

Email: info@echomail.hu



Meggyőzni a másikat

Fogyasztóvédelmi ügyekben sajátítják el és terjesztik a vitakultúrát

Fogyasztóvédelmi kérdésekről vitáztak diákcsoportok március elején két napon át a Civil házban. A Disputa vetélkedőn hat fehérvári csapat mérte össze tudását. A Magyarországon újszerűnek számító, a vitakultúrát fejlesztő disputa-verseny győztese a Tóparti Gimnázium és Művészeti Szakközépiskola Hodula Ildikó, Cseh Dorina és Hetei Tünde összetételű, Charlie angyalai elnevezésű csapata nyerte. A fogyasztóvédelem területén ez a módszer lehet az egyik leghatékonyabb eszköz.

A hagyományokhoz híven 2012-ben is megszervezte az Echo Innovációs Műhely és a SZITI Szociális Egyesület a Disputa Vándorkupa vetélkedőjét. A téma ezúttal a fogyasztóvédelem volt, a fiatalok az internetes vásárlás veszélyeit, a vásárlással járó viszontagságokat, lehetőségeket érintették. A vetélkedőn négy csapat indult. A második helyen végzett székesfehérvári Belvárosi I. István Középiskola Bugát Pál Tagintézménye mellett három gárda Kőszárhegyről érkezett.



A verseny során sok hasznos információhoz jutottak a résztvevők, elősegítve ezzel a tudatos fogyasztói magatartás kialakulását. A tudás mellett sok élménnyel, új ismeret-ségekkel és barátságokkal is gazdagodtak a résztvevők. A vándorkupa, amit a tópartisok vehettek át, a jövő tanévben újra „útjára indul” megadva az esélyt a többi iskolának is arra, hogy egy évig magukénak tudhassák. A vitakozók a régi

görögök korszerűsített szabályok szerinti módszerével a meggyőzés művészetét gyakorolhatták, s egyben sok hasznos tudást szívtak magukba.

– Nem először vagyunk vitaversenyen. Tavaly a drogról szólt a vetélkedő, de az idei fogyasztóvédelmi téma is érdekes. Sok olyasmin gondolkodtat el egy ilyen verseny, ami egyébként eszünkbe se jutna – mondja Cseh Dorina, a Tóparti gimnázium csapatának tagja.

Társai, Hodula Ildikó elmondta: a döntőben a reklámok voltak a fő téma, majd a termékek csomagolása is szóba került, az internetes oldalakon keresztül kellett témákat keresni és megvizsgálni, mennyire befolyásolnak a reklámok, milyen hatása vannak a fogyasztókra. Nagyon tetszett, hogy vitázni is tanultunk – mondta harmadik társuk. A későbbiek során sem vész kárba az itt megszerzett tapasztalat: elképzelhető, hogy

A disputa szabályai nagyon egyszerűek

1. Rendszerint két, háromtagú csapat játssza.
2. Előre meghatározott tételt kell bizonyítaniuk, ill. cáfolniuk.
3. A csapatok mellett kijelölünk egy páratlan számú bíróból álló bizottságot is.
4. Húzás alapján történik az állító és a tagadó csapat kiválasztása.
5. Elhangzik az állító csapat beszéde (a tétel definiálása, értelmezése; érvek).
6. Elhangzik a tagadó csapat beszéde (ebben már reagálnak az állító csapat érveire úgy, hogy cáfolják azokat, majd következnek a saját ellenérveik).
7. Az érvek elhangzása után az ellenfél csapata feltehet kérdéseket, amikre az érvelő csapattal felelnie kell.
8. A csapatokból egy körben csak egy ember beszél.
9. A vita akkor ér véget, amikor a harmadik ember is elmondja beszédét (ebben már új érveket nem hozhat fel, csak összegezheti az eddigieket, és bizonyíthatja saját érveik erősebb voltát).
10. Abban az esetben, ha a tétel állítása avagy tagadása során felvetődő érvelés valójában mi magunk nem értünk egyet, akkor is tudnunk kell alátámasztani, hiszen a játék az érvelésre épül. Természetesen az olyan témákat, tételeket, melyek lelkiismereti szempontból nem képezhetik a játék alapját, célszerű elkerülni.

olyan dolog ellen kell érvelni, amivel esetleg nem értünk egyet - vélte Hetei Tünde.

Rózsás Ildikó, az Echo Innovációs Műhely szakmai koordinátora büszke volt rá, hogy három éve indították útjára a vetélkedőt, s a fogyasztóvédelmi téma azért merült fel idén, mert a fiatalok akár az interneten keresztül, akár napi vásárlásaik során egyre gyakrabban kerülhetnek szembe kényes kérdésekkel. – A disputa a vitakultúrát fejleszti. Verseny formája is létezik: ez adja a keretét a vetélkedőnek. A fogyasztóvédelmi tájékoztatás nem hagyományos pedagógiai módszerekkel történik, így sokkal eredményesebb lehet. E mellett fejleszti a diákok kommunikációs készségét, ezzel később jobban megállhatják a helyüket a vizsgákon és a munkaerőpiacon.

Németh László fogyasztóvédelmi szakértő köszöntőjében kiemelte: a mai fiatalok fogyasztóként nagyon komoly hatással lehetnek a piacra. Ha egy üzletben nem úgy szolgálnak ki, ahogy kell, s oda már nem mennek vissza, bizonyára megváltozik az eladók viselkedése, s ez a tudatos fogyasztói magatartás egyik lényege is – emelte ki.

A disputáról

A közéleti és általában egy kulturáltabb viselkedés elsajátítása érdekében ma már Európa több országában is beépítették az iskolai tananyagba a disputa játékot, amit sok helyen, főleg az angolszász országokban, „versenysportként” is úznak. A disputa valójában több, mint játék. A civilizált vita motivációs szerepet is játszhat a gondolkodás fejlesztésében, a közélet iránti érdeklődés felkeltésében és a közösségi lét megélésében. Magyarországon 1993-ban indult el a disputa mozgalom a Soros Alapítvány támogatásával, ma körülbelül 800 diákot és több mint 200 bírót foglal magában.

A devizahitel-adósok kilenctizedén segíthetnek a fizetéskönnyítő programok

Az ügyfélhitelek állománya akár 90 százalékát érinthetik a devizahitel-adósok megsegítését célzó különböző központi programok – olvasható a PSZÁF fogyasztóvédelmi kockázati jelentésében. A PSZÁF a követeléskezelés egységes szabályozása érdekében jogszabályi módosításokat kezdeményez.

Tavaly a pénzügyi piacok első számú fogyasztóvédelmi problémája a deviza alapú jelzáloghiteles háztartások adósságterheinek növekedése, a megemelkedett törlesztőrészek fizetése, a problémás hitelállomány bővülése volt. A helyzetre válaszként 2011 második felében számos fizetéskönnyítést kínáló központi intézkedés született, intenzív jogalkotási folyamat indult a fogyasztók árfolyamkockázati kitettségének csökkentése, az eltérő módon, de nehéz helyzetbe került devizahitel-adósok problémáinak rendezése érdekében.

A rögzített árfolyamon történő végtörlesztés hatására 2012. február végéig az előző év szeptember végi hitelállományhoz képest mintegy negyedével csökkent a háztartások jelzálog alapú devizahitelek kitettsége. A konstrukció csaknem 170 ezer családnak jelentett komoly segítséget, az esetek kétharmadában pedig – ahol önerőből történt a rendezés – végleges megoldást a devizahitel-problémákra. Nagy számban adott lehetőséget a konstrukció kis összegű (2-3 millió forint) tartozások egyösszegű visszafizetésére is. A korábbi 5600 milliárd forintnyi deviza-hitelállomány néhány



hónap leforgása alatt mintegy 4200 milliárdos szintre csökkent.

Fogyasztóvédelmi szempontból kulcsfontosságú a fogyasztók legszélesebb rétege számára rendelkezésre álló további állami adósságrendező vagy adósságkönnyítő konstrukciók sikeres lebonyolítása, mint pl. az árfolyamgát megújított változata. E programok 2012 végére a tavaly szeptemberi vonatkozó hitelállomány akár 90 százalékát is érinthetik.

Jelentős előrelépés a jelzálog-alapú hitelek átlátható árazására vonatkozó szabályok törvényben való rögzítése. A teljes hiteldíj-mutató (THM) maximalizálása csökkenti az ügyfelek kiszolgáltatottságát és a fizetendő kamatterheket, a referencia-kamatlábhoz kötött, valamint a 3, 5 vagy 10 évre rögzített árazás révén kiszámíthatóbb, az ügyfél számára jobban követhető árazás valósul meg. A régebben megkötött szerződések esetében az ügyfelek augusztus végéig kérhetik bankjuknál aktuális szerződésük új árazási szabályok szerinti díjmentes át-

alakítását. Fontos tehát, hogy kizárólag az ügyfelek aktív közreműködésével valósulhat meg jelzáloghitelek-szerződésük új árazási szabályok szerinti módosítása, amennyiben ezt igénylik. E szabályok egyértelműen csökkentik a pénzügyi intézmények egyoldalú szerződésmódosítási és árazási mozgásterét, kiszámíthatóbbá, követhetőbbé teszik a fizetési terhek jövőbeli alakulását. A fix kamatozás tekintetében érdemes megvizsgálni a szabályozás pontosítását annak kapcsán, hogy a pénzügyi intézmények a kamatforduló utáni új kamatperiódusra milyen okok és objektív körülmények esetén jogosultak a kamat ügyfél számára kedvezőtlen módosítására.

Számos fogyasztó problémája, hogy a követeléskezelés fogyasztóvédelmi szempontból nem megfelelően, esetenként hiányosan szabályozott. A PSZÁF ezért 2012 márciusában a követeléskezelésre vonatkozó átfogó szabályozási koncepciót állított össze és juttatott el a jogalkotónak. Ez egyebek közt kiterjed a követeléskezelés kapcsán az intéz-

ményektől elvárt magatartási szabályokra az ügyfelekkel történő kapcsolattartás, tájékoztatás vonatkozásában.

A lakossági betétek, megtakarítások esetében kockázatot hordoz a fogyasztók számára, hogy az újonnan piacra lépő betét típusú termékek egy része kombinált, ezért egyre bonyolultabbá, összetettebbé válnak, és a tájékoztatás nem megfelelő minősége esetén növekedhet a félreértékesítés kockázata. Ezért kiemelt jelentőségűnek tartja a PSZÁF, hogy az intézmények minden eszközzel segítsék elő az ügyfelek megfelelő döntéshozatalát, így körültekintően tájékoz-

tassák az ügyfeleket különösen a termék összetettségéről, az egyes összetevőkben rejlő kockázatokról és a kapcsolódó költségekről.

A biztosítási szektor esetében tovább tart a unit-linked életbiztosítási termékek térnyerése, bár e konstrukció kapcsán is számos fogyasztói kockázat azonosítható. E körben legfontosabbnak említhetőek a termékkonstrukció bonyolultságából, a mögöttes befektetési eszközökből, továbbá az átláthatatlan díjstruktúrából fakadó kockázatok. A PSZÁF hamarosan a unit-linked biztosításokra vonatkozó felügyeleti ajánlás kiadásával

kívánja orientálni a biztosítókat, hogy az ügyfelek kiegyensúlyozott tájékoztatása érdekében a legjobb gyakorlatok szerint járjanak el a szerződés megkötését megelőzően, illetve annak tartama alatt.

