

## ÓRAVÁZLATOK TEMATIKA TERVE

Sor- szám	Tárgykör-tematika	Megjegyzés
	<b>Középiskolák 9-12. osztályai számára</b>	
<b>1.</b>	Mi a fogyasztóvédelem? Miért fontos erre már az iskolában készülni?	
<b>2.</b>	A fogyasztói érdekvédelem kialakulásának történeti áttekintése (Alcím: A bibliai idők kezdetétől a királyi regulákon keresztül a fogyasztók kiszolgáltatottságáig.) Macdonaldizáció, Disneyfikáció jellemzői.	
<b>3.</b>	A fogyasztók alapjogai és gyakorlásának lehetőségei, eszközei. (Alapjogok: ENSz, EU, Magyarország) Szavatosság, garanciális	
<b>4.</b>	A fogyasztóvédelem intézményrendszere Magyarországon, az EU fogyasztóvédelmi szabályozásai, fogyasztóvédelem az EU-ban.	
<b>5.</b>	Fogyasztóvédelmi természetű panaszok és orvoslásának lehetőségei. Jogorvoslati fórumok	
<b>6.</b>	Fogyasztóvédelem a szolgáltatásokban, a szolgáltatások tudatos igénybevételenek „szabályai”. A pénzügyi szolgáltatásokról	
<b>7.</b>	Fenntartható fejlődés, fenntartható fogyasztás, ökológiai fogyasztóvédelem, környezettudatos vásárlás, tudatos vásárlóvá válás	
<b>8.</b>	Élelmiszerbiztonság, amit az élelmiszerekről „tudni illik” a vásárlást megelőzően, az élelmiszerek jelölése	
<b>9.</b>	A fogyasztók tájékoztatásával kapcsolatos kötelezettségek. A címke tartalma. A vásárlói tájékoztató tartalma, célja. Termékfelelősség, szavatosság és garancia	
<b>10.</b>	A kereskedelmi reklámok és a tisztességtelen kereskedelmi magatartás tilalmával kapcsolatos előírások (UCP törvény)	
<b>11.</b>	Mi a környezetvédelem. A környezetvédelem és a fenntartható fejlődés. A környezettudatos vásárló. Miről „árulkodnak” a környezetvédelmi jelölések a különböző címkéken?	
<b>12.</b>	Mire ügyeljünk a különböző tartós fogyasztási cikkek vásárlásakor (mobiltelefonok, PC-k, audió-vizuális cikkek). Vásárlás az internetről. Amit az elektronikus kereskedelemről tudni illik.	

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
**8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.**

**1. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**  
**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**  
**Téma: Mi a fogyasztóvédelem?**  
**Miért fontos erre már az iskolában készülni?**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmasítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

**„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program**

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető: a mai foglalkozás témája, tárgya</b>	<b>Mi a fogyasztóvédelem és miért fontos erre már az iskolában felkészülni?</b>	
1.	<b>A foglalkozás első része:</b>	<b>Mit értünk a fogyasztóvédelem alatt, mi a tartalma? Ki a természetes személy?</b>	<b>0-10 perc</b>
2.	<b>A foglalkozás második része:</b>	<b>A fogyasztóvédelem célja. Példák a fogyasztói alapjogokra</b>	<b>11-20 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
	<b>módszer</b>	<b>A fogalmak értelmezése eset- és egyéni példákkal illusztrálva</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik része:</b>	<b>A fogyasztói oktatás célja és feladata</b>	<b>21-30 perc</b>
4.	<b>A foglalkozás negyedik része:</b>	<b>Mire kell ügyelnünk élelmiszerek vásárlásakor?</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat interaktív módon</b>	Vegyünk egy egyszerű esetet, példát: élelmiszerboltban vagyunk és különféle élelmiszereket akarunk vásárolni, mire kell ügyelnünk, vigyáznunk? <b>(Pl.: TEJ, TEJTERMÉKEK, KENYÉR, FELVÁGOTT, KONZERVEK, MIRELITE-ÁRUK stb.)</b>	
	<b>Néhány kapcsolódó fogalom:</b>	<b>ÁR; MINŐSÉG; Minőség megőrzési idő, szavatossági idő közötti különbség (ha van!); A CSOMAGOLÁS SZEREPE FELVÁGOTT VÁSÁRLÁSAKOR MIRE FIGYELJÜNK?</b>	
5.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK és ami mögöttük van A VÁSÁRLÁS TANULSÁGAI</b>	<b>41-45 perc</b>
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

