

Dr. Kathi Attila

Fogyasztóvédelem – tudatos vásárlás



Bevezetés: Mi is az a fogyasztóvédelem?

A kiindulópont, hogy valamennyi állampolgár, legyen az idős vagy fiatal, folyamatosan „fogyaszt”, és nem csak a szó hagyományos értelmében. Amikor reggel bekapcsoljuk a tévét vagy a rádiót, amikor megreggelizünk, „tömegközlekedünk” az iskoláig, tankönyvet (vagy szépirodalmat) lapozgatunk, tanulás után beug-

runk valahová „shoppingolni”, telefoná-

lunk vagy netezünk, egyaránt részesei vagyunk

az úgynevezett fogyasztói társadalomnak. Minden egyes

felsorolt példa esetében – bármennyire furcsán hangzik is – szerződést kötünk, jogi kifejezéssel élve valamilyen jogviszony alanyai vagyunk, sokszor anélkül, hogy ezzel tisztában lennénk. A fogyasztás világában ráadásul szinte mindenért pénz kell adni, és egyáltalán nem mindegy, hogy mennyit.

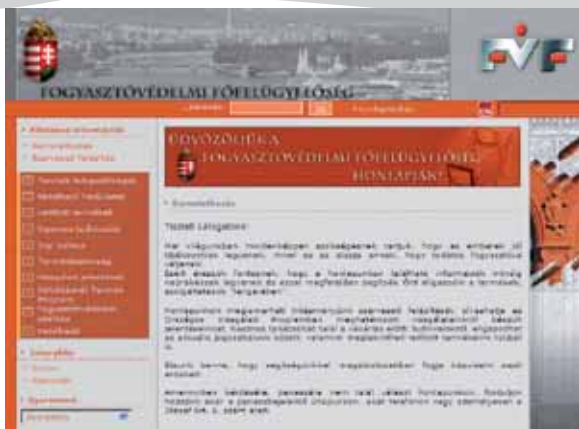
A fogyasztóvédelem feladata ezzel összefüggésben az, hogy megvédje a fogyasztók érdekeit, részben a pénztárcáját, részben viszont szükség szerint életét, testi ép-ségét, egészségét és biztonságát is. Szintén a fogyasztóvédelem céljai közé tartozik a vásárlók megfelelő tájékoztatása annak érdekében, hogy a legifjabb fogyasztók is képesek legyenek helyes döntéseket hozni, a legegyszerűbb élethelyzetekben kiáll-ni a jogaikért és segítség nélkül eligazodni az ajánlatok és a hihetetlen áruválasz-ték dzsungelében.

Miért kell védeni a fogyasztókat?

A kereskedők, a szolgáltatást nyújtók elsődleges érdeke, hogy minél több árut ad-janak el, minél több fogyasztóval kössenek szerződést, minél több bevételre, nyere-ségre tegyenek szert. Ebben folyamatosan versenyeznek egymással, és ebből a küz-delemből az kerül ki győztesen, aki a legtöbb állampolgárt megnyeri magának. Saj-

nos a versenyben sokan élnek tisztességtelen, meg nem engedett eszközökkel, és gyakran attól sem riadnak vissza, hogy a fogyasztókat szándékosan becsapják, megkárosítsák, sőt, az egészségével, biztonságával „játszanak”. Ennek megakadályozását tűzték ki célul a fogyasztóvédők, akik különböző eszközökkel képesek arra, hogy az ilyen vállalkozókat, cégeket lehetőség szerint jobb belátásra bírják, ha pedig szükséges, elérjék, hogy beszüntessék a tevékenységüket.

Kik a fogyasztóvédők?



A fogyasztóvédők hagyományos értelemben **állami alkalmazottak, ellenőrök**, akik a boltokat járva vizsgálják azt, hogy a kereskedők betartják-e a rájuk vonatkozó előírásokat, nem csapják-e be a vásárlókat, kiírják-e azt, hogy mi mi csoda és mennyibe kerül, megfelelően tárolják-e az élelmiszereket, és probléma esetén egyáltalán szóba állnak-e a vásárlókkal. Szintén a fogyasztóvédők ellenőrzik a laboratóriumokban, hogy az élelmiszereket valóban azokból az összetevőkből állították-e össze, amelyeket a csomagoláson feltüntettek, nem káros-e az egészségre, valamint vizsgálják azt, hogy a különböző termékek – műszaki termékek, gyerekruhák, játékok – nem okozhatnak-e balesetet, használatuk, viselésük nem jelent-e a természetesnél nagyobb mértékű kockázatot, veszélyt. Az állami fogyasztóvédelemért több hatóság is felelős, a különböző hivatalok más és más terület ellenőrzéséért felelősek:

| Hatóság | Weboldal |
|--|--|
| Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat | www.antsz.hu |
| Egészségbiztosítási Felügyelet | www.ebf.hu |
| Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség | www.fvf.hu |
| Gazdasági Versenyhivatal | www.gvh.hu |
| Hírközlési Fogyasztói Jogok Képviselője | www.hfjk.nhh.hu |
| Magyar Élelmiszerbiztonsági Hivatal | www.mebih.gov.hu |
| Magyar Energia Hivatal | www.eh.gov.hu |
| Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal | www.fvm.hu/main.php?folderID=2071 |
| Országgyűlési Biztosok Hivatala | www.obh.hu |
| Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete | www.pszaf.hu |
| Vám- és Pénzügyőrség | vam.gov.hu |

Ma már nem csak a hatóságok védik a fogyasztókat, hanem sok olyan **társadalmi (civil) szervezet** létezik, amely célul tűzte ki a tisztességtelen, a fogyasztói érdekeket figyelembe nem vevő vállalkozások elleni küzdelmet. A legalapvetőbb különbség az állami szervek és a civilek között, hogy azutóbbiak nem szabhatnak ki például pénzbírságot, nem kötelezhetnek senkit semmire, vizsgálódá-

saikat, tapasztalataikat azonban nyilvánosságra hozhatják, jó tanácsaikkal, figyelemfelhívó közleményeikkel, kiadványaikkal és weboldalaikkal hozzájárulhatnak a fogyasztói tudatosság növeléséhez.



A legjelentősebb civil fogyasztóvédelmi szervezetek Magyarországon

| | |
|--|--|
| Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége | www.feosz.hu |
| Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete | www.fogyasztovedok.hu |
| Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület | www.ofe.hu |
| Társadalmi Unió–Tudatos Vásárlók Egyesülete | www.tudatosvasarlo.hu |

Az egyesületbe tömörült civilek mellett több olyan weboldalt is találhatunk, amelyet a téma iránt érdeklődő felhasználók hoztak létre annak érdekében, hogy tapasztalataikat megoszthassák egymással, és a problémák megoldásában tanácsaikkal segítsék egymást. Az egyik legjelentősebb, fórumszerűen működő ilyen oldal a <http://www.fogyasztovedelem.com>.

Természetesen ahhoz, hogy a fogyasztói érdekek ne szenvedjenek csorbát, nem szükséges állami intézményeknél állást keresni vagy társadalmi szervezethez csatlakozni, hiszen talán a leghatékonyabb fogyasztóvédő maga a fogyasztó, leginkább a tájékozott, jogaival tisztában lévő tudatos fogyasztó.

De ki a tudatos vásárló?

A vásárlói tudatosságot sokan, sokféleképpen határozták már meg, és ez azért is lehet így, mert a különböző szituációkban, élethelyzetekben más és más az a jó tanács, amit – mielőtt még bajba kerülnénk – szem előtt kellene tartani. A tudatosságot befolyásolják alapvető környezetvédelmi szempontok (ld. *A környezettudatos ember című fejezet, 180. oldal*) és a vásárló pénztárcája. Ugyanakkor azt is látni kell, hogy sokszor ezek a szempontok nem érvényesülnek, és azt is megvesszük, amivel kapcsolatban csak utólag döbbenünk rá, hogy vásárlásunk felesleges volt, sőt, kár is ért bennünket figyelmetlenségünk miatt.

Mindezzel összefüggésben megállapítható, hogy a fogyasztói tudatossághoz nem csak az tartozik hozzá, hogy vásárlásaink előtt alaposan tájékozódunk, hanem azoknak az alapvető jogoknak az ismerete is, amelyek segítenek abban, hogy a számunkra hátrányos szituációból valamilyen módon „kikecmergünk”.



Vásárlás előtt és közben

Vásárolni sokféleképpen lehet. Elsősorban az befolyásol, hogy mit is szeretnénk venni. Mindennapi bevásárlásaink során egészen másra kell odafigyelnünk, mint ha tartós, vagy legalábbis tartósnak szánt terméket, műszaki cikket, ruhát vagy egyéb, nagyobb értékű áruféleséget veszünk. Minden esetben szükséges azonban az alapos előzetes tájékozódás, ezzel együtt pedig annak figyelembevétele, hogy nem minden információforrást kell „készpénznek” vennünk.

Reklámok

Sokszor a legelső információ, amely egy áruféleséggel kapcsolatban elér bennünket, az a reklám, amellyel nem csupán a televízióban, rádióban, újságokban vagy utcai plakátok formájában találkozunk, hanem ma már az interneten is oldalról-oldalra beleütközünk, sőt az sem ritka, hogy a reklámozó közvetlenül a mobilunkra vagy a lakcímlünkre küldi a számára fontos üzeneteket. Napjainkban már talán mindenki tudja, hogy a reklám célja nem az, hogy egy áruval vagy szolgáltatással kapcsolatban minden ismeretet megadjon nekünk. Sokkal inkább az, hogy az eladni szánt termék legfontosabb tulajdonságait kiemelje, azokat – adott esetben – a valóságosnál is kedvezőbb színben tüntesse fel, mindemellett felhasználjon minden törvényes – nem ritkán törvénytelen – eszközt arra, hogy befolyásoljon minket, hogy a reklámozott terméket megvásároljuk akkor is, ha arra tulajdonképpen semmi szükségünk.