A tőkepiacon elérhető termékek közül továbbra is jelentős kockázatúak az elsősorban on-line platformokon kínált magas tőkeáttétellű ügyletek, a tőkeáttétel következtében előálló jelentős piaci rizikó miatt. Kiemelt jelentőségű, hogy a tőkepiaci szolgáltatók csak olyan hozzáértő lakossági befektetők részére nyújtsák ezeket, akik képesek az ilyen kockázatok

megfelelő megértésére, azok kezelésére, és akik kockázattal való vállalási profiljába illeszkedik a termék. A PSZÁF aktív, piacformáló szerepet kíván vállalni abban, hogy az ügyfelek besorolása minél alaposabban és pontosabban történjen meg a jövőben a szolgáltatók részéről.

Számos területen általános tendencia a pénzügyi termékek on-line értékesítésének fokozott térnyerése, amely egyes esetekben újabb fogyasztói kockázatot jelenthet a személyes tanácsadás hiánya és a kockázatokra való megfelelő figyelmeztetések elmaradása miatt.

Elismerés cégeknek, fogyasztóvédőktől

4

A felelősségteljes és etikus piaci magatartást díjazták a civilek

Idén először szakmai díjakat adtak át fehérvári vállalkozásoknak a fogyasztóvédők. A március 19-ei átadáson a gyártás kategóriában a Seawing Kft., a szolgáltatásban a Kirst Optika, a kereskedelemében az Alba Csavar Bt. vehette át az elismerést. A díjat rendkívül szigorú előminősítés után ítéltek oda.

Fogyasztók világnapját 1983 óta ünneplik. Itthon több esemény is kapcsolódik e jeles naphoz, ehhez igazodva szervezték meg a Fehérvári Fogyasztókért Szakmai Díj átadását is. Az elismerést a cégek képviselőinek, Pálffy Zoltánnak, a Seawing Kft. ügyvezetőjének, Kirst László optometristának és Paulusz Zsuzsannának, az Alba Csavar képviselőjének Róth Péter alpolgármester, Domokos Tamás, az Echo Innovációs Mű-



hely módszertani igazgatója és Németh László, fogyasztóvédelmi szakmai vezető adta át.

A székesfehérvári Fogyasztóvédelmi Információs és Oktató Pont Székesfehérvár Megyei Jogú Város Önkormányzatával való együttműködésben pályázatot hirdetett 2012. február elején a Fehér-

vári Fogyasztókért Szakmai Díj elnyerése érdekében. A pályázat elbírálására egy rendkívül szigorú protokoll alapján került sor, mely elsősorban a jelöltek felelősségteljes és etikus piaci magatartását vizsgálja.

A pályázatra Székesfehérváron tevékenységet végző egyéni és társas vállalkozások,

nonprofit szervezetek jelentkezhetnek, továbbá a lakosok is jelölhetik díjra városi kereskedőket, üzleteket illetve gyártókat. Összesen 23 jelölés érkezett, ezek közül választották ki azt a három jelöltet, akik minden szempontból megfeleltek a felelősségteljes és etikus piaci magatartás kritériumainak, és akiket a fogyasztóvédelmi hatóság át is világított-húzta alá Domokos Tamás.

Róth Péter, Székesfehérvár egyik alpolgármestere köszöntőjében kiemelte: a város vezetése, amely elkötelezett a fogyasztóvédelem ügye mellett, örömmel tapasztalja, hogy a vállalkozások is felismerték: az elégedett vásárló a legjobb reklám.

A Fogyasztók Világnapját 1983 óta ünneplik világszerte. John F. Kennedy amerikai elnök 1962. március 15-én hirdetett ki egy történelmi nyilatkozatot, melyben a négy alapvető fogyasztói jogot (jog a biztonsághoz, az információhoz, a választáshoz és a képviselőhöz) foglalta össze, az évek során ezek száma nyolcra emelkedett (kibővült a meghallgatás, a kártérítés, az oktatás és az egészséges környezethez való joggal). Itthon több esemény is kapcsolódik a Fogyasztók Világnapjához,

többek között ehhez igazodva szervezték meg a Fehérvári Fogyasztókért Szakmai Díj átadását.

A szakmai díj három kategóriában került meghirdetésre. A pályázatra a kereskedelem, a szolgáltatás és a gyártás területén működő, Székesfehérváron tevékenységet végző egyéni és társas vállalkozások, nonprofit szervezetek jelentkezhetnek, továbbá a lakosok is jelölhetek díjra városi kereskedőket, üzleteket illetve gyártókat. A jelentkezésre illetve jelölésre a székesfehérvári Fogyasztóvédelmi Információs és Oktató Pontot működtető Echo Innovációs Műhely Közhasznú Egyesület honlapján keresztül, internetes adatlap kitöltésével kerülhetett sor. A pályázat elbírálására az ECP 1012:2012 protokoll alapján került sor.

A SEAWING Kft. 20 éve foglalkozik magas színvonalon biztonságtechnikai rendszerek fejlesztésével, gyártásával, forgalmazásával. A fehérvári cég

úttörő szerepet játszott az RF ID technológián alapuló beléptető rendszerek hazai terjesztésében. Jelenleg közel 1 millió beléptető kártyát és több mint 20 ezer RF olvasót használnak SEAWING rendszerekben Magyarországon. A SEAWING magasan kvalifikált fejlesztőgárdája saját fejlesztésű rendszereiben a legkorszerűbb technológiákat alkalmazva áll a felhasználók rendelkezésére. Megoldásokat kínál beléptető rendszerek, IP alapú integrált biztonságtechnikai rendszerek, valamint az épület felügyeleti rendszerek területén. A SEAWING rendszerei és termékei már jelen vannak a környező közép-európai országokban is, Szlovákiában, Horvátországban, Romániában. A cég működése megfelel a felelősségteljes és etikus piaci magatartásnak és hozzájárul a nyolc fogyasztói alapjog érvényesüléséhez.

Kirst Optika - Az 1957 óta működő vállalkozásnak a rendszerváltás kínált igazi lehetősé-

geket, a mérnök - tanár cégtulajdonos felsőfokú optometrista végzettséggel kínálta munkatársaival a megújított cég szolgáltatásait. Szükségessé vált új üzlethelység megépítése a Kossuth Lajos u. 14. szám alatt, mely lehetővé tette a pénzügyi működőképesség megtartása mellett olyan gyártástechnológiai fejlesztés alkalmazását, mely a világban a legkorszerűbb számítástechnikai eszközöket alkalmazza. Ez a fejlesztés megkívánta a szemvizsgálati egység korszerűsítését, melyet banki hitel felhasználásával sikerült megvalósítani és a közelmúltban olyan nonkontakt tonométerrel (szemnyomásmérő műszerrel) kiegészíteni, mely a páciens számára legkíméletesebb és legpontosabb vizsgálati módot teszi lehetővé. A cég működése megfelel a felelősségteljes és etikus piaci magatartásnak és hozzájárul a nyolc fogyasztói alapjog érvényesüléséhez.

Az Alba Csavar Kereskedelmi és Szolgáltató Bt.

2002-ben jött létre, száz százalékban magyar tulajdonosokkal. Akkori piacukat a lakosság és a kisvállalkozások tették ki. Tevékenységi körük a kötőelem és barkács-kiskereskedelemmel indult, ami az idő folyamán kiegészült a szerszám- és a munkavédelmi termékek forgalmazásával. Azóta a város meghatározó kereskedőivé váltak, akik mindig tudnak valamilyen alternatívával szolgálni. Ma már a fő irány a kötőelemek, szerszámok és a munkavédelem. Üzletpolitikájuk: egyedi dolgokat gyorsan, vevőorientáltan, és a helyzetnek megfelelően megoldani. Kapcsolataik a vevőkkel, munkatársaikkal, alvállalkozóikkal és versenytársaikkal a legszigorúbb etikai normákhoz való ragaszkodáson, a korrektségen és az őszinteségen alapul. A cég működése megfelel a felelősségteljes és etikus piaci magatartásnak és hozzájárul a nyolc fogyasztói alapjog érvényesüléséhez.

Az öntudatos polgár tudatos fogyasztó is

Interjú Róth Péterrel, Székesfehérvár alpolgármesterével

2012 márciusban, idén először, szakmai díjakat adtak át a fogyasztóvédők. Székesfehérvár önkormányzata támogatja a civilek úttörő kezdeményezését.

– *Miért tartja fontosnak a város a fogyasztóvédelmet, s annak támogatását?* – kérdeztük Róth Péter alpolgármestert.

– A város vezetésének fontos az, hogy a város lakói magukénak érezzék Székesfehérvárt. Ezt nevezhetjük egy öntudatos városi polgár mentalitásnak vagy gondolkodásmódjának és azt gondoljuk, ehhez az is hozzá tartozik, hogy az emberek tiszt-

tában vannak saját jogaikkal és lehetőségeikkel. E körbe tartozik a fogyasztóvédelem is. Minden fogyasztónak vannak jogai, amelyekkel élni lehet, szabad és kell is. Fogyasztóvédelemről nem csak utólag beszélhetünk, amikor már gond van és panaszzal, hanem egyfajta megelőző fogyasztóvédelem is létezik. Ez a díj ebbe a körbe tartozik. A megelőzés mindig fontosabb mint az orvoslás. Különösen nagyra értékeljük, hogy a vállalkozók is magukénak érzik ezt a gondolkodást, s az is fontos, hogy ezzel az minősítési rendszerrel és díjjal példákat adunk a vállalkozóknak.

– *Sok vállalkozó nem azért vét a fogyasztóvédelmi szabályok ellen, mert akar, hanem azért, mert nem ismeri őket. Nagy szükség lenne ezen ismeretek oktatására a diákság és a vállalkozók körében. Tervez ilyen az önkormányzat?*

– A fogyasztóvédelmi képzéssel a városnál magasabb szinten döntenek és foglalkoznak, hiszen az új nemzeti alapintérv része. Ez nagyon fontos, hogy a fiatal felnőttek, akik már középiskolás korukban fogyasztók, tisztában legyenek a lehetőségeikkel. Ebben a médiának is óriási szerepe van, hiszen a lakosság túlnyomó



mó többségéhez mindenféle üzenet – köztük a fogyasztásra ösztönző is – eljut. A fogyasztóvédelem ma már nem egyenlő a vásárlók könyvével, alapvetően hozzáállás kérdése, ami komoly szemléletváltást és tudást igényel, de az sem volna helyes, ha az önkormányzat hatóságként kezdene viselkedni - hiszen ilyen hatóság létezik. Nekünk legfeljebb ösztönző szerepük lehet. Olyan, amire jó példa az a díj is, de a szemléletformálás területén az önkormányzat szerény eszközeivel ma is szerepet vállal.