**TARTALOMJEGYZÉK:**

## **I. A fogyasztóvédelem fogalma, célja**

A természetes személy fogalma

**A fogyasztóvédelem célja**

**Példák: a fogyasztói alapjogokra**

## **II. A fogyasztói oktatás célja és feladata**

**A fogyasztóknak fogyasztói oktatásra van szükségük**

**Az üzleti szférának fogyasztói oktatásra van szüksége**

**A társadalomnak fogyasztói oktatásra van szüksége**

**Hogyan vásároljunk biztonságos élelmiszert?**

## **MÓDSZERTANI SEGÉDLET**

### **JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:**

- 1.) Mit takar, tartalmaz a fogyasztóvédelem fogalma?
- 2.) Ki és mikor minősül fogyasztónak?
- 3.) Mit jelent a „természetes személy” fogalom?
- 4.) Mi a fogyasztóvédelem célja?
- 5.) Vannak-e, lehetnek-e a fogyasztóknak jogai, és ha igen, melyek azok?
- 6.) Miért van szükség a fogyasztóvédelmi fogalmak, ismeretek elsajátítására?
- 7.) Mitől lesz védett egy fogyasztó?
- 8.) Mikortól tekinthető védettnek a fogyasztó?
- 9.) Vajon szükséges-e a vállalkozókat, az üzleti szférát felkészíteni, megismertetni a fogyasztóvédelmi kötelezettségeikre?
- 10.) Mire kell figyelniük élelmiszerek vásárlásakor?
- 11.) Mit jelent a minőség-megőrzési, illetve a fogyaszthatósági idő?

## SEGÉDLET – IRODALOM– S ZÖVEGGYŰJTEMÉNY:

### I. A fogyasztóvédelem fogalma, célja

A pontos jogszabályi meghatározás még hiányzik, ezért kíséreljük meg annak tartalma alapján megközelíteni és meghatározni a fogalmát.

A fogyasztóvédelem összetett fogalom, amely két szóból tevődik ki:

- egyrészt a „fogyasztó”-ból,
- másrészt a „védelem”-ből.

A fogalom **összetettsége** is „sejteti” annak **bonyolultságát**, komplexségét.

Először vizsgáljuk meg, mit ért a jogszabály a „fogyasztó” **fogalma alatt**, vagy másképpen fogalmazva kit tekint „fogyasztó”-nak a törvény?

A **fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 2. § a) pontja** a következő meghatározást tartalmazza:

**fogyasztó:**

- az **önálló foglalkozásán** és
- **gazdasági tevékenységi körén**

kívül eső célok érdekében eljáró **természetes személy**, aki:

- **árut vesz**, rendel, kap, használ, igénybe vesz, vagy
- az áruval kapcsolatos **kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje**,

**A természetes személy fogalma:** A természetes személy jogi műszó, amellyel az élő embert, a személyhez fűződő jogok természetes alanyát jelölik.

**Természetes személy az, aki cselekvőképes.**

**A cselekvőképesség fogalma**

Az embernek **ahhoz, hogy részese legyen polgári jogi viszonyoknak**, azokban aktívan **közreműködjön**, bizonyos fokú **szellemi érettségre**, szellemi **épségre**, **megfontolási és döntési készségre van szüksége**, azaz **ésszerű akarat-elhatározás szükséges**.