A reklámnak – mondhatjuk úgy – természetszerű tulajdonsága a túlzás, és az is, hogy a befolyásolás során igyek-

szik mindent kihasználni, mind a módszerek, mind a közzétételi helyszínek szempontjából. Éppen ezért volt szükség arra, hogy a törvényalkotók bizonyos korlátozásokat, illetve tilalmakat fogalmazzanak meg, amelyek célja az, hogy valamilyen módon határt szabjanak a reklámozók túlzott kreativitásának.

A magyar törvények között a *reklámtörvény* hivatott szabályozni azt, hogy a reklámtevékenység során mit szabad és mit nem. A törvény mindezekelőtt meghatározza mindazokat az általános tilalmakat és korlátozásokat, amelyeket valamennyi reklámtól számon lehet kérni. A legfontosabb ilyen szabályok a következők.

Általános tilalmak

Tilos közzétenni olyan reklámot, amely

- személyhez fűződő jogokat, kegyeleti jogot, valamint személyes adatok védelméhez való jogokat sért,
- erőszakra buzdít, illetve a személyes vagy közbiztonságot, a környezetet, illetve a természetet károsító magatartásra ösztönöz,
- félelemérzetet kelt.

Az az első pontban megjelöltek az állampolgárok privát szféráját védik, amelynek az a célja, hogy például egy reklámban ne lehessen felhasználni valakinek az arcképét, még akkor sem, ha olyan helyen járt, ahol egyébként rendszeresen készítenek fényképeket. Ilyen helynek minősülnek a közterületek, a nyilvános szórakozóhelyek. Ha tehát valaki valahol bulizni volt, ott lefényképezték, joggal tiltakozhat az ellen, ha a fotóját a szórakozóhely reklámjában vagy bármely más hirdetésben viszontlátja.

A *személyes adatok* felhasználásának a tilalma itt kifejezetten a reklámban való közzétételnek korlátozását jelenti. Jóllehet nem a reklámtörvény szabályozza, itt kell megemlíteni, hogy ha

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

akár az e-mail postafiókunkba, akár a mobiltelefonra, akár a lakcímre érkeznek reklámok, ez csak akkor szabályos, ha abba beleegyeztünk. Ez a beleegyezés néha észrevétlenül történik, hisz előfordul, hogy jártunkban-keltünkben megállítanak bennünket, apró ajándékok fejében kitöltetnek velünk valamilyen kérdőívet, amelyen – sokszor apró betűvel – szerepel az, hogy hozzájárulunk ahhoz, hogy címünkre (telefonszámunkra) üzeneteket, természetesen reklámüzeneteket juttassanak el. Fontos tehát, hogy személyes adatainkat, lakcímünket, telefonszámunkat, e-mail címünket csak annak adjuk meg,

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

akitől tényleg szeretnénk rendszeres tájékoztatást kapni.

Gondoljunk csak bele: ha például internet-előfizetésünk perc- vagy másodperc alapú, a reklám letöltése a mi pénztárcánkat terheli. Ugyanez igaz a mobilhirdetésekre is. Nem ritka, hogy sms-ben csak egy wap-címet kapunk, amelyet szintén a saját előfizetésünk terhére töltünk le. Nem beszélve az emelt díjas szolgáltatásokról, erről majd kicsit később...

Természetesnek tűnik az, hogy a reklám nem buzdít erőszakra, nem kelt féltelmet, de mivel ilyen „megoldásokra” is volt példa a múltban – Európában számos országban és Magyarországon egyaránt –, a korlátozásra és a tilalom törvényi megfogalmazására mindenképpen szükség volt. Egy terület van, amire a korlátozás (és egyébként maga a reklámtörvény) nem terjed ki, a társadalmi célú reklámok világa. Ezek olyan figyelemfelkeltő hirdetések, amelyek valamilyen betegségről, veszélyről vagy például jótékony célra való adakozásról szólnak. Ezekben az esetekben megengedettek az első látásra „sokkoló” eszközök, mert mondjuk, a betegség, a veszély ténye indokolja.

A gyermek- és fiatalkorúak védelme

A törvények alkotói is egyetértenek abban, hogy a fiatal korosztály rendkívül fogékony a reklámokra. A fiatalok ma már – szakkifejezéssel élve – külön célcsoportjai a reklámnak. Ez azt jelenti, hogy azoknak a termékeknek a gyártói, amelyeket kifejezetten vagy jellemzően fiataloknak készítenek, szükségszerűen nekik szeretnék eladni, épp ezért a reklámokat is úgy fogalmazzák meg és olyan helyen teszik közzé, amelyen módon a legtöbb tizennyolc éven alulit meg tudnak szólítani. Sajnos azonban a reklámkészítők sokszor nem veszik figyelembe, hogy azokkal a reklámokkal, amelyeket kifejezetten a fiataloknak szánnak, óvatosabban kell bánni. Az a tartalom, amely a felnőtt számára még elfogadható (például a reklám alkotói tréfálkozni szerettek volna, átvitt értelmű üzeneteket kívántak közvetíteni vagy csak egyszerűen otrombák), a gyermekek számára semmiképpen sem tekinthetők kívánatosnak. Ebből a kiindulásból fogalmazták meg a jogalkotók – a többi között – az alábbi szabályokat.

Tilos közzétenni olyan reklámot, amely a gyermek- és fiatalkorúaknak szól, és

- fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésüket károsíthatja,
- tapasztalatlanságuk vagy hiszékenységük kihasználásával közvetlen felszólítást tartalmaz arra, hogy a felnőtt korúakat áru vásárlására ösztönözzék!

Hasonló, mégis tágabb törvénybeli megfogalmazásban: tilos közzétenni olyan reklámot, amely a gyermek- és fiatalkorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődését károsíthatja, így különösen, ha a gyermek- és fiatalkorúakat veszélyes, erőszakos, továbbá a szexualitást hangsúlyozó helyzetben mutatja be.

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

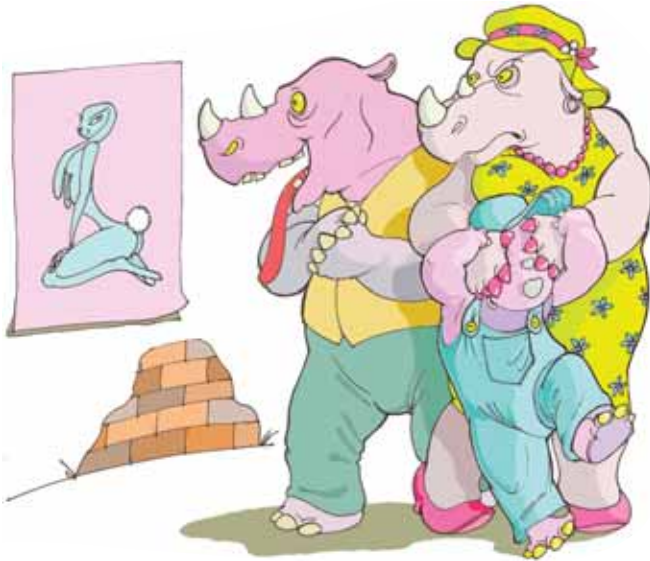
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •

SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •
SPAM • SPAM • SPAM •



A reklámok „szabadszájúsága” ellen sokan, sok helyen fel szoktak lépni, a szülők rendszeresen jelzik a hatóságoknak, ha olyanokat látnak a televízióban vagy az utcán, amelyekről úgy vélik, nem a gyerekeknek valók. A panaszok között sok az olyan, amely a túlzásba vitt szexualitást, a meztelenséget kifogásolja. A törvény idézett szabályai között olyanok is szerepelnek, amelyek nem csupán az erkölcsi, hanem a szellemi fejlődést károsíthatókat is tiltják.

Talán jót mulatnak a diákok, ha olyasmit olvasnak a plakátokon, hogy *„bülye vagy, ha nem nálunk vásárolsz”*, a fiatalok gondolkodásába ez a rosszul megválasztott „közvetlenség” talán még elfogadható. Ha azonban egy kicsit jobban belegondolunk, akár fel is háborodhatunk, pláne, ha egy másik helyet jobbnak találunk, és ezért vagyunk lehülyézve.