Új fogyasztóvédelmi protokollt alkottak a civilek

Segítenek eligazodni az előírások között

Amikor Székesfehérváron fogyasztóvédelemről van szó nem hagyományok és előzmények nélküli kérdésekről kell beszéljünk – véli Domokos Tamás, a Fejér Megyei Fogyasztóvédelmi Információs és Oktató Pont módszertani vezetője.

A városban a civil szervezetek, az önkormányzat és hatóság vállvetve dolgoznak a fogyasztói jogok érvényesülésén, a tudatos fogyasztói magatartás, az etikus és felelősségteljes piaci környezet kialakulásán. E téren kiemelkedő eredményekről lehet beszámolni. A Fehérvári Fogyasztókért szakmai díjra összesen 23 jelölés érkezett; a kiíró, a Fejér Megyei Fogyasztóvédelmi Információs és Oktató Pont nem hirdetett második és harmadik helyezettet, mert nem is ez a lényeg – hangsúlyozta a szakember. A bírálókat mindenkit értesítettek arról, mik voltak azok a hiányosságok, amelyek miatt most nem rájuk esett a választás, s amelyeken változtatni lenne érdemes.

A Fejér megyei fogyasztóvédelem területén nagyon ko-



moly háttér munka indult el az utóbbi években. Elsőként az oktatás területén folyik olyan szakmai munka, a társadalmat segítendő folyamat, ahol egyrészt a tanulókat törekszik felkészíteni a tudatos vásárlói magatartásra, másrészt a vállalkozásokhoz próbálják a tudást eljuttatni. E munka keretében kidolgoztak egy speciális, a díj minősítésében is használható protokollt is.

A szemponrendszer azt írja le, minek kell megfelelni egy vállalkozásnak akkor, ha

az etikus és tisztességes piaci magatartást kíván tanúsítani. Itt nem csak az a fontos, hogy a vállalkozás hogyan kommunikál klienseivel, ügyfeleivel, hiszen ezt annak érdekében is teheti, hogy minél nagyobb piacot szerezzen, s minél inkább megfeleljen a Fehérvári lakosok igényeinek. Itt az is roppant lényeges, megfelelő azoknak a hatósági előírásoknak, szabályoknak és sztenderdeknek, amelyeket egyébként is be kell tartania. A civilek jól tudják, hogy szá-

mos vállalkozás önhibáján kívül nem képes betartani az összes hatósági előírást – ezért ebben a protokollban azt is rögzítették, mik azok a kormányhivatal által támasztott követelmények, amiknek meg kell felelni egy jogszerűen működő vállalkozásnak – mondta Domokos Tamás.

A Fejér Megyei Fogyasztóvédelmi Információs és Oktató Pont a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központjának támogatásával került kialakításra a Fehérvári Civil Központban, mely a szervezetek, intézmények és lakossági ügyfelek számára kíván segítséget nyújtani a fogyasztóvédelem területén.

Az információs pont nem panasziroda, ilyen jellegű hatóság és civil szolgáltatás már elérhető Fehérváron. Az információs pont a hatósági általános információs munkát egészíti ki folyamatosan elérhető tanácsadóval, eseti rendezvények szervezésével és célzott oktatási programokkal, de ha szükséges, feladatot vállal az ügyfelek irányításában is (mikor, mivel, kihez tudnak fordulni). A fogyasztóvédelmi információs és oktató pont elsődleges célcsoportja a helyi közösségek (média, társadalmi szervezetek, vállalkozások, önkormányzati intézmények), másodlagos célcsoport (elsősorban közvetetten) a lakosság egésze.

A Fehérvári Fogyasztókért Szakmai Díjat 2012-ben kereskedelemi kategóriában az Alba Csavar Bt. kapta

Paulusz Zsuzsannát, a vállalkozás képviselőjét kérdeztük

– Az Alba Csavar értékelésekor a bírálók külön kiemelték, hogy az internetes megjelenést és a konkurenciával való kapcsolatok szabályozását tekintik példamutatónak. Mit értsünk ezen?

– Ebben a mai világban szeretnénk utat mutatni, hogy

lehet ezt másképp is. Azt az elvet valljuk, hogy a piacon az tud hosszú távon sikeres lenni, aki mindig a legjobbat szeretné az ügyfélnek. Nekünk a személyes tapasztalatunk is az, hogy aki akár a beszállítókkal, akár a versenytársak jó kapcsolatokat alakít ki, sokkal

többre megy. Bár Székesfehérvár nagy város, kicsinek számít a szakmai közösségben, itt is sokkal többre megyünk, ha a gyilkos konkurenciaharc helyett segítünk egymásnak. Számtalanszor megtörtént az, hogy egymáshoz küldtek át a vásárlókat, ha mi nem tudunk

egy olyan terméket, szolgáltatást vagy azonnal segítséget nyújtani, amilyen tő keres. A versenytársakkal a való etikus, korrekt magatartás azt jelenti, hogy valójában a fogyasztók érdekeit nézzük – mondta.

Az Alba Csavar Bt. 2002-ben jött létre, 100%-ban ma-

Hozzá tartozik a márkához

Ha valami ingyen van, az már eleve gyanús

A Fehérvári Fogyasztókért Szakmai Díjat 2012-ben szolgáltatás kategóriában a Kirst Optika kapta. Kirst László optometristát, a vállalkozás vezetőjét kérdeztük.

– Miért fontos az etikus üzleti magatartás? Ön a megyei békéltető testület elnöke. Mit tapasztal, milyen ma a fogyasztóvédelem helyzete?

– Az etikus magatartás a Kirst „márkának” lényeges eleme. Nálunk senkit nem szabad félrevezetni, s úgy vélem, egy ilyen vállalkozás tisztességes, becsületes módon is meg tud élni, bár abban, hogy ez egy kezdő számára is járható út, már nem vagyok biztos. Én megtehetem, mert nem vagyok rászorulva – kedvezményeket adunk ugyan, de nem járatom le a céget akciók hirdetésével. Megtehetem, mert hosszú ideje dolgozom a szakmában, a vállalkozásomnak komoly presztízse van.

A fogyasztóvédelmi hatóságnak az a kedvező magatartása, amely nem a büntetés irányába megy, hanem a tisztességes vállalkozások segítése felé, rendkívül pozitív. Nagyon hiányolom ugyanakkor, hogy nincsenek szankcionálási lehetőségek egyes esetekben – általánosságban van, de egyes esetekben, amikor nyilvánvaló



és látható, érezhető a fogyasztó szándékos, goromba megtevésztése, nincs. Baj, hogy nincs a hatóságnak árelenőrző szerepe, nem nézheti meg a beszerzési árat, s vetheti össze azzal, amennyiért a portékát kínálják. Annak, hogy öles betűkkel ki van írva egy üzletre, „ingyen”, eleve gyanúsak kéne lennie. Ingyen nem lehet szolgáltatást adni, ezt mindenki tudja, mégis becsukjuk a szemünket, amikor azt látjuk, ég a villany, az alkalmazottat fizetni kell, s mégis ingyen kínálnak valamit. Az ilyen helyeken igenis körül kellene nézni a fogyasztóvédelemnek.

Nem mellékesen azért is, mert ilyenkor legalább ketten lesznek becsapva: a fogyasztó mellett az a tisztességes, minőséget szolgáló vállalkozás is tönkre fog menni, amelyik így nem tudja innovatív termékeit a fogyasztói igényekhez adaptálni. Ez a rossz gyakorlat a nemzetgazdasági szintekig kihat, az innovatív termékek bevezetése és a minőségi szolgáltatások kárára megy. Ennek is nagy szerepe lehet abban, hogy ma oda jutottunk, az ár játszik elsődleges szerepet a fogyasztói döntésekben.

A második generációs vállalkozást 1957-ben id. Kirst

László, a jelenlegi vállalkozás tulajdonosának édesapja alapította. Akkoriban Magyarországra a hiánygazdaság, az elosztásos kereskedelem, a szolgáltatások alacsony színvonala, az állami kézben lévő kereskedelem túlsúlya volt a jellemző. Ebből a környezetből büntetlenül kitörni nem lehetett, de felkészülni a várható változásokra – valamint mást kínálni – és azt másként teljesíteni, mint az általában megszokott, az egyedülálló külön út volt, amit az akkori politikai berendezkedés még eltűrt, bár a társadalom ellenségeként kezelte az ilyen kisipari tevékenységet. Mire a rendszerváltás újabb lehetőségeket kínált a Kirst Optika számára az akkor elvárható átlagos technikai felkészültség mellett, a mérnök, tanár cégtulajdonos felsőfokú optometrista végzettséggel kínálta munkatársaival a cég szolgáltatásait. Ma a vállalkozás olyan gyártástechnológiai vívmányokat használ, amely a világban a legkorszerűbb számítástechnikai eszközöket alkalmazza. A korszerű szemvizsgálati egység ma már egy olyan nonkontakt tonométerrel, azaz egy szemnyomás-mérő műszerrel is kiegészül, amely a páciensek számára a legkíméletesebb és legpontosabb vizsgálati módot teszi lehetővé.

gyar tulajdonosokkal. Akkori piacunkat a lakosság és a kisvállalkozások tették ki. Tevékenységi körünk a kötőelem és barkács kiskereskedelemmel indult, ami az idő folyamán kiegészült a szerszám, és a munkavédelmi termékek forgalmazásával is. Azóta a város és talán a régió meghatározó kereskedőivé váltunk, akik mindig tudnak valamilyen alternatívával szolgálni. Ma már a fő irány a kötőelemek, szerszámok, és a munkavédelem.

A csavarok és minden ami nálunk kapható, a „láthatatlanszükségessé” fűszere a gyártásoknak, kivitelezéseknek. Az üzletpolitika egyszerű: gyorsan, egyedi dolgokat, vevőorientáltan, és a helyzetnek megfelelően megoldani! A kis vállalkozás célja, hogy a régió meghatározó beszállítója legyen a kis- közép- és multinacionális vállalkozások számára, a legjobb ár/érték arányt szem előtt tartva. A kis kollektíva arra törekszik, hogy megbízható hátteret nyújt-

son ezen vállalkozások számára. Számukra a vevőink igényei a legfontosabbak, azokat igyekeznek mindig személyre szabottan kezelni – nálunk a vevő nem egy a sokból, hanem mindenki „A” vevő! Ki tudja: hátha egyszer a magánvevő vállalkozó lesz, de ő lehet a legjobb ajánló is! Kapcsolataik a vevőkkel, munkatársakkal, alvállalkozókkal és versenytársakkal a legszigorúbb etikai normákhoz való ragaszkodáson, a korrektségen és az őszinteségen alapulnak.



A Fehérvári Fogyasztókért Szakmai Díjat 2012-ben gyártás kategóriában a Seawing Kft. kapta

Pálffy Zoltánt, a cég ügyvezetőjét kérdeztük

– Számítottak erre a díjra? Ön szerint minek köszönhetik?

