja na pomagalu. Sadržaj te fotografije podrazumijeva da se ostatak najčešće zamuti da se stiče utisak da postoji samo pomagalo čime se vjerovatno na nesvjestan način diskriminiše osoba prikazujući samo njen invaliditet.

Najčešći problemi koji pogađaju medije, kada se sumiraju svi odgovori su:

- a) Nedostatak gestovne podrške;
- b) Nesenzibilisanost novinara za pravilno izvještavanje o problemima osoba sa invaliditetom;
- c) Neprimjereni tekstovi u medijima kojima se dodatno diskriminišu osobe sa invaliditetom;
- d) Nepristupačnost filmskih sadržaja; nedostatak titlovanje podrške;

Osim televizijskih medija, značajne prepreke pogađaju i online medije. Glavni problemi se odnose na nepristupačnost sajtova za osobe oštećenog vida. Vrijeme koje je potrebno izdvojiti da se dođe do informacije je mnogo duže nego kod ostalih. Jedan od sagovornika je ukazao na česti problem koji se javlja prilikom posjete sajtova:

„Nepristupačni su sajtovi. Oglasi koje govorna podrška čita a koji su česti ometaju moje informisanje. Restartuje mi se govorna podrška, i često dok pročitam članak zna da prođe dosta vremena.“

Učesnica fokus grupe iz Podgorice

Još jedan od problema koji pogađa osobe sa invaliditetom je i online trgovina. Osobe oštećenog vida su često izložene velikim preprekama u ostvarivanju ovih prava. Postoje primjeri sajtova koji su pristupačni (uglavnom strani kao što su Ebay ili Ikea) dok su domaći uglavnom nesenzibilisani za potrebe osoba sa invaliditetom. Izvor tog stanja su vjerovatno nesenzibilisani naručioci i programeri koji učestvuju u izradi sajtova.

Sagovornici su tokom fokus grupne diskusije skrenuli pažnju na gotovo paradoksalnu situaciju. Naime, često se prilikom organizovanja kampanja koje imaju za cilj promociju prava osoba sa invaliditetom snime neadekvatni sadržaji koji dodatno diskriminišu OSI. Tako na primjer jedna od sagovornica ističe taj problem:

„Ističe se invaliditet, a to je samo dio identiteta koji mi imamo, nemamo mi samo invaliditet, mene ne označava samo invaliditet već imam i druge osobine koje treba da se prikažu“.

Učesnica fokus grupe iz Podgorica

Kada su u pitanju preporuke i prioriteta na koje su sagovornici fokus grupne diskusije ukazali su:

- 1) Veća uključenost i zainteresovanost organizacija (NVO sektora) za potrebe lica sa invaliditetom;
- 2) Poboljšati uslove i raditi na uklanjanju prepreka u velikim marketima;
- 3) Raditi na uvođenju taktilnih traka;
- 4) Edukovati osoblje za rad sa osobama sa invaliditetom;
- 5) Proširiti listu proizvoda koji sadrže deklaracije na Brajevom pismu;
- 6) Poboljšati pristupačnost sajtova i bankomata;

4. PREPORUKE

- Ispitati modalitete efikasnije vidljivosti proizvoda uklanjanjem barijera koje postoje u trgovinama a tiču se upotrebe oznaka na Brajevom pismu;
- Proširiti listu proizvoda i njihovu dostupnost na markete manje površine a koji se odnose na upotrebu proizvoda označenih Brajevim pismom;
- Utvrditi modalitete kvalitetnije online trgovine i dostave kupljenih proizvoda;
- Ispitati kvalitet života osoba sa invaliditetom u odnosu na visinu primanja; utvrditi sadržaj minimalne potrošačke korpe;
- Povećati učestalost plaćanja mjesečnih režija putem e-bankinga;
- Kroz saradnju sa bankarskim sektorom raditi na uklanjanju barijera prilikom upotrebe bankomata;
- Detaljnim monitoringom medija ispitati nivoe kršenje prava osoba sa invaliditetom;
- Edukacije novinara o izvještavanju o sadržajima koji se odnose na osobe sa invaliditetom;
- Organizovati kampanju koja bi za ishod imala uvođenje menija na Brajevom pismu u restoranima i kafe barovima;
- Organizovati treninge za poslodavce i zaposlene u trgovinskim marketima u cilju senzibilisanja za rad sa osobama sa invaliditetom;
- Organizovati edukativne radionice za osobe sa invaliditetom o pravima koja im pripadaju sa posebnim fokusom na potrošačka prava;

5. LITERATURA

Savez slijepih, CEZAP (2019). Analiza normative, institucionalni okvir, u odnosu na zaštitu potrošača sa specijalnim fokusom na osobe sa invaliditetom. Izveštaj kreiran za potrebe projekta „Svi smo stvoreni jednaki, ka efikasnijoj zaštiti potrošačkih prava lica sa invaliditetom“.

Skupština Crne Gore (2009). Zakon o ratifikaciji Konvencije Ujedinjenih Nacija o pravima lica sa invaliditetom sa opcionim protokolom.

Skupština Crne Gore (2011). Zakon o zabrani diskriminacije lica sa invaliditetom ("Službeni list CG", br. 39/2011).

Skupština Crne Gore (2017). Zakon o zaštiti potrošača (Službeni list Crne Gore", br. 002/14 od 14.01.2014, 006/14 od 04.02.2014, 043/15 od 31.07.2015 i 070/2017 od 27.10.2017).

Uprava za statistiku (2019). Prosječne zarade (plate), mart 2019. godine. Dostupno na: <http://monstat.org/userfiles/file/zarade/2019/3/saopstenje%20zarade.pdf>.

West Encyclopedia of American Law. Prema članku na Wikipediji. Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/Consumer_protection#cite_note-1.



Ovaj dokument je izrađen uz finansijsku podršku Evropske unije. Njegov sadržaj je isključiva odgovornost Centra za zaštitu potrošača i Saveza slijepih Crne Gore i ne odražava nužno stavove Evropske unije.



Ministarstvo javne uprave

Ovaj dokument je izrađen uz finansijsku podršku Vlade Crne Gore, Ministarstva javne uprave. Stavovi izraženi u ovom dokumentu isključiva su odgovornost Centra za zaštitu potrošača i Saveza slijepih Crne Gore i ne odražavaju nužno stavove Ministarstva javne uprave.