Otthonról sokféle mintát hozunk magunkkal, szüleink igyekeznek pozitív értéket belénk nevelni mindennapjaink során, ezért joggal háborodnak fel (és nem csak ők, hanem a hatóság is), ha olyan tartalmakkal találkoznak, amelyek azt sugalmazzák, hogy akár a hazugság is befér, hogy az áhított terméket megvásárolhassuk. Talán sokan emlékeznek arra a reklámra, amelyben a gyermek elpusztult aranyhalat siratja. A szülő vigasztalásképpen elviszi a gyermeket a kedvenc gyorséttermébe, a reklám végén pedig kiderül, hogy a házi kedvenc él (mint hal a vízben). A történet mindösszesen egy csel volt, a szülő megvezetése. Az ilyen reklám mindenképpen káros, hiszen gondolkozzunk el azon: *egy termék sem annyira fontos, hogy emiatt szüleinket becsapjuk, hogy hazudjunk nekik!*

A szexuális életre nevelés akkor jó, ha annak időpontját, tartalmát és módszerét a szülő választhatja meg. Rosszul értelmezett ezért az a felfogás, amely az esélyegyenlőség, a szabad választás jelszava mögé bújva jelenít meg a reklámjában azonos nemű embereket félreérthetetlen pózokban, vagy éppen ellenkező neműeket, akik olyat csinálnak, amiről nem az utcán kell, hogy „tájékozódjon” a fiatal. Naitivás azt gondolni, hogy a reklámok ezen tartalmaktól való „megszűrése” eredményeképpen a fiatalokhoz nem jutnak el a nem kívánt információk. Az internet világában sajnos szélmalomharcot vív, aki meg akarja óvni gyermekét a szexuális tartalmú képektől, filmektől stb. A hatóságok célja a tilalmak betartatásával mindössze az, hogy legalább az utcán vagy a fiataloknak szóló újságokban, magazinokban megjelenő reklámokban tegyen egy kis rendet.

Az egyéb tartalmakkal kapcsolatban talán a fiataloknak kellene egy kicsit elgondolkodniuk. Ma az interneten számtalan reklám bukkan fel, amely nem feltétlenül „olyan” oldalakra irányítanak, hanem ártatlannak tűnő csevegő-oldalakra, cset-szobákba invitálják az ismerkedni vágyó ifjakat. Ezek a helyek egyrészt ideális reklámfelületek, amelyek a képernyőt figyelő csetelőket óhatatlanul (akár tudatukon kívül is) befolyásolják. Sokkal veszélyesebb azonban olyan emberekkel ismeretséget kötni, akik másnak adják ki magukat, mint akik valójában, és olyan magatartásra akarják rábírni a fiatalokat, amely egyébként bűncselekménynek minősül. Nem szabad tehát az ilyen oldalakon személyes adatokat kiadni, felelőtlen személyes találkozókba belemenni, bedőlni kedvezőnek tűnő „üzleti ajánlatoknak”. A kapcsolat tartásnak és az ismerkedésnek is lehet jó terepe egy cset-szoba, ha ezt is ésszel használjuk és betartjuk az alapvető biztonsági óvintézkedéseket.

Ha már a XXI. századi technológiáknál tartunk, érdemes még egy dologra odafigyelni. Sok olyan weboldal (és „offline” hirdetés) létezik, amely különböző *mobiltartalmakat* kínál. A hirdetésben színes háttérképeket, valóság-hű csengőhangokat, játékokat tölthetünk le. Sokszor elég a mobiltelefonunk számát megadnunk, és észrevétlenül előfizetünk egy emeldíjas szolgáltatásra, amelynek eredménye, hogy hetente jönnek a jobbnál jobb „cuccok” a mobilra, azt azonban csak a hónap végén, a számla megérkezésekor vesszük észre, hogy mindezért több ezer forintot fizetünk. Mindössze egy mozdulat beikszelni az olyan négyzeteket, amelyek mellett az szerepel: „A szerződési feltételeket elolvastam, elfogadom”. *A szerződési feltételeket azonban tényleg el kell olvasni!* Nem mindegy, hogy egy sms ára



annyi, mint a megszokott vagy tízszer annyi. Nem mindegy, hogy a fogadott üzenetekért kell-e fizetni vagy sem. És ami a legfontosabb, hogy érdemes végiggondolni: vajon tényleg szükségem van arra, hogy a mobilom a legújabb sláger felcsendülésével jelezze a bejövő hívást? Vajon tényleg hetente kell cserélnem a háttérképet a legfrissebb sztárképekkel? Vajon kevesebb vagyok, ha ennyire azért nem követem a „trendet”? Talán meghaladott felnőttes nézet, hogy a telefon elsősorban a kapcsolat-tartás és nem a divatkövetés eszköze?

Becsapás, átverés, megtévesztés

Bár már leszögeztük, hogy a reklámnak „az a dolga”, hogy túlozzon, semmiképpen sem fogadható el az, hogy ha állít valamit, arról utóbb kiderül, hogy nem igaz. A leendő vásárlóknak a legnagyobb bosszúságot az okozza, ha például a meghirdetett akciós áru már az árendemény első percében sem kapható, ha a reklámban láttott tulajdonságról kiderül, hogy azzal az óhajtott áru egyáltalán nem rendelkezik, vagy ha a kedvezőnek látszó ajánlat korántsem olyan „jó vétel”, mint amelyet a reklám sugall. Az ilyen esetekben a bosszúság csak egy dolog, nem kevésbé fontos, hogy az ilyen reklámot közzétevő cég jogsértést követ el.

A reklámtörvény egyértelműen tiltja minden olyan reklám közzétételét, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megté-

veszti vagy megtevesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul vagy akiknek a tudomására juthat, és megtevesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti. Hogy egyszerűbb legyen az ilyen kérdésekkel foglalkozó hivatalok dolga, a törvény tovább „boncolgatja” a kérdést, amikor leírja: a reklám megtevesztő jellegének megállapításakor különösen figyelembe kell venni a reklámban foglalt olyan tájékoztatásokat, amelyek

- az áru általános jellemzőire,
- az áru árára vagy az ár megállapításának módjára, valamint a vásárlás egyéb szerződéses feltételeire,
- a reklámozó megítélésére, így a reklámozó jellemzőire, illetve az őt megillető jogokra, vagyoniára, minősítésére, elnyert díjaira vonatkoznak.

A legtöbb gond a mindennapokban az úgynevezett különleges ajánlatokkal, hétköznapi nevén az akciókkal van. A törvény egyértelműen leírja: különleges ajánlatra vonatkozó reklámot akkor lehet közzétenni, ha az egyértelműen és közérthetően jelzi, hogy a különleges ajánlat mely árura, mely időponttól és mely időpontig érvényes, vagy azt, hogy az ajánlat csak a jelzett időponttól az áru rendelkezésre állásáig érvényes. Ehhez képest a gyakorlatban, a hétköznapiakban több probléma is jelentkezik. Például, amikor nem kapható, mert a várható kereslethez képest csak minimális mennyiséget rendeltek meg. Nem egyszer előfordul ugyanakkor az is, hogy az akciós terméket a polcra leemelve azt tapasztaljuk, hogy a pénztárban egy másik, egy nagyobb összeget próbálnak meg kifizettetni. Nos, erre a helyzetre is van jogszabály, mégpedig a fogyasztóvédelmi törvény, amely a következőképpen fogalmaz: több eladási ár vagy szolgáltatási díj egyidejű feltüntetése esetén az áru eladási árán vagy a szolgáltatás díján a feltüntetett legalacsonyabb eladási árat vagy szolgáltatási díjat kell érteni. Ez azt jelenti, hogy a magasabb és az alacsonyabb ár közül jogunk van a kisebb összegért megvásárolni a terméket. Ebben az esetben nem a pénztárossal kell vitatkozni, hiszen ő nincs abban a helyzetben, hogy „belenyúljon” a pénztárgépbe, ilyenkor el kell menni a vevőszolgálathoz, és ott visszakérni a különbötetet. Tapasztalataink azt mutatják, hogy egyre több helyen vissza is adják. Pláne, ha tudatosok és határozottak vagyunk, és hivatkozunk a fogyasztóvédelmi törvényre.



Mindezeknek azért van jelentősége, mert a jogsértő reklámok közzététele esetén a bosszúságon kívül komoly pénzbírságot fizethetnek a reklámozók. Míg a megtevesztő reklámok közzététele esetén a Gazdasági Versenyhivatal (GVH: www.gvh.hu), addig egyéb, reklámjogi szabálytalanság elkövetésekor a területileg illetékes fogyasztóvédelmi felügyelőség jár el. Az ilyen panaszokat érde-

mes tehát közvetlenül jelezni a hatóság felé. Hogy miért? Mert ez is része a tudatosságnak. Ha a cégek azt látják, hogy nincs következménye annak, ha félrevezetik a fogyasztókat, akkor nem biztos, hogy változtatni fognak magatartásukon. Ha viszont az arra feljogosított hatóság él a lehetőségeivel, és pénzbírságot szab ki, ezzel elérhető, hogy a következő akció tervezésekor jobban meggondolják a cégek, hogy milyen tartalommal teszik közszemlére ajánlataikat. Ahhoz viszont, hogy egy hatóság eljárjon, tudomást kell szerezniük a jogsértésekről, ebben pedig sokat segíthet, hogy aki becsapva érzi magát, problémáját jelzi a hivataloknak. Ez nem a szó rossz értelmében vett „feljelentgetés”, hanem egy tudatos lépés afelé, hogy esetleg a többi fogyasztó ne kerülhessen a későbbiekben hasonlóan kellemetlen helyzetbe.