– Ilyen díjat nem osztogatnak. Cégünk 23 éves, körülbelül 20 éve foglalkozik biztonsági rendszerekkel és az eredményeink magukért beszélnek – a díj kellemes meglepetés ért most minket. A társaságot egykori videotonos fejlesztők alapították. Eleinte bér munkát végeztünk, majd saját munkával kezdtünk el foglalkozni. A rendszereink értékesítésének 80 százaléka saját termék – ez lehetett az a szempont, ami itt sokat számított. A minőség szerintünk azt jelenti, hogy a vevők jönnek vissza hozzánk. A cég alapvetően beléptető-rendszerek, rádiófrekvenciás azonosító és mikro-programozott eszközök gyártásával és az ezekből kialakított rendszerek gyártásával és szállításával foglalkozik. Magyarországon az ilyen



rendszerek több, mint 50 százaléka itt készül, rendkívül nagy viszonteladói körrel állunk kapcsolatban – évente közel 400 céget szolgálunk ki. Jelenleg közel 1 000 000 beléptető kártyát és több mint 20 000 RF olvasót használnak Seawing rendszerekben Magyarországon.

A SEAWING magasan kvalifikált fejlesztőgárdája saját fejlesztésű rendszereiben a legkorszerűbb technológiákat alkalmazva áll a felhasználók rendelkezésére. Megoldásokat kínál beléptető rendszerek, internet-protokoll (IP) alapú integrált biztonságtechnikai rendszerek, valamint az

épületfelügyeleti rendszerek területén. A cég speciális alkalmazásokat – fürdő, wellness, fitness, szálloda és egyéb rendezvény beléptetőket, valamint munkaidő nyilvántartó programokat – is fejleszt és telepít. A kínált rendszerek lehetővé teszik a rugalmas, a vevő igényeit teljes mértékben kielégítő alkalmazások kialakítását. A Seawing rendszerei és termékei már jelen vannak a környező közép-európai országokban is, Szlovákiában, Horvátországban, Romániában.

Termékeinket üzemeltetni kell – itt is sokakkal vagyunk kapcsolatban. Mi azt valljuk, hogy nem az a lényeg, hogy valami hibátlan legyen, hiszen ilyent senki nem tud készíteni, hanem az a fontos, hogy a piacon a meghibásodásokra ki, miképpen reagál. A Seawing a viszonteladókon és a cég közvetlenül is kivívta e téren a bizalmat.

Látják a lényegeket

Legalább annyira közbiztonsági, mint fogyasztóvédelmi ügy

Szinte minden nap fogyasztóvédelmi sérelmek érik a látássérült embereket – állítja Szokó Zsolt, a fehérvári központú Látássérültek Regionális Közhasznú Egyesülete (Lárke) elnöke és irodavezetője. A szervezet részt vett Fehérvári Fogyasztókért Szakmai Díj elbírálásakor alkalmazott, rendkívül szigorú protokoll kialakításában, amelyik elsősorban a jelöltek felelősségteljes és etikus piaci magatartását vizsgálja.

A látássérült emberek a fogyasztóvédelem területén

sok szempontból érintettek – mondta Szokó Zsolt. Mi nem csak a vásárlásokkor, hanem a szolgáltatások igénybevételeként is feltűnünk, s ez utóbbi terület sokkal fontosabb is. A célcsoportunknál a kiszolgáltatottság meghatározó, ezért is támogattuk azt a fogyasztóvédelmi civil kezdeményezést, amit a díj jelent, s vettünk részt az azt magalapozó szempontrendszer kidolgozásában.

– Milyen konkrét ügyekre gondol?

– Nemrég Fehérvárra költözött egy látássérült pár és megvásárolt egy panellakást. Amikor belakták azt, kiderült: a közszolgáltatások nem úgy

működnek, ahogy kellene és számos rejtett hiba is felszínre került. A család, amely úgy érzi, hogy megvezették őket, nem tud hova fordulni. A közös képviselő nem támogatja őket kellően és bár ez egy klasszikusan fogyasztóvédelmi ügy, jócskán meghaladja egy jogvédő civil szervezetek kompetenciáját.

A másik, legalább ilyen fontos terület a közbiztonság. A látássérülteket nagyon sokszor kihasználják. Az ilyen esetek közül sok a fogyasztóvédelmi probléma is. Ha valaki például a kaszával való távozáskor jön rá, hogy becsapták, majd utána panaszt akar tenni, vagy ha észreveszi azt, hogy a csoma-

got kiszállító ember távozásakor eltűnt valami a lakásából, éppen úgy fogyasztóvédelmi probléma, mint amennyiben biztonsági is.

Hasonló a helyzet a lakásfelújítások és átalakítások esetében. Van olyan esetünk, ahol milliós nagyságrendű lakáskorszerűsítés történt, és amikor egy idő után kiderült, hogy a szakemberek a munkákat nem a hatósági előírásoknak megfelelően végezték el, nincs kihez fordulni. Miközben a kivitelező azt állítja, hogy ő minden engedélyt beszerzett, a szomszéd az önkormányzatnál feljelentette azt a vak embert, aki a kivitelezést nem tudta ellenőrizni a munkát, hogy az égéstermék elvezetés nem megfelelő.

– Mi lenne a megoldás? Milyen intézkedésekre és programokra lenne szükség?

– A látássérült embereknél már a gyerekeknél meg kelle-

ne kezdeni a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatását az iskolában. A felnőtteknél az alaptájékoztatásra lenne szükség, arra, hogy tudják: milyen jogaik vannak akkor, amikor igénybe veszik a szolgáltatást vagy terméket vásárolnak, mit tehetnek egy jogsértéskor, hová fordulhatnak, ha áldozattá válnak.

Komoly hiányosságok vannak fogyasztóvédelemben az akadálymentesítés területén is. Ez egészen pontosan azt jelenti, hogy Magyarországon egy látássérült, ha vásárol, sehol nem kap olyan számlát amit ő maga értelmezni tud. Se a termékleírások, se a számlák között nem találunk dombornyomott kivi-

telűt, pedig ma már léteznek ilyen megoldások. Legalább ilyen fontos lenne azonban az eladó személyzetet érzékenyítése is, főleg a közszolgáltatásban dolgozók, a bolti eladók, okmányirodák, pénzüzetek, a posta és az orvosi rendelők alkalmazottai között. A nonprofit szervezetek sokat tudnának segíteni e téren abban, hogyan is kell a látássérültekkel foglalkozni, de az ilyen képzéseken be tudnánk mutatni a korszerű akadálymentességet biztosító infokommunikációs eszközöket és javaslatokat tudnánk tenni bevezetésükre, használatukra és az ehhez elérhető pályázati forrásokra.



Magyarországon csaknem 36 ezer látássérült embernek jelent nehézséget a bevásárlás, ők azok, akik csak segítséggel tudnak hozzájutni a mindennapos árucikkekhez. A látássérültek egyik legnagyobb problémája az, hogy a mindennapokban segítség nélkül csak a közeli kisboltokban tudnak vásárolni – ezek pedig akár 25-30 százalékkal is magasabb

fogyasztói árakon kínálják termékeiket, mint a nagy alapterületű, országos hálózattal rendelkező áruházak.

Egyiküknek a túl magas polc, másikuknak az apró betűk miatt olvashatatlan árcímke és tájékoztató jelent gondot. A beszámolók szerint még az is előfordul, hogy romlott, lejárt szavatosságú terméket adnak nekik, esetleg olcsóbb árucik-

ket sóznak rá magasabb árért – gondolván, úgysem látja. A szavatosság lejártáról nincs az árucikkeken a látássérültek által értelmezhető, domború felirat.

Sok áruházból és intézményből kitiltják a vakvezető kutyákat, így ételemszerűen az azokkal érkezőket is. (2010-ben jogerősen pert nyert egy vak férfi egy nagyáruház ellen,

ahova még 2009 októberében vakvezető kutyával nem engedték bemenni kutyájával. A bíróság félmillió forintos kártérítés megfizetésére kötelezte az áruházláncot, és jogerős ítéletében megállapította: vakoktól nem tagadható meg a nyilvános üzletekben a szolgáltatás akkor sem, ha azt az érintett csak vakvezető kutya segítségével tudja igénybe venni.)

Gondolja végig higgadtan!

Csapidák az időben megosztott üdülőhasználati jognál

Az időben megosztott üdülőhasználati jog értékesítésével foglalkozó vállalkozások általában telefonon keresik meg potenciális vásárlóikat. A kapcsolatfelvétel során bemutatásra hívják a fogyasztókat, kedvezményes üdülési, esetleg nyelési lehetőséget ajánlva számukra, ha részt vesznek – házastársukkal vagy partnerükkel – egy elegáns helyen, általában szállodában szervezett tájékoztató előadáson. A fogyasztó által kapott meghívónak tartalmaznia kell a fennálló jogszabályok szerint, hogy a rendezvényen a fogyasztó számára vásárlási ajánlatot

fognak tenni, tehát valamit eladásra fognak kínálni.

A bemutatón az üdülőhasználati jog elcserélhetőségét hangsúlyozzák, sőt gyakran kedvező befektetésként is ajánlják, bár ez 2011 júniusa óta már jogszabályba ütközik. A párokkal asztalonként külön hostess foglalkozik, aki látszólag személyre szóló ajánlatot kíván összeállítani a fogyasztóknak üdülési szokásaik felméréseivel. Az ajánlatok valamennyi esetben rendkívül kedvezőnek tűnnek, a hostess-ek rendkívül hatékony eladástechnikai módszerekkel dolgoznak, amely minden

fogyasztót meggyőzhet arról, hogy elfogadja a cég egyszeri, egyedi és kihagyhatatlannak tűnő ajánlatát.

Ezeket a vásárlásokat speciális jogszabály, a szállás időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre vonatkozó szerződésekről, valamint a tartós szálláshasználati szolgáltatási tevékenységről szóló 141/2011. (VII.21.) Korm. rendelet szabályozza.

MIRE ÜGYELJÜNK SZERZŐDÉSKÖTÉSKOR?

1. A lehenylerő stílusú bemutatató után kerül sor a szer-

ződészkötésre. A fogyasztó több alternatíva közül választhat, sőt ösztönzésül jelentős árendeményt is ajánlanak számára, ha most azonnal aláírja a szerződést. **FELTÉTLENÜL FIGYELMESEN OLVASSA EL A SZERZŐDÉST, MIELŐTT ALÁÍRJA!** Sokszor az apró betűs részekben szerepelnek olyan információk, amelyek nagyon fontosak lehetnek a fogyasztók számára. A szerződés kötelező tartalmát a fenti jogszabály szabályozza.

2. Az időben megosztott üdülési jog vásárlása előtt feltétlenül gondolja végig higgadtan, hogy a jog birtoklásának éves költségei vannak, ame-

lyeket akkor is fizetnie kell, ha nem veszi igénybe az üdülést. Sőt ezek az összegek az évek során jelentősen megnőhetnek oly mértékig, hogy esetleg meghaladják egyegy akciós nyaralás költségeit egy hasonló színvonalú szálláshelyen. **NEM FELTÉTLENÜL KELL ALÁÍRNI A SZERZŐDÉST!** Ha Ön nem kívánja igénybe venni az ajánlatot, azt megköszönve nyugodtan távozhatsz a rendezvény helyszínéről.