Problémás termékek

Bizonyos áruféleségeknél különleges szabályokat fogalmaz meg a törvény. Vannak áruk, amelyeket nem lehet szabadon árusítani, a kereskedelemre vonatkozóan is korlátokat állítanak fel a jogszabályok, ezeknek a termékeknek a reklámozása sem lehet – értelemszerűen – megengedett. Ide sorolhatók a fegyverek, lőszer, robbanóanyagok vagy a közbiztonságra különösen veszélyes eszközök, csakúgy mint a receptre kapható gyógyszerek vagy a dohányárak. Ehhez képest a szeszes italok reklámozásával kapcsolatban csak korlátozásokat állít fel a törvény, amelyben kimondja, hogy tilos alkoholtartalmú italt reklámozni:

- olyan sajtótermékben, amely alapvetően gyermek-, illetve fiatalok számára szól,
- sajtótermék címlapján,
- színházban vagy filmszínházban 20 óra előtt, illetve gyermek- vagy fiatalok számára készült műsorszámot közvetlenül megelőzően, annak teljes időtartama alatt és közvetlenül azt követően,
- játékon és annak csomagolásán,
- közoktatási és egészségügyi intézményben és annak bejáratától számított 200 méteres távolságon belül.

A korlátozások indokait nem szükséges részletesen elmagyarázni, érdemes viszont megállni egy pillanatra a kereskedelmi korlátozások kérdése mellett, még akkor is, ha ez csak részben kapcsolódik a reklámozás területéhez. A kereskedelmi és vendéglátó-ipari egységekben ma már a legtöbb helyen olvasható a felirat: „szeszes itallal és dohányárakkal 18 éven aluliakat nem szolgálunk ki”. Ez eddig rendben van, hiszen a fiatalok kiszol-



gálását tiltja a kereskedelmi törvény.

A gond inkább a gyakorlatban jelentkezik, és ebben nem csak a jogszabályok betartására kötelezett üzletek, éttermek, bárók, szórakozóhelyek személyzete a hibás, hanem a fiatalok is. A kereskedők jelentős része – a hatósági ellenőrzések adatai szerint általában 60%-uk – nem tartja be a törvényi tilalmat, a szeszes italt vagy cigarettát vásárló fiatalok fejében pedig gyakran meg sem fordul, hogy elgondolkozzanak: talán nem véletlenül van kint a felirat, talán nem ok nélkül tiltják a felnőttek ezeknek az áruknak a megvásárlását, talán mégis érdemes lenne elgondolkodni néha a tilalmak mögött álló szándékokról is. A dohányzás és az alkoholfogyasztás ártalmairól más fejezetek szólnak, itt csupán annyit kell megjegyezni: nem segíti a kereskedők, vendéglátók dolgát, ha a fiatalok megpróbálják magukat 18 éven felülinek kiadni, vagy ahol kategorikusan megtagadják a kiszolgálást, keresnek egy felnőtt korút, hogy helyettük megvásárolja az egészségre fiatal korban az „átlagosnál” is veszélyesebb termékeket.

És ami a legfontosabb! A későbbiekben még szó lesz arról, hogy mennyire lényeges a jogszabályok, a fogyasztói jogok ismerete ahhoz, hogy felelősségteljes döntést hozzassunk, hogy felmerülő problémákat eredményesen megoldhassunk. Nos, ugyanez a helyzet a vonatkozó tilalmakkal és korlátozások-

kal: azokat is tudomásul kell venni. Azaz: *ha a kereskedő vagy a szórakozóbely pultosa igazolványt kér, nem helyes felháborodni*, erélyesen bizonygatni a nyilvánvaló valótlanyságot, az alkalmazottnak ugyanis joga van felszólítani a vásárolni szándékozót az életkorának hitelt érdemlő igazolására. Ilyenkor helytelen hivatkozás az, ha valaki azzal próbálkozik, hogy az ő ismeretei szerint igazoltatni csak a rendőrnek, hatósági személynek van joga. Ez igaz, de a kereskedő ilyenkor nem igazoltat, a fiatal nem köteles megmutatni

a személyi igazolványát, ez esetben ugyanakkor számolnia kell azzal, hogy nem kap sem alkoholt, sem cigarettát. A törvény ugyanis így fogalmaz: ha a vásárolni szándékozó személy életkorának igazolását megtagadja vagy nem tudja teljesíteni, a kereskedőnek nem szabad kiszolgálni őt. A jogokkal tehát lehet és kell is élni, rossz „jogértelmezéssel” viszont olyan felesleges konfliktusokat vállalunk, amelyekben ráadásul nincs igazunk. És még egyszer: érdemes tényleg átgondolni, miért is hozták a tiltó szabályokat a törvényalkotók!

Tájékozódás a termékről

A vásárlás előtti folyamat második lépcsője, hogy akár reklám hatására, akár anélkül boltba megyünk, és ott alaposan szemügyre vesszük a terméket. Ez a „feladat” terméktől függetlenül fontos, de terméktől függően más és más odafigyelni valót igényel.

Az áru címkéje

Általánosságban a fogyasztóvédelmi törvény minden termékre előírja, hogy az áru címkéjének tartalmaznia kell az áru

- azonosításra alkalmas megnevezését, amelyet védjegy vagy fantázianév nem helyettesíthet,
- gyártójának vagy forgalmazójának nevét és címét azonosításra alkalmas módon,
- származási helyének megjelölését, ha az áru nem az Európai Gazdasági Térségből származik.

Ezek az előírt tartalmak egyrészt megmondják nekünk azt, hogy egészen pontosan mi az a termék, amit a kosarunkba szeretnénk tenni, mi a rendeltetése. A forgalmazó nevének feltüntetése azért fontos, mert ha bármilyen utólagos reklamálnivalónk van, meg tudjuk találni azt – akár hatósági segítséggel –, hogy ki a felelős végső soron a problémánk megoldásáért. A származási hely pedig mindenképpen befolyásolhatja a vásárlót: vannak preferált gyártási helyek és vannak kevésbé azok. Ezzel összefüggésben azonban érdemes tudni, hogy ma már a jelentős gyártók is adott esetben a Távol-Keleten gyártatják a termékeik jelentős részét, tehát önmagában a „kínai” – a közhitellel ellentétben – nem feltétlenül jelent sílány minőséget.

Az **áru rendeltetésének** kiemelt jelentősége lehet. Sokszor első ránézésre nem biztos, hogy például az adott műszaki



cikk pontosan mire való, milyen funkciói vannak. A részletes leírásokat természetesen nem a címkén, hanem a használati és kezelési útmutatókban, termékleírásokban kell keresni. Nem mindegy azonban, hogy például hajszárítót vagy hajformázót veszünk. Konkrét panaszban fogalmazta meg egy ízben a vásárló, hogy ő egyértelműen hajszárítót szeretett volna venni, az igen nagy kínálatban válogatva azonban – talán azért, mert az volt a legkisebbebb, és árban sem volt kimagasló – egy hajformázót vásárolt, ezt azonban csak otthon vette észre. A példában szereplő panaszos tehát a legalapvetőbb tájékozódást is elmulasztotta? Igen, ha a terméken vagy a polcon ott voltak azok a tájékoztató leírások, amelyek egyértelművé tették volna számára, hogy mi az, amit vásárol. A gyakorlatban, a mindennapokban azonban rendre előfordul, hogy

- a polcokon elhelyezett címkék tömegéből nehéz kiválasztani, hogy a megjelölt áruhoz pontosan melyik címke tartozik,
- a polcra kihelyezett, a csomagolásból kibontott áruhoz közvetlenül semmilyen írásos információ nem tartozik, vagy
- a csomagolásról hiányzik a magyar nyelvű címke (a vásárlásnak nem feltétele, hogy a vásárló bármilyen idegen nyelvet beszéljen).

Az ilyen esetekben nem egyszerű a fogyasztó helyzete. A jogszabály ugyanis – és erről a későbbiekben még részletelesen lesz szó – akkor teszi lehetővé az utólagos reklamációt, ha a termék hibás. Ha a fogyasztó nem azt vette, mint amit szeretett volna, csak akkor van esélye a cserére, ha azt az üzlet például „téves vásárlás” címén egyébként lehetővé teszi (egyre több helyen van erre lehetőség, de nem általános). Ha nem, és a termék egyébként rendeltetésszerűen működik, akkor sajnos kénytelenek vagyunk szárítás helyett formázni...



Az áru rendeltetésének egyébként akkor is van jelentősége, ha a termék meghibásodik. Tipikus probléma, amikor valaki cipőt, lábbelit vesz, és nem nézi meg előzetesen, hogy milyen használatra szánta azt a gyártó. Ha például kifejezetten sportcipőt veszünk vagy futócipőt, az nem utcai, mindennapi használatra való, és nem jogos a felháborodásunk, ha viszonylag rövid idő alatt tönkremegy. Az ilyen lábbelit sportolásra szánták, ami nem feltételezi a napi nyolc-tíz órás folyamatos igénybevételt. Ugyanez a helyzet az alkalmi cipőkkel: a mindennapi használatot az ilyen jelzővel ellátott lábbeli egyáltalán nem biztos, hogy bírni fogja. És ne feledjük: az egyetlen teljesen vízálló lábbeli a gumicsizma...

A különböző áruféleségek közül különleges figyelmet érdemel az élelmiszerek címkéje. Olyannyira, hogy erre külön törvényi és rendeleti előírások vonatkoznak. A legfontosabb előírások közé tartozik (és ez valamennyi termék esetében követelmény):

- a magyar nyelvű szövegezés,
- a jól olvashatóság,
- az egyértelműség és
- a közhírhatalom.

A magyar nyelvűség egyértelműnek tűnő szabály, mégis sokszor hosszas keresgélés után találjuk csak meg (ha megtaláljuk egyáltalán) a minden hazai vásárló által érthető információkat. A jól olvashatóság és a közhírhatalom már kevésbé egyértelmű, hiszen az sok mindentől függhet, adott esetben attól is, hogy például a vásárló szemüveges-e, és ha igen, nála van-e a szemüvege. Azt természetesen nem lehet előírni minden termék esetében, hogy pontosan milyen betűmérettel tüntessenek fel fontos információkat, az olyan megoldások ugyanakkor, hogy kék alapon kék betűket próbáljon a vásárló kislabilizálni, semmiképpen sem fogadhatók el.

Nagyon fontos szabály, hogy a jelölés és az alkalmazott jelölési módszer

- nem vezetheti félre a fogyasztót az élelmiszer tulajdonságait – így az élelmiszer fajtáját, azonoságát, jellemzőit, összetételét, mennyiségét, eltarthatóságát, származását vagy eredetét és előállítását vagy termelési módját – illetően,
- nem tulajdoníthat az élelmiszernek olyan hatást vagy tulajdonságot, amelyekkel az valójában nem rendelkezik,
- nem állíthatja vagy sugallhatja, hogy az élelmiszer különleges tulajdonsággal rendelkezik, ha ugyanezekkel a tulajdonságokkal minden más hasonló élelmiszer is rendelkezik,
- a természetes ásványvizekről és a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló előírásokban foglaltak figyelembevételével nem tulajdoníthat az élelmiszernek betegség megelőzésére, gyógyítására vagy kezelésére vonatkozó tulajdonságokat, illetve nem keltheti ezen tulajdonságok meglétének a benyomását.

Sajnos a gyakorlatban sokszor előfordul, hogy olyan élelmiszerekkel találkozunk, amelyek magukat valamifajta csodaszerként hirdetik, „percek alatt” történő karcsúsodást hirdetnek, vagy éppenséggel azt állítják magukról, hogy jótékony hatással vannak az alacsony és a magas vérnyomásban szenvedőknek egyaránt (ez utóbbi valóban szerepelt egy étrend-kiegészítő ginzeng készítmény címkéjén). Ebben a körben azt érdemes feltétlenül megjegyezni, hogy *csodaszerek márpedig nincsenek*. Ha valaki valamilyen betegség jeleit észleli magát, elsősorban orvoshoz menjen, és ne az élelixirektől várja a tünetek megszüntetését. A probléma megoldását elsősorban az orvos, illetve az általa ajánlott és felírt gyógyszerek jelenthetik. Gyógyítani csak az a készítmény tud hatásosan, amelyet gyógyszerként törzskönyveztek. Természetesen az élelmiszereknek is lehetnek jótékony élettani hatásai, de az olyan készítményekkel kapcsolatban, amelyekről „túl sokat” állítanak, javasolt az óvatosság.

Az élelmiszerek címkéje – a „javallatok” és a „marketing-üzenetek” mellett – jó néhány fontos és hasznos információt kell, hogy tartalmazzon. A vonatkozó rendelet szerint az élelmiszer jelölésén az alábbi adatokat kell feltüntetni:

- az élelmiszer megnevezése,
- az összetevők felsorolása,
- bizonyos összetevők vagy összetevő csoportok mennyisége,
- előrecomagolt élelmiszer esetén annak nettó mennyisége,
- az élelmiszer minőségmegőrzési időtartamának lejárat dátuma, illetve a mikrobiológiai szempontból gyorsan romló élelmiszer fogyaszthatóságának a határideje,
- a minőség megőrzéséhez szükséges különleges tárolási vagy felhasználási feltételek,
- az élelmiszer előállítójának vagy az Európai Gazdasági Térség valamely államában székhellyel rendelkező forgalmazójának neve vagy cégneve és címe,
- az eredet vagy a származás helye, amennyiben megjelölésének hiánya a fogyasztót megtévesztheti az adott élelmiszer tényleges származása vagy a valódi eredete felől,
- felhasználási útmutató, amennyiben ennek hiányában a fogyasztó nem tudná az élelmiszert megfelelően felhasználni,
- az 1,2 térfogatszázaléknál több alkoholt tartalmazó italok esetén a tényleges alkoholtartalom térfogatszázalékban, a Magyar élelmiszerkönyv előírása szerint.

A kötelezően feltüntetendő információk közül a két legfontosabb a fogyasztói tudatosság szempontjából: az összetétel és a minőségmegőrzési vagy fogyaszthatósági idő. A jogszabály szerint **összetevőnek** minősül mindazon anyag, az adalékanyagokat is beleértve, amelyet az élelmiszer előállításához használnak fel, még ha az megváltoztatott formában van is jelen a végtermékben. Ha egy összetevő eredetileg több anyagból készült, úgy ezeket az anyagokat is az élelmiszerhez fel-



használnak kell tekinteni. Ennek nem csupán abból a szempontból van jelentősége, hogy el tudjuk dönteni: kizárólag természetes anyagból készült ennyit akarunk elfogyasztani, vagy elfogadjuk a tényt, hogy a legtöbb élelmiszerben is van valamilyen „műanyag”, hanem adott esetben egészségvédelmi szempontból is fontos lehet. Amennyiben a csomagoláson a következő figyelem felhívó szövegek valamelyike olvasható: „nyomokban földimogyorót, tejanyagot tartalmazhat”, vagy „mogyorót, tejet, lisztet felhasználó üzemben ké-

szült”, akkor az adott termék allergén anyagokat (például tojás, mogyorófélék, tejcukor, glutén, szója, diófélék) tartalmazhat, amelyek az arra érzékeny fogyasztó számára veszélyt jelenthetnek! Ezeknek az információknak a megléte tehát különösen fontos, az odafigyelés hiánya pedig komoly kockázatnak számít.

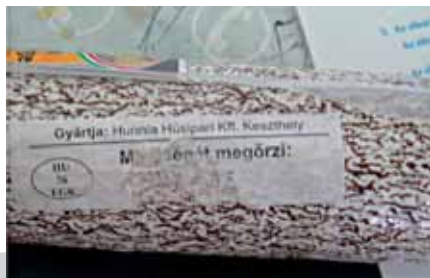
Az élelmiszerek minőségmegőrzési időtartama az az időtartam, ameddig az élelmiszer megőrzi a tulajdonságait helyes tárolási körülmények között.

Az időtartamra vonatkozó dátumot a következő szövegnek kell megelőznie:

- ha a dátum jelölése tartalmazza a napot: „minőségét megőrzi:”,
- ha a dátum jelölése csak az évet és a hónapot tartalmazza: „minőségét megőrzi a jelzett hónap végéig:”,
- ha a dátum jelölése csak az évet tartalmazza: „minőségét megőrzi a jelzett év végéig:”.

Ezt kell, hogy kövesse a dátum, vagy annak a helynek az egyértelmű megjelölése, ahol a dátum a csomagoláson szerepel. Ha szükséges, ezeket az információkat követnie kell a tárolási feltételeknek, amelyek betartása biztosítja a termék minőségének megőrzését.

Fontos szabály mindemellett, hogy a dátumnak az év/hónap/nap vagy a nap/hónap/év sorrendet kell követnie. A dátumjelölés sorrendjére a „minőségét megőrzi” szövegrész után zárójelben kell utalni, kivéve, ha a jelölés a fogyasztó számára egyértelmű, tehát ha a dátumot az év négy arab számjeggyel feltüntetésével adják meg, illetve a hónappal és nappal történő megadás esetén a hónapot betűvel teljesen vagy rövidített formában, illetve római számmal tüntetik fel.



Ezeknek az időpontoknak a figyelése nagyon fontos. Az élelmiszereket, amelyeken az időtartamra vonatkozó adatokat nem találjuk, vagy láthatóan az eredeti dátumot felülragasztották vagy olvashatatlaná tették, egyszerűen ne vásároljuk meg!

Tudni kell mindemellett, hogy a feltüntetett lejárat idő kizárólag a bontatlan csomagolású élelmiszerekre vonatkozik. Amennyiben a gyári csomagolást megbontják, az élelmiszert általában néhány napon belül el kell fogyasztani. A fogyaszthatósági idővel rendelkező élelmiszereknél lényeges a csomagoláson feltüntetett tárolási feltételek megtartása is.

A használati és kezelési útmutató

Külön jogszabályban meghatározott áru csak használati és kezelési útmutatóval hozható forgalomba. A használati és kezelési útmutatóban – hasonlóan a címkefeliratokhoz – a fogyasztókat magyar nyelven, közérthetően és egyértelműen tájékoztatni kell az áru rendeltetésszerű használatának, felhasználásának, eltarthatóságának és kezelésének módjáról, így különösen az áru

- rendeltetésszerű használatára vonatkozó utasításokról és feltételekről,
- minőségének megtartásához szükséges különleges tárolási, kezelési feltételekről, amennyiben azok az áru minőségmegőrzési időtartamát, illetve felhasználhatóságát nagymértékben befolyásolják.

© Átlagos távoli uрал

1. Távoli uрал TV, VCR, SAT, CABLE, AUX, HIFI, CD, DVD.
2. Gép-írás TV és fastext funkció
3. Rövid beszézés
4. Könnyű automatik felkeresi funkció
5. Rövid felkeresi funkció

Részletes leírás

Ez az átlagos távoli uрал és már kiadott CMOS technológiával, ami már átlagos használati az alatti piros technológiában az uралásának van 8-csepp MCU és lehet támogatni a legnagyobb 56 funkció kulcspontról és 83 nem azonos típus rendszer felültség kiad az érvényes URC elrendezés ami látni 9 rendszer egy chipben.