3. A jogszabály tiltja, hogy az ajánlattevő bármilyen összeget kérjen az elállási idő letelte előtt a fogyasztótól, ezért ne fizessen semmilyen összeget előre!

A SZERZŐDÉS FELBONTÁSA

Ha mégis a rendezvény helyszínén aláírta a szerződést, de később, átgondolva a szerződésben foglaltakat, úgy dönt, hogy azt nem kívánja igénybe venni, **MEGILLETI A**

14 NAPON BELÜLI INDO-KOLÁS NÉLKÜLI ELÁLLÁS JOGA. Erről az értékesítő cég írásban köteles tájékoztatni a fogyasztót a szerződéskötést megelőzően, ezen tájékoztatás a szerződés szerves része. A szerződést célszerű írásban, az elállási jogra hivatkozva, tértivényes levélben felbontani. Ha a szerződéshez hitelszerződést is kötött, a szerződés felbontásával a hitelszerződés is felbomlik.

A CSERE- ÉS A VISZONTÉRTÉKESÍTÉSI SZERZŐDÉS

1. Az ajánlattétel során a szerződéskötés ösztönzésére a fogyasztó számára általában felajánlják annak lehetőségét, hogy az üdülési hetet elcserélik helyette belföldi vagy külföldi más üdülési lehetőségre, ha azt valamilyen oknál fogva nem kívánja vagy nem tudja igénybe venni (csere-

szerződés). A leggyakrabban felmerülő problémák ezzel a megoldással kapcsolatosan, hogy a fogyasztó sok esetben nem tudja igénybe venni az általa kiválasztott helyen és/vagy időben az üdülési lehetőséget (helyhiány a kiválasztott szálláshelyen, nem számolt utazási többletköltség).

2. A leggyakoribb visszatérő problémát az időben megosztott üdülési joggal már rendelkező fogyasztó számára az úgynevezett viszonteladói szerződés jelenti. A viszonteladói szerződéskötés során az értékesítő cég meggyőző, de szóbeli ígéretet tesz arra, hogy értékesíti a fogyasztó meglévő üdülési jogát, ha a fogyasztó egy másik üdülési jogot vásárol. Ez esetben nagy a kockázata annak, hogy a fogyasztó két üdülési jog tulajdonosa lesz, ami dupla terhet ró rá eredeti szándéka ellenére. Ráadásul a viszonteladás sikertelenségére csak az elállá-

si határidő letelte után derül fény, így a második szerződés felbontása csak bírósági eljárás során lehetséges.

PANASZKEZELÉS

Amennyiben a fogyasztó jogszabályba ütköző hiányos tájékoztatást tapasztal – pl. az elállás lehetőségéről és módjáról – az üdülési jog értékesítést végző cég székhelye szerinti megyében található Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelőségéhez fordulhat panasszal.

3 Ha az aláírt szerződés(ek) ben foglaltak teljesítésével kapcsolatban merül fel nézeteltérés a szerződő felek között, a vitát bíróságon rendezhetik. A bírósági eljárást megelőzően a fogyasztónak lehetősége van arra, hogy igénybe vegye a Békéltető Testületi eljárást. A békéltető testületi eljárásról a www.nfh.hu honlapon tájékozódhat részletesebben.

Gondolja végig higgadtan!

Gáz- és villanyszámláját

Érthető számlák

A számlákra vonatkozó alapvető követelmény, hogy azok ne csak pontosak és hitelesek legyenek, de áttekinthetőek és érthetőek is legyenek. Ha tehát nem értjük a számláinkat nem csak lehetőségünk, de jogunk is van részletes magyarázatot kérni a szolgáltatóunktól. Akkor is a szolgáltatóhoz kell fordulni, ha a számla tartalmával, összegével vagy az elszámolás módjával, idejével nem értünk egyet. A számlázás i és fizetési mód, a leolvasási, az elszámolási és a számlázási időszak mind-mind a szerződésünk része.

Elszámolás

Az elszámolások alapja a – valamilyen gyakorisággal –

mért fogyasztás. A hálózatok rendszerüzemeltetői a mérők leolvasását az üzletszabályzatukban meghatározott gyakorisággal végzik. A fogyasztásmérő berendezést legalább évente egyszer le kell olvasni.

A fogyasztásmérő berendezés állagmegóvása és védelme azonban a felhasználó kötelezettsége.

Az elszámolás során a számlában fel kell tüntetni az adott elszámolási időszakra vonatkozóan a fogyasztásmérő berendezés által tárolt kezdő és záró mérőállást is.

Energia árak

Megfelelő tájékoztatás (hatálybalépés előtt legalább 30 nappal közzététel és írásbeli értesítés) mellett az energia piaci szereplők is módosít-

hatják egyoldalúan szerződés feltételeiket, üzletszabályzataikat. A legérzékenyebb szerződéses feltétel a szolgáltatás ára. A felhasználóknak az energia (földgáz, áram) árát és a rendszerhasználati díjakat, illetve a külön jogszabályokban meghatározott egyéb díjakat is meg kell fizetniük.

A szabadpiaci árak az a piaci viszonyok alapján határozzák meg, ezzel szemben az egyetemes árak, valamint a rendszerhasználati és a csatlakozási díjak hatóságilag rögzítettek. Ezek a díjak országosan egységes mértékűek.

Az egyetemes szolgáltatás árát, az áralkalmazási feltételeket, valamint az árszabályozás kereteit a Magyar Energetikai Hivatal javaslata alapján a miniszter rendeletben állapítja meg. A kihirdetett egyetemes

szolgáltatói árakat legmagasabb áraknak kell tekinteni. A legmagasabb ártól lefelé megkülönböztetés mentesen, előre nyilvánosságra hozott módon el lehet térni.

Amennyiben a diszkrimináció-mentesség mégis sérülne, a Magyar Energetikai Hivatal jogosult vizsgálni.

Panaszkezelés

A fogyasztók által fizetett árak tehát az ágazati szabályozás és a szerződéseik által meghatározottak. Ugyancsak a szabályozás és a szerződésük része, hogy lakossági felhasználóként hogyan élhetünk panasszal, illetve milyen módja és határideje van az ügyintézésnek. A szolgáltatóknak az ágazati szabályok szigorú tá-

jékoztatási, panaszintézési és kivizsgálási, ügyfélfogadási és kapcsolattartási kötelezettségeket írnak elő.

A szolgáltatóknak a személyes ügyintézésen túl biztosítaniuk kell az írásbeli, a telefonos és az elektronikus úton történő ügyintézés lehetőségét is. Számlapanaszaik esetében fontos, hogy mindig joguk van hozzáférni a fogyasztási adataikhoz - térítésmentesen.

A számlapanaszok kapcsán: a felhasználóknak először a szolgáltatóhoz kell fordulni. Ha az ügyintézés eredménytelen volt, és ezt igazolni is tudják, akkor fordulhatnak panaszukkal az érintett hatóságokhoz.

Az ágazati felügyeletet a Magyar Energetikai Hivatal látja el, azonban a legtöbb panaszos esetben (elszámolással, számlázással, díjfizetéssel vagy méréssel, valamint fizetési késedelem miatt végrehajtott felfüggesztéssel vagy kikapcsolással, illetve a tartozás rendezését követően a felhasználó ellátásba történő ismételt bekapcsolásával kapcsolatban) a fogyasztóvédelmi hatóság járhat el.

Védendő fogyasztók

A védendő fogyasztók szociálisan rászoruló vagy fogyatékkal élő fogyasztóként része-

sülhetnek a szolgáltatók által nyújtott, külön jogszabályban meghatározott bánásmódban és kedvezményben. Ilyen kedvezmény pl. a részletfizetés, a fizetési haladék vagy az előre fizető mérő.

A választás joga

Végezetül azt is szükséges megjegyezni, hogy minden fogyasztó jogosult - megfelelő minőségű, átlátható, összehasonlítható, ésszerű, a felhasználó által igénybe vett fogyasztáshoz igazodó pénzügyi és műszaki feltételek szerint - szolgáltatót váltani: egyetemes szolgáltatásból kilépni a ver-

senypiacra vagy onnan vissza, illetve válogatni az esetleges versenypiaci ajánlatok között.

A lakossági fogyasztók számára a szolgáltató-váltás ingyenes és a jogszabályi keretek között meghatározott elszámolási időn belül történik. Amennyiben a szolgáltató-váltást egy versenytárs akadályozza, forduljon a piac felügyeletét ellátó Magyar Energetikai Hivatalhoz!

A váltás eldöntése kapcsán is fontos kiemelni, hogy a felesleges költségek elkerülése érdekében vegye figyelembe az igényeit és a lehetőségeit, de mindenképp tájékozódjon a szolgáltatójánál!

A GVH panaszkezelése

A Gazdasági Versenyhivatal panaszként kezeli a hozzáérkezett írásbeli fogyasztói jelzéseket.

A Gazdasági Versenyhivatal panaszkezelése az Ügyfélszolgálati Irodán az alábbi módon működik:

- a hivatal először azt ellenőrzi, hogy van-e, illetve volt-e a panaszos beadvánnyal azonos tárgyban versenyfelügyeleti eljárás vagy bejelentés, ezt követően
- kiszűri a névtelen, ismételt, illetve a hatáskör vagy hatály hiányában nyilvánvalóan alaptalan panaszokat, majd ha szükséges
- információt kér a saját vagy más hatóság hatáskörének megállapításához, illetve
- átteszi a megfelelő hatósághoz a panaszt.

Azok az érdemi piaci jelzéssel szolgáló panaszok, amelyek a fenti szűrőkön nem akadnak fenn, a szakmai irodákra kerülnek további kivizsgálás érdekében.

Ha a panaszos a megfelelő adatait megadta, az ügyfélszolgálat rövid úton tájékoztatni fogja a beadványának sorsáról.

A Gazdasági Versenyhivatalhoz érkezett panasz alapján a hatáskörébe tartozó, valószínűsíthetően jogsértő ügyekben, a közérdek védelme, illetve a verseny érdemi érintettsége által indokolt esetben a Gazdasági Versenyhivatal versenyfelügyeleti eljárást indít.

Ezen versenyfelügyeleti eljárásoknak azonban nem feladata az egyes fogyasztók egyedi kifogásainak (pld. kártérítési igényének, szerződéses jogainak) rendezése.

Szükséges továbbá megjegyezni, hogy a fogyasztónak lehetősége van az egyszerű, írásos panaszos beadványon túl formalizált bejelentéses űrlap kitöltésére is, amennyiben megalapozott ismeretekkel, információkkal, bizonyítékokkal rendelkezik a feltételezett jogsértéssel, annak minősítésével kapcsolatban. Kérjük azonban, hogy mielőtt ilyen, összetett és hosszú űrlapot részletesen és körültekintően kitöltene, alaposan olvassa el a kitöltési útmutatót!