Jellegzetesség

- CMOS technológia a most alacsony fogyasztással
- A munkások egy harmadik az előzőhöz képest
- Támogatni a legnagyobb 56 funkció kulcspontról
- Támogatni 83 nem azonos típus rendszer felültség
- Hét gép lehet egyúttal működni az azonos időben
- Több mint 3000 nem azonos fedőnév adott televízió, hifi beszézés, STB, VCD, DVD
- Rövid felkeresi funkció adott fedőnévi leltár IIR-rendszer
- Kézi munka fedőnév választódása

Használat

Átlagos távoli uрал adott televízió, video recorder, CD gép, DVD, hifi audio rendszer, (műhold fog, vonal TV, VCD, STB etc)

A használati és kezelési útmutatót tipikusan a vásárlást követően áll módunkban részletesen áttanulmányozni. A vásárlás előtt mindenképpen fontos azonban, hogy győződjünk meg arról, kaptunk-e egyáltalán magyar nyelvű használati utasítást. Ennek különösen akkor van jelentősége, ha bonyolultabb, összetettebb (például műszaki) terméket vásároltunk, amelyek kezelése során nem mindegy, hogy mit veszünk figyelembe és mit nem. Ha nem kapunk, kérjünk ilyet, és ne fogadjuk el azt, ha a kereskedő arra hivatkozik,

hogy a gyártó „nem tett bele”. A törvény erre is egyértelmű választ ad ugyanis: az import áruk esetében az árukhoz csatolt idegen nyelvű útmutatóval azonos tartalmú, magyar nyelvű használati és kezelési útmutatót kell a fogyasztó számára biztosítani. Ha ezt a gyártó nem tette meg, a kereskedő köteles pótolni.

Az ár feltüntetése

Vásárlásaink során rendszerint kifejezett figyelmet fordítunk arra, hogy az áhitott termék mennyibe kerül. Erről természetesen jogunkban áll már a fizetés előtt meggyőződni, ezt a már sokszor hivatkozott fogyasztóvédelmi törvény is előírja. A jogszabályi rendelkezések szerint az áru fogyasztói forgalomba hozatalakor a forgalmazó (azaz a kereskedő) köteles a fogyasztót *írásban* tájékoztatni az eladási árról és az egységárról, illetve a szolgáltatás díjáról.

Az eladási árat, az egységárat és a szolgáltatás díját a Magyar Köztársaság területén törvényes fizetőeszköz szerint – nálunk értelemszerűen *forintban* – meghatározva, egyértelműen, könnyen azonosíthatóan és tisztán olvashatóan kell feltüntetni. Nem szabálytalan egyébiránt az euróban való árfeltüntetés sem, de csak akkor, ha mellette ott szerepel a forintosított ár is. Fontos szabály, hogy a forgalomba hozott áru és szolgáltatás áráként a fogyasztói forgalomban fizetendő árat kell feltüntetni. Azaz nem fogadható el sem a „+áfa”, sem a „+üveg” típusú ármegjelölés sem, a vásárlónak joga van pontosan tudni, hogy mennyit kell majd fizetnie a pénztárban. Arról pedig korábban már volt szó, hogy amennyiben két ár szerepel, akkor az alacsonyabbat kell, hogy fizesse a vásárló!

Termékbiztonság

Vásárláskor arról is rendkívül fontos tájékozódni, hogy a termék – legyen az főként műszaki áru vagy játék – használat közben nem okoz-e a természetesnél nagyobb veszélyt, kockázatot. Sajnos a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség évről évre száznál több termék forgalmazását kénytelen megtiltani arra való hivatkozással, hogy a használatuk az életre, testi épségre vagy az egészségre veszélyes. Vásárlás előtt tájékozódva több ilyen kockázat kiküszöbölhető megfelelő odafigyeléssel.



Műszaki termékek

A legfontosabb: hálózatról üzemeltetett műszaki terméket ne piacon vegyünk!

A legtöbb letiltott termék nem a bolti, szaküzletekben történő árusítás eredményeképpen kerül a hatósági laboratórium asztalára, hanem féllégális helyszíneken végzett ellenőrzések során. Arról nem is beszélve, hogy az ilyen helyeken a legkevésbé valószínű, hogy magyar nyelvű használati utasítást, nyugtát, számlát, blokkot, bizonylatot kapunk, ezek nélkül pedig a legjogosabbnak vélt kifogás sem intézhető el –, ha egyáltalán megtaláljuk utóbb a kereskedőt.

Szintén fontos, hogy a terméket alaposan szemrevételezzük, hiszen ezúton is megállapíthatók alapvető, villamos biztonsággal kapcsolatos hiányosságok:

- a csatlakozódugó villáin (fehér minta) a szigetelőgallér hiányzik, mely érintésvédelmi szempontból szükséges lenne,
- elfogadott, jóváhagyó jelöléseket nem tüntettek fel, vagy használatuk jogosulatlan (pl. CE jelölés),
- műszaki adatok és jelölések hiányosak,
- a névleges feszültség (220 V) nincs feltüntetve,
- készülék konstrukciója és burkolatának kialakítása nem látszik megfelelőnek,
- szükséges védelmek hiányoznak,
- hálózati csatlakozóvezeték fajtája, keresztmetszete nem a készülék teljesítményének és funkciójának megfelelő,
- a mechanikus veszélyek elleni védőszerkezet hiányát tapasztaljuk, például éles szélek tapinthatók,
- az útmutatóban felsorolt tartozékok nincsenek meg.

Ha a terméket nem találjuk megbízhatónak, inkább keressünk egy olyan üzletet, ahol felkészült szakemberek tudnak részletes felvilágosítást adni, és minden információ a rendelkezésünkre áll.

Játékok

A letiltott termékek „toplistáján” a műszaki termékek mögött a gyermekeknek szánt játékok állnak. Ha kistestvérnek vagy ismerős kisgyermeknek veszünk ajándékot, a kiválasztás során ugyanazokat a „szemrevételezéseket” indokolt elvégezni, mint amiket a műszaki termékek esetében javasoltunk. A hasznos tanácsok közül néhány (a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség honlapjáról):

- A játék tiszta, új anyagból készüljön, fertőző rovarszennyeződést, állati eredetű kórokozókat ne tartalmazzon.
- A játék felülete mindenkor a legegyszerűbb módon, például nedves szivaccsal legyen tisztítható a fertőzés elkerülése miatt. A játékokat ugyanis úgy kell gyártani, hogy a tisztíthatósági és higiéniai követelmények teljesüljenek.

- A játék és részei megfelelő mechanikai szilárdságúak legyenek, hogy ellenálljanak a használat közbeni igénybevételnek anélkül, hogy eltörnének vagy deformálódnának. Ha a játék eltörik, kis darabok válhatnak le róla. Az éles, törött felület sérülést okozhat.
- A játék csomagolóanyaga nem jelenthet fulladási vagy megfojtási veszélyt. A hajlékony fólia – csomagolóanyagként vagy a játék részeként – nem lehet olyan vékony és olyan méretű, hogy az a gyermek arcára tapadhasson, ezzel fulladásveszélyt idézve elő. Az előírtnál vékonyabb és nagyobb méretű fóliát perforálni kell. A csomagolóanyag nem a játék része, erről informálni kell a vevőt.
- A játéknak nem lehet éles éle, hegyes végződése és olyan felületi hibája, érdessége, sorjája, amely vágott, szúrt vagy horzsolásos sebeket okozhat. A hajlékony műanyag polimer anyagok fröccsöntési sorjái nem tekinthetők sorjának.
- Hozzáférhető üveget játékokhoz nem szabad felhasználni, kivéve a tömör üveggolyót, az üvegszemet, üvegégőket és optikai játékokat.
- A játék merev alkatrészeit (például játékautó tengelye) védeni kell, a védelem meghatározott terhelés hatására nem válhat le. A felületről kiálló merev részre a gyerek játék közben ráeshet. A túlnyúló rész nem lehet olyan hosszú, hogy a testen sérülést okozhasson.
- A játék nem tartalmazhat robbanásveszélyes, egészségkárosító és radioaktív anyagot.
- A játékok előállításakor nem szabad felhasználni könnyen gyulladó anyagokat, például celluloidot és a celluloiddal azonos égési tulajdonságú anyagokat. A textil játékok nem készülhetnek olyan szőrös felületű anyagokból, amelyek felülete a lánghoz való közelítéskor megpörkölődik.
- A 3 év alatti korosztály számára szánt játékok nem lehetnek olyan kis méretűek, vagy nem tartalmazhatnak olyan hozzáférhető kis alkatrészeket, amelyeket a kisgyerek lenyelhet vagy belélegezhet, ez fulladást okozhat.



A kockázatok eltérő életkorban is különbözőek lehetnek, ezért mindenképpen érdemes figyelni azokat a jelzéseket, amelyeket a gyártó helyezett el a játékon, és utal arra, hogy az adott játék milyen életkorban való használatra javasolt.

Üvásárlás után – Mi tegyék, ha elromlott?

A vásárlás a mindennapi élet része, de nem feltétlenül kell, hogy a mindennapi bosszúság is velejárója legyen. Sajnos azonban a legjobban átgondolt „beszerzéseink” esetében is előfordulhat, hogy olyan terméket vásárolunk, amely nagyon rövid időn belül elromlik, annak ellenére, hogy rendeltetésszerűen, azaz a használati és kezelési útmutatóban leírtak szerint jártunk el. Ezekben az esetekben fontos, hogy tudjuk azokat az információkat, amelyek segítségével akár a helyszínen, problémamentesen elintézhjük reklamációnkat.

Mi is a szavatosság?

A szavatosságot a Polgári törvénykönyv (Ptk.) szabályozza a Hibás teljesítés cím alatt, és lényegében felsorolja azokat a jogokat, amelyekkel a fogyasztó élhet, abban az esetben, ha a meghatározott időn belül a termék elromlik. A Ptk. szerint a kötelezett (esetünkben a kereskedő) hibásan teljesít, ha a szolgáltatott dolog a tel-

jesítés időpontjában nem felel meg a jogszabályban vagy a szerződésben meghatározott tulajdonságoknak. Ez azt jelenti, hogy a meghibásodás oka nem a termék rendeltetésellenes használata, hanem olyan körülmény, amely az áruban már a vásárláskor is benne volt (ún. rejtett hiba). A szavatosságot tehát a törvény biztosítja, így önmagában az a kereskedői válasz, hogy „ez nem jótállásos termék, ezért nem cserélek”, nem fogadható el.

Mi a szavatossági jogok érvényesítésének a sorrendje?

A jelenleg hatályos szabályozás alapján már az első körben választhatunk, hogy kijavítást vagy kicserélést kérünk. Tehát a kicserélés, mint igény teljesítésének nem feltétele a javíthatatlanság. Vagyis: akkor is igényelhetjük a cserét, ha az áru javítható. A választási lehetőségünk csak akkor korlátozott, ha a kicserélés lehetetlen (például nincs azonos vagy hasonló termék a kereskedő készletében), vagy ha a csere aránytalan többletköltséget eredményezne (például azonnal és minimális költségigénnyel járó javíthatóság esetén). A szavatossági jogok érvényesítésének sorrendjében második helyre került az árleszállítás igénylésének a lehetősége, illetőleg az elállás, azaz a vételár visszakövetelése. Ez utóbbira akkor kerülhet sor, ha a vevőnek sem kijavításra, sem kicserélésre nincs joga, illetőleg, ha a korábbi igények teljesítését a kötelezett nem vállalja vagy nem tudja teljesíteni. Fontos szabály ugyanakkor, hogy jelentéktelen hiba miatt nincs helye elállásnak.

Mennyi időn belül reklamálhatunk?

A Ptk. itt is egyértelmű, amikor kimondja: fogyasztói szerződés esetében a fogyasztó a teljesítés időpontjától számított kétéves elévülési határidő alatt érvényesítheti szavatossági igényét. Fontos: nem fogadható el tehát az az esetleges kereskedői hivatkozás, miszerint „akciós a termék, ezért nem cserélünk”, mint ahogy az sem, hogy a szavatossági idő lejártához közel eső időpontban már valamennyi pénzt elkér a kereskedő (vagy a szerviz) az egyébként ingyenesen járó javításért. Fontos ugyanakkor tudni, hogy a két év a bizonyítási teher tekintetében megoszlik. A vásárlástól számított első hat hónapban jelentkező hiba esetén a kereskedő köteles bizonyítani, hogy a hiba a vásárláskor nem volt benne a termékben, hogy a hiba nem a teljesítéskor is meglévő körülmények miatt keletkezett, hanem az áru rendeltetésellenes használata okozta. Itt tehát nem kell elfogadni azt, ha a kereskedő a fogyasztótól kér bizonyítékot arra vonatkozóan, hogy a terméket szabályszerűen használta. A második tizennyolc hónapban ugyanakkor már nincs kötelezve a kereskedő a bizonyításra, de megfelelő kommunikációval – ha így nem megy, jogorvoslati eszközök igénybevételével – ezen idő alatt is el lehet érni a jogszabályban rögzítettek teljesítését.



Mi kell a jogérvényesítéshez?

A fogyasztó legfontosabb „feladata” a vásárláskor kapott nyugta, bizonylat, esetleg számla megőrzése, ez a dokumentum bizonyítja ugyanis a vásárlás tényét, helyét és időpontját. Az ide vonatkozó – és szám szerint is megjegyzendő – 49/2003. (VII.30.) GKM rendelet így fogalmaz: a fogyasztói szerződés megkötését bizonyítottnak kell tekinteni, ha a fogyasztó bemutatja az ellenérték megfizetését igazoló bizonylatot. Ezt követően már a kereskedőnek lesz feladata, nevezetesen egy jegyzőkönyv felvétele, amelyben rögzítenie kell a vásárlás tényét, illetőleg a kifogás azonosításához szükséges adatokat, továbbá amennyiben a kifogást a fogyasztó igényétől eltérően rendezi, ennek indokát is.

Mit tehetünk, ha a helyszínen nem tudjuk elintézni a reklamációnkat?

Természetesen perelhetünk, de a jogalkotó egy másik megoldás lehetőségét is megteremtette, amikor létrehozta az ún. békéltető testületeket. Ezek a „mini bíróságok” lényegesen rövidebb időn belül és illeték megfizetése nélkül dönthetnek (vagy hozhatnak ajánlást) a fogyasztói jogvitákban. Amennyiben pedig a velünk szemben álló fél ezt a döntést nem hajlandó teljesíteni, az eset nyilvánosságra hozható.

Újézetül néhány, pontokba szedett jó tanács...

... amelyeket a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség gyűjtött össze annak érdekében, hogy figyelembe vételük, betartásuk esetén nagy eséllyel elkerüljük a bajt, a konfliktust, a felesleges jogvitákat:

1. Túl szép, hogy igaz legyen...

Az olyan ajánlat, amely „túl szép, hogy igaz legyen” valószínűleg nem is igaz!

2. Gratulálunk! Ön nyert!

Ha valóban így van, akkor előzőleg bizonyára jelentkeztünk valamilyen nyereményjátékra. Ha a jó hír igaz, semmit sem kell rendelnünk, vásárolnunk ahhoz, hogy megkaphassuk nyereményünket.

3. Otthoni munka, mesés fizetésért

Óvakodjunk az olyan ajánlatoktól, amelyek egy csekély összeg befizetése ellenében ígérik meg a részletes állásajánlat megküldését.

Vannak, akik a sok apró befizetésből szeretnének meggazdagodni, és a pénz feladása után valószínűleg semmit sem fogunk kapni.

4. „Kereskedő házhoz jön”

Legyünk óvatosak, mielőtt bárkit beengednénk a lakásunkba. Előfordulhat,

*Gyöngyfűzés
otthon!*

Próbacsomag 5000 Ft

hogy csak a lakás biztonsági rendszerét, értéktárgyainkat szeretnék feltérképezni, és néhány hét múlva semmit sem találunk otthon, mire hazaér a család. Csak megbízható, leinformálható partnerekkel álljunk szóba.

5. Csak ma!

Soha ne döntsünk hirtelen! Ne hagyjuk, hogy sürgessenek! A kereskedők holnap is szeretnék eladni, mindig lesznek „ma a legolcsóbb” ajánlatok. Szerezzünk be több árajánlatot, kérjünk tanácsot ismerőseinktől, és „aludjunk rá egyet”, mielőtt választ adnánk.

6. A szó elszáll, az írás megmarad!

Ne bízunk szóbeli ígéretekben! Sok utólagos vitát előzhet meg, ha az ajánlatot, szerződést (a fontos részletekre is kitérve) írásban rögzítjük.

7. Soha ne írjunk alá üres vagy nem teljesen kitöltött papírt!

Volt, aki a lakását fillérékért adta el így, miközben azt hitte, csak egy egyszerű kölcsönszerződést ír alá.

8. Olvassuk végig!

Amit aláírunk, mindig figyelmesen olvassuk végig. Senki sem fog tudni később segíteni, ha olyan iratot írtunk alá, amit nem olvastunk el. Győződjünk meg róla, hogy a szerződés pontosan azt tartalmazza, amiben megegyeztünk!

9. Számla nélkül olcsóbb!

Egy ilyen ajánlat pontosan annnyival olcsóbb, amennyit utólagos jogaink

érnek. Semmilyen reklamációra nincs lehetőség ilyen esetben. Mindig kérjünk számlát, nyugtát, bizonylatot!

10. A bolhapiacnak is megvan a maga varázsa, de...

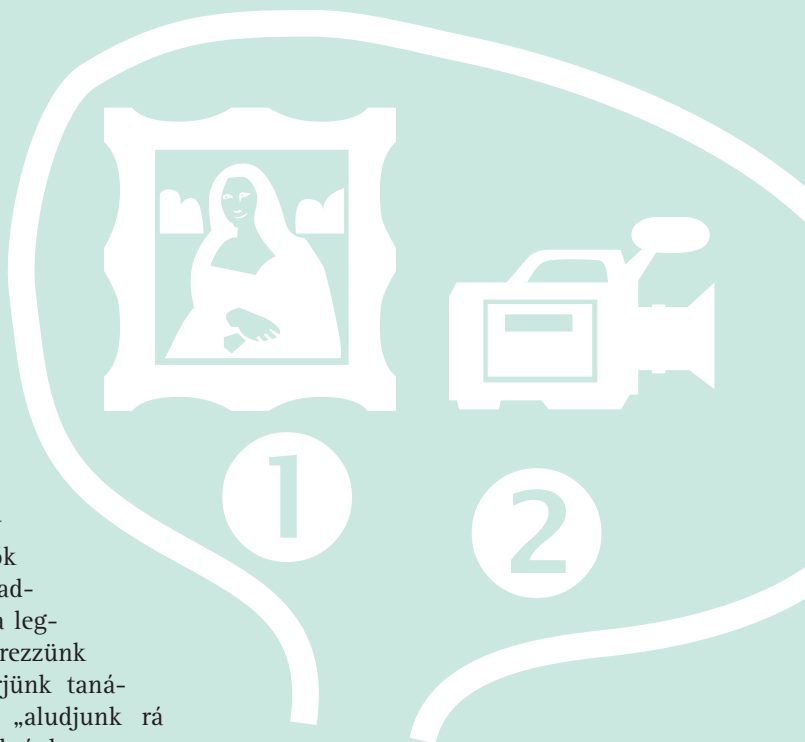
...ha az eladónk másnapra eltűnik, lehet, hogy soha sem fogjuk megtalálni.