A versenyjogi szabályokba ütköző, s ekként jogellenes magatartások nemcsak a GVH által védeni hivatott közérde-



ket sérthetik, hanem egyedi érdeksérelmeket (jellemzően kárt) is okozhatnak a fogyasztók, a piaci szereplők vagy a jogsértéssel érintett más személyek számára. Ekképpen a versenyjogi jogsértések elkövetői ellen is kétféle módon lehet fellépni: egyrészt ha a közérdek védelme indokolja, a GVH versenyfelügyeleti eljárást indít, amelynek célja a jogsértés megszüntetése, továbbá indokolt esetben a jogsértés szankcionálása; másrészt az egyéni jogsérelmeket orvosolandó pedig közvetlenül polgári pert indíthat az, aki a sérelmet elszenvedte. Míg a közérdekű versenyhatósági eljárások célja a jogsértés megszüntetése, illetve indo-

kolt esetben szankcionálása, az egyéni jogsérelmek orvosolására lehetőséget adó polgári peres eljárásban a bíróság közvetlenül kártérítést megítélhet a sérelmet szenvedett félnek, illetve a szerződéses jogviszonyok alakítására is jogosult (így például szerződést hozhat létre a felek között, teljesítésre kötelezhet, vagy a versenykorlátozó szerződés jogellenességének megállapításán túl alkalmazhatja az érvénytelenség jogkövetkezményeit).

A versenyügy elbírálásában eljáró bíróságot a GVH a -bíróság barátjaként- (amicus curiae) segíti az ügyvel kapcsolatos szakmai álláspontjának kifejtése révén.

Gondolja végig higgadtan!

Az okostelefonok, a külföldi és a szokásostól eltérő beszéd célú mobiltelefon és a mobilinternet használatát!

Okostelefonok

Napjainkban szinte egymást érik a hírközlési innovációk, he-
tente, havonta jelennek meg új
készülékek, alkalmazások, cso-
magok. Ami azonban az előfi-
zetők egy széles köre számára
előny, elvárás, fontos döntési
szempont, az a fogyasztók egy
másik köre számára felesleges
vagy éppen veszélyt rejt.

Az egyik ilyen veszély és gya-
kori panaszforrás az ún. szán-
dékoltan adatforgalmazás :
ha úgy használja valaki az inter-
netet telefonkészülékén meg-
felelő mobilinternet előfizetés
nélkül, hogy nem veszi észre,
illetve nem tudja, hogy miért és
mennyit fog fizetni.

Annak, aki okostelefonjával
vagy bármely más készülékével
szeretne – rendszeresen – mo-
bilinternetezni, célszerű vala-
milyen előfizetést választania,
hiszen így biztosan olcsóbban
vehető igénybe a szolgáltatás
és ingyenesen elérhető WIFI
sincs mindenhol. A szolgáltatók
többféle, különböző felhasználói
igényt kielégítő csomagot
kínálnak.

A szándékoltan mobilinter-
netezéssel járó számlák elkerü-
lése érdekében - amennyiben a
fogyasztó pl. a telefonkészülék
vásárlásakor tudja, hogy nem
szeretne telefonjával internet-
ezni, – a fogyasztónak lehe-
tősége van az internet elérés
korlátozását / letiltását kérni a
szolgáltatójától. Van olyan szol-
gáltató, aki szerződéskötéskor
opcionálisan – tehát nem auto-
matikusan, hanem a fogyasztó
döntéséről függően – biztosítja
az internet szolgáltatást az álta-
la kínált készülékekhez, előfi-
zetésekhez.

Érdeklődjön, kérdezzen, ol-
vasson utána - a mobilszolgál-
tatók nem csak az innovációban



és a szolgáltatási csomagokban
versenyeznek, hanem a tájé-
koztatásban is. Mindhárom
hazai mobiltelefon-szolgáltató
honlapján és egyéb kiadványa-
iban számtalan információ, jó
tanács, tájékoztatás található.

A készülékek okosak ugyan,
de nem ismerhetik az Ön ígé-
nyeit, elvárásait, felhasználói
szokásait – Önnek kell döntie-
nie.

Fontos azt is hangsúlyozni,
hogy amennyiben szándéko-
ltan adatforgalmazásra kerül
sor, a fogyasztó mindig élhet
panasszal, díjreklamációval a
szolgáltatója felé, hiszen joga
van számlázási és forgalmazási
adatainak részletes megismeré-
sére. Az ágazat felügyeletét a
Nemzeti Média- és Hírközlési
Hatóság látja el, így oda minden
előfizető fordulhat jelzéssel
valamely távközlési probléma
esetén, azonban a szolgáltató
ügyfélszolgálatával, az előfi-
zetői számlapanaszok kezelésé-
vel, a számla tartalmával kap-
csolatban a fogyasztóvédelmi
hatóság jár el.

Telefonálás külföldre és külföldről

Ma már szinte bárhol a vi-
lágon telefonálhatunk, „bar-
angolhatunk” (roaming) mo-
bilkészülékünkkel, ha a hazai
szolgáltatóknak van ún. roa-
ming-szerződése az adott or-
szág valamely szolgáltatójával.

Az esetleges kellemetlen meg-
lepetés elkerülése érdekében
azonban célszerű még a kül-
földi – hanghívás, üzenetküldés
vagy internet – használat
előtt tájékozódni a különböző
tarifákról, valamint arról, hogy
hol, melyik hálózatot érdemes
választani.

Figyelnünk kell azonban arra
is, hogy „barangoláskor”, tehát
külföldi hálózat használatakor
a hívásfogadásért is fizetnünk
kell.

Az Európai Unió országai-
ban a -barangolást- rendelet
egységesíti és egyszerűsíti. A
szabályozás értelmében a mo-
bilszolgáltatók:

- roaming-díjak maximáltak,
- kötelesek ún. eurotarifát kí-
nálni,
- kötelesek az ügyfeleket - bár-
mely uniós tagállamba való
belépéskor - ingyenes SMS-
ben tájékoztatni a díjakról,
- kötelesek ingyenes telefon-
számon tájékoztatást nyúj-
tani az adott tagállam vala-
mennyi mobilhálózatában
érvényes díjakról.

A rendelet értelemszerű-
en nem érinti az uniós kívüli
roamingolás költségeit, illetve
nem vonatkozik arra az esetre
sem, amikor valaki a saját há-
lózataiból telefonál külföldre.
A „roamingolást” ugyanis meg-
 kell különböztetni a külföld-
re irányuló hívásoktól, hiszen
az utóbbi esetben a saját szol-
gáltatónk hálózatát használjuk

alapvetően – a szolgáltató által
meghatározott díjért.

Külföldi hálózatok haszná-
latának egyik speciális esete a
szándékoltan roaming . Az
országhatár mellett (azaz a há-
lózatok találkozásánál) ugyanis
előfordulhat, hogy a mobilte-
lefon a külföldi szolgáltató há-
lójára vált át, mert a külföldi
szolgáltató jele erősebb vagy
a saját szolgáltatónk hálózatá-
nak lefedettsége nem teljes.
A szándékoltan roaming úgy
kerülhet el, ha a telefonun-
kon a kézi hálózatválasztást (és
persze a saját szolgáltatónkat)
jelöljük ki.

Emelt díjas szolgáltatások

A fogyasztók széles köre
ismeri ugyan az emelt díjas
távközlési szolgáltatásokat,
sőt, általában a szolgáltatók is
megfelelően tájékoztatnak a dí-
jakról, mégis érheti meglepetés
a nem kellően körültekintően
eljáró telefonálókat.

A leggyakoribb csapdahely-
zetek között érdemes kiemelni
a „betelefonálós” televíziós
kvíz- vagy jós műsorok at, a
különböző, csak emelt díjas
számon elérhető munkaközve-
títők et vagy termékértékesítő-
ket, illetve a különböző - gyer-
mekek, fiatalok számára
vonzó, internetes nyeremény-
játékokon való regisztrációval
akár szándékoltanul is elérhe-
tő - előfizetéses tartalomszol-
gáltatások at (letölthető cse-
ngőhangok, háttérképek).

A fenti szolgáltatások ese-
tében hangsúlyozni kell, hogy
ha valaki igénybe veszi ezen
szolgáltatásokat, még abban az
esetben is fizetni kell érte a mo-
bilszolgáltatónak, ha végül nem
is kerül be a műsorba , ha nem
kap munkát vagy hitelt, illetve
ha a mobiltelefonja nem is alkal-

mas a háttérkép letöltésére. Az ilyen követelések csak bíróság előtt vitathatóak.

Ne késlekedjen ilyenkor, szakítsa meg a hívást, mondja le a tartalomszolgáltatást!

Nagyon fontos, hogy bármely előfizető kérheti – díjmentesen – a kimenő és bejövő emelt díjas szolgáltatások (hanghívás, SMS, MMS) letiltását, illetve a tiltás feloldását. Aki

tudja magáról vagy bármely családtagjáról, hogy beleshet a fenti csapdahelyzetekbe, annak célszerű az emelt díjas szolgáltatásokat korlátoznia a távközlési szolgáltatójánál.

Különleges számok

A „kékszámok” (06-40--) vagy osztott díjas szolgáltatás fogalmát is sokan ismerik, nem

biztos azonban, hogy mindenki számára a legkedvezőbb megoldás, ha ezen a számon hívja a számot használó vállalkozást.

Az ún. osztott díjas (tehát a hívó és a hívott fél által is finanszírozott) hívás díja független a hívott és a hívó fél földrajzi helyétől. A hívott és a hívó fél is a saját szolgáltatója által megállapított díjat fizeti, amelynek mértéke függhet attól, hogy a

hívást milyen (helyhez kötött, mobil vagy nemzetközi) hálózattól kezdeményezték. Ezért tehát mielőtt pl. mobilhálózattól hívna valaki egy „kékszámot”, érdemes a mobilszolgáltatója tarifáját megnéznie.

A felesleges többlet költségek elkerülése érdekében, kérjük mérje fel az igényeit, lehetőségeit és tájékozódjon a szolgáltatójánál!

Közösségi fogyasztóvédelem

Az Európai Unió 2005-ben hirdette ki a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet. Az irányelv megalkotásának célja az volt, hogy az Unió – érzékelve azt, hogy az egyes tagállamok fogyasztóvédelmi rendelkezéseinek különbözősége a verseny jelentős torzulását idézheti elő – a fogyasztóvédelmi sza-

bályozás lehető legteljesebb harmonizációja révén egységes és magas szintű fogyasztóvédelmet valósítson meg minden tagállamban. Magyarországon az irányelv átültetése jelenleg is folyamatban van, de már egyértelmű, hogy a GVH szerephez jut az irányelv által meghatározott fogyasztóvédelmi feladatok ellátásában.

Ezen túlmenően az Unió az egységes közösségi szintű fogyasztóvédelmi jogalkalmazás érdekében – a tagállami versenyhatóságokat összefogó Európai Versenyhálózat (ECN) mintájára – felállította az európai fogyasztóvédelmi hatóságok hálózatát. A hálózat csak a fogyasztók megtévesztésével megvalósuló – az

integráció előrehaladtával megszaporodó - határon átnyúló jogsértések esetén lép működésbe. A hálózat munkájában az érintett magyar hatóságok között a GVH a megtévesztő és az összehasonlító reklámokra vonatkozó rendelkezések betartásának ellenőrzésével vesz részt.

Magyar termék, magyar minőség?

13

A GVH tapasztalatai szerint az ünnepek közeledtével az üzletláncok forgalmuk növelése érdekében gyakrabban alkalmaznak a termékek magyar eredetét hangsúlyozó reklámszövegeket, illetve jelzéseket.

A reklámújságokban, plakátokon, az üzletek polcain, illetve a termékeken közvetlenül elhelyezett „Magyar termék”, „magyar minőség” szlogenek, a nemzeti színek használata, illetve egyéb hazai minőségre utaló jelzések alapján a vásárló arra a következtetésre juthat, hogy a termék (elsősorban élelmiszer) magyar alapanyagokból készült.

A GVH megállapítása szerint az elmúlt években a fogyasztók által vásárolt termékek esetén a magyar, hazai jelleg a termék tulajdonságain túlmutatóan a termék előállításának vonatkozásában egyfajta többtartalommal töltődött meg,



s a termék magyar, hazai jellege egyben a magyarországi értéktéremtéssel, a termelés során keletkező nyereség Magyarországhoz kötődésével, a magyar munkahelyekkel, azok megőrzésével való kapcsolatot is jelenti.

Statistikai adatok is azt mutatják, hogy a vásárlók többsége az azonos árfekvésű és minőségű termékek közül a magyar eredetre utaló árucikket választja.

A GVH a magyar termékekkel, magyar minőséggel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatok vizsgálatára a hivatalhoz érkezett bejelentések és panaszok alapján 2010-ben egy, 2011-ben három, míg 2012-ben egy esetben indított eljárást, melyek közül három ügyben született már döntés.

A magyar termék fogalmát a vizsgált kereskedelmi gyakorlatok miatt indított eljárások, illetve a meghozott érdemi

döntések időpontjában nem határozta meg jogszabály, ugyanakkor az érdemi döntés meghozatalához nem volt szükség a „magyar termék” fogalom elemeinek pontos meghatározására. A GVH eljárásaiban az Fttv. (fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. tv.) alapján jár(t) el, mely kimondja, hogy megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely olyan információt tartalmaz az áru származási helyére, eredetére vonatkozóan, ami alkalmas a fogyasztók befolyásolására.

Eljárásaiban - az összes körülmény mérlegelése mellett - a GVH az átlagfogyasztó szempontjából vizsgálja azt, hogy mi a magyar, vagyis azt, hogy mit tart a fogyasztó magyarnak, ehhez képest értékeli a vállalkozások kommunikációjának esetlegesen megtévesztő voltát. A magyar termék fogalma hétköznapi értelmezésben a

magyar alapanyagból, magyar cég által, magyar munkaerő közreműködésével, Magyarországon előállított termékeket jelöli. A szükséges jogi szabályozás hiányában a termékek gyártói, illetve a kereskedők egy meglehetősen tág, egyedi értelmezésből indulnak ki, melynek következtében olyan terméket is -magyar minőség- tulajdonsággal ruháznak fel, amelynek előállítása során nem vagy csak elenyésző mennyiségben használnak fel magyar alapanyagot.

A GVH első lezárt ügyében a vizsgált vállalkozás a magyar fogyasztók által megszokott, a magyar piacon bevezetett tradicionális márkanevet viselő termékeken helyezett el -magyar termék- feliratot. A vállalkozás állítása szerint ezek a termékek hagyományos receptúrájuk révén magyarnak tekinthetők, ugyanakkor a vállalkozás nem tudott olyan

bizonyítékot bemutatni, amely minden kétséget kizáróan igazolja, hogy a gyártók ténylegesen valamilyen hagyományos receptúrát alkalmaztak a termékek előállításában. Önmagában az, hogy egy külföldön gyártott fogyasztási cikk hagyományos magyar márkánévvel kerül forgalomba, nem teszi a csomagolásán külföldi származási hellyel megjelölt árut „magyar terméké”. Egy másik vállalkozás több száz általa forgalmazott, döntően élelmiszeripari terméket „magyar minőség” felirattal és nemzeti színekkel jelenített meg hirdetéseiben (óriásplakátokon, nyomtatott sajtóban, akciós reklámkiadványaiban). A hirdetéseken kívül jellemzően a termékek csomagolásán is feltüntetésre került a -magyar minőség- szlogen, valamint a termékek többsége szerepelt a vállalkozás honlapjának „magyar minőség” cím alatt

elérhető oldalán is. A GVH az eljárás során megállapította, hogy a vállalkozás nem rendelkezik egyértelmű kritériumokkal (belső eljárásrenddel) annak eldöntésére, hogy egy adott termék mikor tekinthető magyarnak, illetve, hogy a „magyar minőség” címkét ráteszi-e a termékre vagy sem. A GVH álláspontja szerint termékmegjelölés egy előzetesen rögzített, az egész szervezetre kiterjedően következetesen alkalmazott követelményrendszer alapján alkalmazható. Különösen élelmiszerek esetében fontos, hogy a követelményeket legalább a termék gyártási/származási helyére, illetve alapanyagainak eredetére figyelemmel alakítsák ki. A vállalkozás azzal, hogy egy egységes követelményrendszer nélkül magyar jelleget hangsúlyozó termékmegjelölést használt, jogsértést követett el. Mindkét eljárásban a jogsértés megállapítása mellett bírság kiszabására is sor került.

pítés mellett bírság kiszabására is sor került.

A harmadik eljárás lezárásának eredményeképpen a vállalkozás kötelezettséget vállalt, amely alapján a „magyar termék” megjelölést kizárólag olyan termék esetében alkalmazza, amely termékek származási helye igazoltan Magyarország, továbbá élelmiszerek esetén a termékek jellemző - a minőséget befolyásoló - alapanyagai a beszállítóktól beszerzett információk alapján magyarok. A GVH a kötelezettségvállalások teljesítését utóvizsgálat keretében ellenőrzi.

A szabályozások életbe lépését követően a GVH eljárásaiban természetesen figyelembe veszi az abban foglaltakat, azonban addig is figyelemmel kíséri a vállalkozások tájékoztatási gyakorlatát, és ahol felmerül a jogsértés valószínűsége, az Fttv. alapján eljárást indít.

Megalakult a GVH Antitröszt és Fúziós Irodája

A Gazdasági Versenyhivatal a gyorsabb és hatékonyabb munka érdekében jelentős tapasztalattal rendelkező vizsgálóira építve kialakította a Fúziós és az Antitröszt Irodát. Az új irodák március 1-jétől kezdik meg munkájukat.

A Fúziós Iroda létrehozása szorosan illeszkedik a GVH fúziós eljárásrendje kapcsán végrehajtott hatékonyságnövelő intézkedések sorába. Február 1-jétől (nyilvános konzultációt követően) új, az érintett vállalkozások adat-szolgáltatási terheit mérséklő kérelem űrlapot alkalmaz a GVH, valamint átláthatóvá és hangsúlyosabbá tette a kérelmek benyújtása előtti egyeztetések gyakorlatát.

Az összefonódásokkal kapcsolatos eljárásokat érintő átfogó reformmal a GVH alapvető célja, hogy a vizsgálatok gyorsabban és az eddigieknél is magasabb szakmai színvonalon folynak. A Hivatal a vizsgálati határidőket különösen az érdemi versenyhatásokkal nem járó, egyszerűsített eljárásban engedélyezhető tranzakciók esetében kívánja rövidíteni, ezzel is hozzájárulva a vállalkozások adminisztratív terheinek csökkentéséhez.

A GVH Antitröszt Irodájának feladata a különböző iparágakban zajló versenyfelügyeleti eljárások és ágazati vizsgálatok lefolytatása és koordinálása. Az Antitröszt Iroda ennek során szorosan együttműködik a GVH többi



szervezeti egységével a minél magasabb színvonalú versenyfelügyeleti munka érdekében. Az Antitröszt Iroda létrehozásának célja, hogy az ilyen témájú vizsgálatokban a GVH minél egységesebben és hatékonyabban léphessen fel.

A szervezeti átalakítás keretében létrejött új irodák a korábbi Pénzügyi Szolgáltatások Irodájából, a Termelő és Szolgáltató Ágazatok Irodájából, valamint a Hálózatos Ágazatok Irodájából alakultak ki.

Mi a versenyhivatal szerepe fogyasztóvédelemben?

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a tisztességtelen verseny elleni küzdelemért felelős állami szerv. Eljárásai keretében a piaci versenyfolyamatokat jelentősen torzító tevékenységeket vizsgálja. E feladatkörén belül a fogyasztók, a verseny érdekében fellép az olyan vállalkozásokkal szemben, akik a fogyasztói döntéseket tisztességtelenül befolyásolják, tevékenységét a versenytörvény alapján végzi.

Milyen szerepet játszik a versenyjog a fogyasztóvédelemben?

A vállalkozások a fogyasztók kegyeiért harcolva különböző eszközökhöz folyamodnak annak érdekében, hogy a vevők a piacon fellelhető áruk és szolgáltatások közül az általuk kínáltakat részesítsék előnyben. A versenytörvény tiltja, hogy ennek érdekében tisztességtelen versenyeszközökkel éljenek. Ha a gyártó, forgalmazó vagy reklámozó vállalkozás a kínált árut vagy szolgáltatást a valószínűsíthető kedvezőbbnek tünteti fel, előnyösebb helyzetbe kerül a piacon a tisztességes eszközöket használó versenytársaihoz képest, s ez a piaci viszonyok torzulását eredményezi. A versenytörvény III. fejezete kimondja, hogy tilos a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása, a fogyasztók megtévesztése, illetve a fogyasztók választási szabadságának indokolatlan korlátozása.

A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása legtöbbször az erre alkalmas tájékoztatással valósul meg. Ennek egyik legelterjedtebb formája a reklám, de e körbe sorolható mindenfajta áruval, szolgáltatással kapcsolatos — vásárlást, igénybevételt megelőző — információközlés is, mint például a telefonos megkeresés, nyereményjátékokra felhívás. Ilyen lehet a szerződéses ajánlat megküldése is, ha más információ a termékről nem áll rendelkezésre. A versenytörvény megköveteli, hogy a tájékoztatás mind részleteiben, mind egészében igaz és pontos legyen. A fogyasztóvédelmi eljárásokhoz képest különbség, hogy a GVH nem a konkrétan megkárosított fogyasztót, hanem — a közérdek, a fogyasztók közösségének és a verseny védelme érdekében — a fogyasztói döntés folyamatát védi, és azt vizsgálja,

hogy egy vállalkozás adott-e bármilyen formában hiányos, valótlan vagy megtévesztő tájékoztatást.

Kit tekintünk versenyjogi értelemben fogyasztónak?

A versenytörvény fogyasztónak minősíti a megrendelőt, a vevőt és a felhasználót. A jogalkalmazás során fogyasztónak minősül az is, aki gazdasági tevékenységi körén kívül árut, illetve szolgáltatást vesz, rendel, használ, kap; s az is, aki még nem került a termék birtokába vagy a szolgáltatást nem vette igénybe, de az áruval vagy szolgáltatással kapcsolatos tájékoztatás címzettje.