11. Vegyük komolyan...

...a bankkártyával kapcsolatos biztonsági szabályokat. A PIN kódunkat senkinek ne áruljuk el! Ha megteesszük, lehet, hogy az illetőt egyidejűleg nagy összegekkel ajándékoztuk meg.

12. És ha mégis megtörtént a baj...

...semmiképpen ne törődjünk bele! Harcoljunk a jogainkért, tegyünk panaszt! Ne feledjük, egy szabálytalanság felfedésével nem csak magunknak segítünk. Ami velünk megtörtént, könnyen megtörténhet másokkal is!





MIBEN SEGÍTHET A SZÁMÍTÓGÉP?

Az internet térhódítása nagyban megkönnyíti mindennapjainkat, de számos veszélyt is rejt:

- Az adathalászat (phishing) során egy hivatalosnak tűnő levélben próbálják belőlünk kicsalni bankkártyánk számát és jelszavát. Ne dőljete be az ilyen leveleknek (töröljétek ezeket), és használjátok az Internet Explorer adathalász szűrőjét, mely figyelmeztet az ismert adathalász oldalak megnyitásakor!
- A kéréstlen levelek sokasága igen kellemetlen, ezeket is célszerű szűrni. A Windows Live Mail levelezőrendszer beépített szűrője hatékony védelem lehet a fenti problémára. (<http://mail.live.com>)
- Fontos még figyelni a vírusokra és egyéb kártevőkre. Használjatok vírus és kémprogram eltávolító programokat. A OneCare egy web alapú, ingyenes eszköz. (<http://onecare.live.com>)
- Ma már egyre több gyermek barangol a neten. Vannak azonban olyan tartalmak, amelyekkel nem célszerű találkozniuk. Ha van kistestvéred, és gyakran netezik, javasoljuk, hogy a Windows Vista Szülői Felügyelet szolgáltatásával állítsátok be az elérhető és a tiltott oldalakat.

A „tudatos vásárlás” során körbejáród a kérdéskört, információkat gyűjtesz, árakat, szolgáltatásokat hasonlítasz össze, és megalapozottan döntesz. Használj az Excelt az árak és szolgáltatások összehasonlítására. Az Excelbe nem csak számokat és adatokat írhatasz, hanem linkeket, fényképeket szűrhatasz be, így egy minden igényt kielégítő összehasonlító táblázatot készíthetsz.

Nagyon fontos, hogy mindig jogtiszta szoftvereket használj! Egyetemista éveid alatt a Microsoft sok termékét ingyen szerezheted be, ebben segít a <http://tisztaszoftver.hu> honlap.



Kiegészítés

(* Lásd 27. oldal)

Fogyasztok.hu <http://www.fogyasztok.hu>
Vásárlási tanácsadó <http://www.kirakat.hu/index.php>
MitHolNe – a tudatos fogyasztók oldala
<http://mitholne.hu>
A fogyasztóvédelem <http://keri.penzugysziget.hu/a-fogyasztovedelem/a-fogyasztovedelem.html>
A fogyasztók alapvető jogai
<http://www.korlanc.ngo.hu/fogyasztovedelem.htm>
Ellenőrzött termékek
http://www.globalplaza.hu/multi_product_listing.php?mod=checked
Tudatos Vásárló <http://www.tudatosvasarlo.hu>
Egyenlő Bánásmód <http://www.egyenlobanasmod.hu>

Átverések ABCje

<http://www.talpramagyarok.hu/index.php?menu=3>

Foodindex – az élelmiszercímke másik oldala

<http://foodindex.hu>

E-számok <http://www.e-szamok.hu>

Élelmiszerbiztonság <http://elelmiszerbiztonsag.lap.hu>

Minőségügy <http://minosegugy.lap.hu>

Garancia <http://garancia.lap.hu>

Kártérítés <http://karterites.lap.hu>

Blogok:

Fogyasztók Blogja <http://fogyasztok.blogspot.com>

Kiakadtam.hu <http://kiakadtam.hu>

Fórumok:

Fogyasztóvédelmi fórum <http://www.panaszfal.hu>

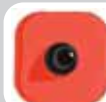
TESZKEM a fogyasztókért

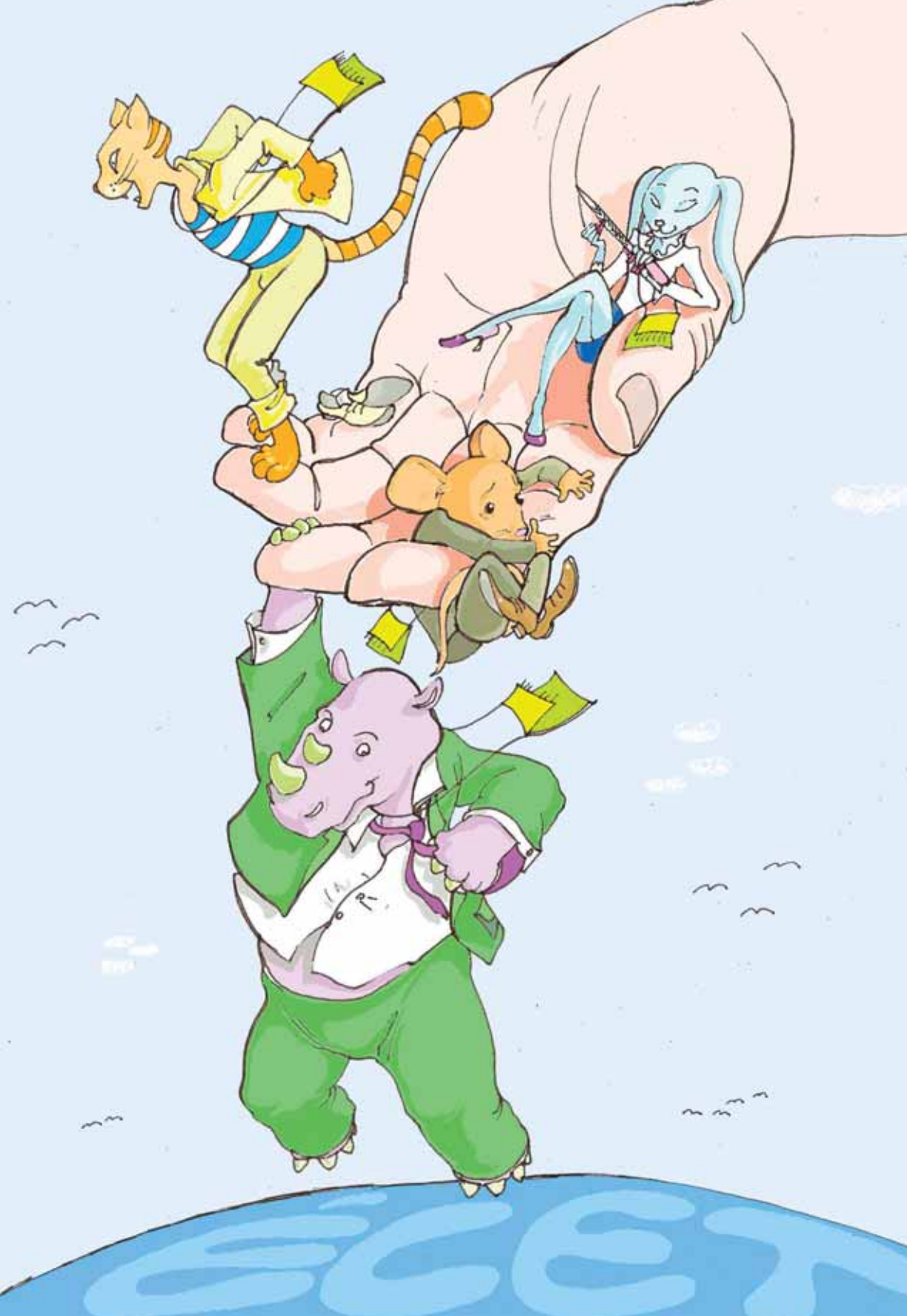
<http://forum.sg.hu/forum.php3?azonosito=ofekem>

Fogyasztóvédelem <http://forum.index.hu>

[Article/showArticle?t=9005627&la=](http://forum.index.hu/Article/showArticle?t=9005627&la=50155554)

[50155554](http://forum.index.hu/Article/showArticle?t=9005627&la=50155554)





Felelős kiadó: Hutai László
Tipográfia és fedélterv: Garamszegi Krisztina
Megjelent B/5 formátumban
Nyomdai előkészítés: Garamszegi Krisztina

A könyv a LAGrade Kft. nyomdájában készült.
1204 Budapest, Alsóhatár út 159.
Felelős vezető: Szutter Lénárd