A versenytörvény tiltja a fogyasztó megtévesztésének valamennyi formáját. Néhány példát külön is kiemel. A legtipikusabb eset, amikor az áru árára, lényeges tulajdonságára (összetételére, használatára, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatására, kezelésére, eredetére, származási helyére, beszerzési forrására vagy módjára) vonatkozóan nyújt a vállalkozás hamis közlést. Ez megvalósulhat valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon való állításával.

Tilos a kétértelmű, túlzó, ellenőrizhetetlen állítás, a nem teljesíthető reklámígéret, felsőfokú jelző használata, piacelsőségi állítás, ha az nem megalapozott, eredetre vonatkozó hamis állítás, ha a származási hely jelentőséggel bír a fogyasztói döntés meghozatalában. Megtévesztésnek minősülhet, ha a vállalkozás elhallgatja, hogy egy áru vagy szolgáltatás nem felel meg a jogszabályi előírásoknak, vagy az áruval vagy szolgáltatással szemben támasztott szokásos követelményeknek, esetleg felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli. A fogyasztó megtévesztése azzal is megvalósulhat, ha nem

kap megfelelő tájékoztatást arról, hogy milyen forgalmazási, illetve fizetési feltételekkel juthat az áruhoz, részesül-e engedményben, vásárlását ajándékkal jutalmazák-e vagy egy vásárláshoz kötődő nyereményjátékban vannak-e valós nyerési esélyei. A versenytörvény nem követeli meg azt, hogy a fogyasztó megtévesztése ténylegesen meg is történjen, a tájékoztatásnak csupán alkalmasnak kell lennie a megtévesztésre, és már akkor is tilos.

Mit jelent a fogyasztó szabadságolásának indokolatlan korlátozása?

Erről van szó például, ha a vállalkozás olyan üzleti módszert alkalmaz, amely megnehezíti az áru vagy ajánlat értékelését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyszerű összehasonlítását. A fogyasztó választási lehetőségének korlátozása ilyenkor hosszabb ideig tartó hatással bír, a magatartás a cég üzleti politikájának része, épít arra, hogy például a fogyasztó ügyis kivárja a megrendelt bútor szállítását, vagy hogy már nem tudja a megrendelt reklámszolgáltatást lemondani.

Hogyan értesítheti GVH-t, ha ezekhez hasonló tájékoztatást észlel?

Bárki élhet bejelentéssel vagy panasszal a hivatalnál, aki versenyjog-sértőnek vélt magatartást észlel. A bejelentőnek/panaszosnak semmiféle jogi érdeket, érdekeltséget nem kell bizonyítania. Lehet versenytárs vagy fogyasztó, de a terméket meg nem vásárló, szolgáltatást igénybe nem vevő személy is jogosult beadványával a jogsértőnek vélt magatartást a GVH-nak jelezni. 2005. november 1-jétől kétféleképpen lehet a GVH-hoz fordulni és versenyfelügyeleti eljárás indítását kezdeményezni: bejelentés vagy panasz formájában.

Bejelentés

Bejelentés a GVH által közölt formátumú, megfelelően kitöltött űrlap benyújtásával tehető. Ez a GVH honlapján, illetve ügyfélszolgálatán érhető el, de ké-

résre postai úton is kiküldik. Kitöltésekor figyelni kell arra, hogy valamennyi kötelezően kitöltendő, sérelmezett magatartásra vonatkozó rész adatait megadják, illetve az űrlapot aláírják. Az űrlapot postai úton vagy személyesen, illetve minősített elektronikus aláírással ellátva e-mailben (bejelentés@gvh.hu) is be lehet nyújtani. Ha a bejelentésben foglaltakkal kapcsolatban a GVH eljárásra nem jogosult, köteles a bejelentést 15 napon belül a hatáskörrel és illetékességgel rendelkező szerv részére áttenni, erről a bejelentőt értesíteni. A bejelentő kérheti, hogy ne fedjék fel személyét, illetve azt a tényt, hogy bejelentést tett.

A bejelentés beérkezésétől számított 60 napon belül (amely indokolt esetben további 60 nappal meghosszabbítható) a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el, vagy végzéssel megállapítja, hogy a bejelentésben foglalt, a bejelentés alapján lefolytatott eljárásban beszerzett adatok alapján a versenyfelügyeleti eljárás megindításának feltételei nem állnak fenn. Ha a GVH nem indít versenyfelügyeleti eljárást, végzését a bejelentővel minden esetben, a bejelentéssel pedig akkor kell közölnie, ha az eljárásban részt vett. A végzéssel szemben a bejelentő a közléstől számított nyolc napon belül jogorvoslati kérelemmel élhet: ezt a Fővárosi Bíróság közigazgatási nemperes eljárásban bírál el.

Panasz

Ha valaki tetszése szerint leírja, hogy milyen tények alapján kifogásolja a kérdéses piaci magatartást és ezt eljuttatja a GVH-hoz, a megkeresés panasznak minősül. Panaszként kezeli a hivatal azokat a beadványokat is, amelyeket más hatóságok tesznek át. A panaszt a beérkezésétől számított 30 napon belül kell elbírálni. Ha az elbírálás előreláthatólag ennél hosszabb ideig tart, a vizsgáló a panaszost az eredeti határidő lejártá előtt — az elintézés várható időpontjának megjelölése mellett — tájékoztatja. A panasz alapján a vizsgáló dönt a szükséges intézkedések megtételéről, s erről a panaszost tájékoztatja. Ha a GVH a panasz alapján versenyfelügyeleti eljárást nem indít, a panaszos e döntés ellen jogorvoslattal nem élhet.

„Meg kell tanulni a fiatalok nyelvét, ha szólni akarunk hozzájuk”

Itthon eddig szokatlan módon oktatja az iskolásokat az alapvető fogyasztóvédelmi ismeretekre egy internetes oldal. Az interaktív weblap lényege, hogy a fiatalok úgy lehetnek részesei egy hétköznapi, eladó-vásárló közötti, bonyolódó helyzetnek, hogy a valóságban nem kell végigjárniuk a megoldásig vezető utat. Úgy is mondhatnánk, hogy más kárán tanulhatnak, és más jó példáját követhetik - attól függően, milyen magatartásformát választanak a főhősöknek. Merthogy ezt is ők dönthetik el. A fogyasztóiskolas.hu ötletgazdáját és megvalósítóját, a PRotest PR & Marketing Kft. vezetőjét, Somorjai Balázst kérdeztük.

– Nem nagyon találkoztam még hasonló oktatóanyaggal. Máshonnan hozott ötletről van szó, vagy egy teljesen újhullámos megoldásról?

– Is-is. Amikor elkezdtünk gondolkodni azon, hogyan tudnánk maradandó élményt adni az oldal látogatóinak, vizsgálódottunk, hogy minket mi kötött le egészen fiatal korunkban. Talán páran emlékeznek még a „Kaland, játék, kockázat” könyvsorozatra. Ebben az olvasó minden apró fejezet végén eldönthette, hogy a felkínált lehetőségek közül, hogyan folytatja útját. Lapozhatott előre is, hátra is, ahol újabb fejezet és újabb választás állt előtte, de a cél mindig ugyanaz volt: olyan döntéseket hozni, amelyek később helyesnek bizonyulnak. A Fogyasztói Kisokos is kicsit kaland, kicsit játék, és kicsit talán kockázat is. A történet két szereplője egy eladó és egy csalódott, rossz minőségű árut kapott vevő. Amikor kiderül, hogy a vásárolt termékkel nincs

minden rendben, négy magatartásforma közül választhat a felhasználó. Eldöntheti, hogy feldúltan visszaroohan a boltba, visszamegy, de nem akar egyezkedni az eladóval, esetleg megpróbál valami megoldást találni a boltossal, de dönthet úgy is, hogy lemond a jogairól. És a történet egyre csak bonyolódik - egészen a végső, helyes döntésig.

– Gondolja, hogy a fogyasztóvédelemmel meg lehet szólintani az iskolás korosztályt?

– Természetesen. Az ember egészen kiskorától kezdve találkozik vásárlói helyzetekkel. Gyerekként ugyan nem a saját pénzét költi még, de jól felfogott érdeke, hogy a zsebpénzéért vagy később a nyári munkával összeszedett sajátjáért azt a minőséget kapja, amit elvár. Mi azt magyarázzuk el nekik, mi a teendő, ha mégsem így történne. Tudom, hogy a fogyasztóvédelem első hallásra nem annyira szórakoztató, mint mondjuk görkorcsoollyázni a haverokkal, de előbb-utóbb valamennyien rájövünk, hogy vásárlóknak születünk. Mindenki vásárló. Ön is, én is, sőt még az eladó is vásárló a munkaidején túl. Be kell látni, hogy meg kell tanulni a fiatalok nyelvét, ha szólni akarunk hozzájuk. Éppen ezért rejtettünk el a jelenetek között például olyan - szerencsére - ritka reakciókat, amikor a vevő hozzávágja az árut a kereskedőhöz, vagy a kereskedő kikergeti a boltból a vásárlót. Szórakoztatva nevelünk.

– Nem lehetett egyszerű olyan boltot találni, amelyik kötélnék állt.

– Először bennünk is volt félsz, hogy vajon ki vállalja fel, hogy két napra beköltözik a boltjába egy hatalmas stáb lámpákkal, kamerákkal, monitorokkal, színészekkel, ráadásul egy ilyen, ma még



kényesnek tekintett témáról forgat filmet. De - ha hiszi, ha nem - az első helyen igent mondtak. Egy székesfehérvári üzlet, a Mihús Kft. rendkívül kedvesen és készségesen állt rendelkezésünkre. Nyilván ők is fontosnak tartják az ügyet, hiszen minden kereskedőnek elégedett vevőkre van szüksége, akiket jogok illetnek. Ezeket nem szabad eltitkolni előlük, nem szabad félni a szótól: jog. Örülünk, hogy van olyan bolt, amelyik ezt józanul felismerte, és külön köszönet nekik a rengeteg segítségért.

– Miért éppen Székesfehérvárra esett a választás?

– Mi ugyan egytől egyig budapestiek vagyunk, így nyilván egyszerűbb lett volna otthon elkészíteni a filmet, de itt működteti a Fogyasztóvédelmi Információs és Oktatópontot az Echo Innovációs Műhely, ráadásul itt él az ország egyik legfelkészültebb fogyasztóvédelmi szakembere, Németh László is, aki a munka során hasznos tanácsokkal segített minket. Úgy gondoltuk, hogy ha Fehérvárról kapunk meg-

bízást, akkor a legkevesebb, amit tehetünk, hogy helyi környezetben, helyi színészekkel dolgozunk. Magam is közel két évet éltem itt, rendszeresen visszajárok jégkorongmecsekre, barátságok kötnek ide, így pontosan tudom, milyen fontos az ittenieknek a városuk. Ha mondhatom így, ez egy egészen apró gesztus volt a részünkről, és jól döntöttünk, amikor Fehérvár mellett tettük le a voksunkat.

Székelly Zsombor

A kiadó, az Echo Innovációs Műhely, felelős kiadó: Zugor Zsuzsanna

Megjelent a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központjának támogatásával a Székesfehérvári Fogyasztóvédelmi Információs és Oktatópont program keretén belül.