Ezt az **ember ügyeinek viteléhez való belátási képességet nevezük cselekvőképességnek**. A cselekvőképesség az ember biológiai és jogi adottsága.

**Biológiai adottság:**

- **szellemi érettség**, azaz bizonyos életkor elérése, mindennapi életvitelben való jártasság,
- **szellemi épség**, azaz hogy nem szenved veleszületett szellemi fogyatkozásban, vagy később bekövetkezett pszichés betegségben,
- **ésszerű akarat-elhatározásra való képesség**, azaz alternatívák mérlegelése, választása, következmények számbavétele és mindezekon alapuló felelős magatartás.

**Jogi adottság:**

**jognyilatkozati** képesség, mely szerint az ember képes arra, hogy:

- saját akarat-elhatározásával,
- saját nevében jogokat szerezhet és kötelezettségeket vállalhat, tehát szerződést köthet, jognyilatkozatot tehet.

**Megkülönböztetünk:**

- **aktív jognyilatkozati képességet** (ember maga tesz jognyilatkozatot), és
- **passzív jognyilatkozati képességet** (ember elfogad jognyilatkozatot).

Mivel a mindennapi életben a **szerződések** a **legtípikusabb jognyilatkozatok** így ezek vonatkozásában a **cselekvőképességet szerződésképességnek nevezük**.

A fogyasztó „védelme”-ként a fogyasztóvédelemről szóló törvény a következő területeket és kérdéseket szabályozza és ezek alapján kívánja érvényre juttatni azokat :

- **a fogyasztók életének, egészségének és biztonságának védelme**
- **a fogyasztók vagyoni érdekeinek védelme**, amelyeket „*A forgalmazással, illetve a szolgáltatásnyújtással összefüggő különös követelmények*” cím alatt a törvény a III. fejezetében szabályozott előírásokkal kíván érvényre juttatni;
- **a fogyasztók megfelelő tájékoztatását és oktatását,**
- **a fogyasztói érdekek képviselésének biztosítása, valamint**
- **a hatékony és gyors jogorvoslat biztosítása.**

(**Megjegyzés:** a fent hivatkozott fogyasztói alapjogok, az Európai Tanács 1975. április 14-én elfogadott „*Az Európai Gazdasági Közösség első, előzetes programja a fogyasztók védelmének és informálásának politikájáról*” címet viselő határozattal összhangban kerültek be a magyarországi szabályozásunkba!)

A fentiekből következik, hogy **nem minősül „fogyasztó”-nak** az a természetes személy, aki nem a saját nevében, hanem **„vállalkozói minőségében” jár el**, azaz:

- valamely gazdasági társaság **alkalmazottjaként**, vagy **tulajdonosaként**, vagy
- **egyéni vállalkozó**, vagy
- azok **képviselésében**

jár el és a **vállalkozása működtetéséhez** (azaz a vállalkozási tevékenysége folytatásához) szükséges **eszközöket vásárol**, árut vesz (rendel, kap, vagy használ) vagy szolgáltatást vesz igénybe.

Ilyen eset lehet pl. a **személyi számítógép vásárlása**, ha azt az üzletvitellel kapcsolatos dokumentációk nyilvántartásához kívánja használni; vagy a kereskedelmi szálláshelyet üzemeltető vállalkozó színes TV-ket, vagy telefonkészülékeket vásárol a szállodai szoba berendezéséhez, vagy az ülő garnitúra, a dohányzóasztal akár a szállodai szobába, vagy akár az irodájába vásárolja és használja, stb.

A fentiekben vázolt **„adásvételi szerződések”** a Ptk. (és nem a fogyasztóvédelemről szóló törvény) hatálya alá tartoznak, és minden ezzel kapcsolatos minőségi reklamáció, jogvita rendezésének módját szabályozza.

A gazdasági értelemben vett **„piacon” találkoznak (és ütköznek) a fogyasztók a termelőkkel, forgalmazókkal, szolgáltatókkal**. A közöttük lévő **erőegyensúly** azonban általában **hiányzik**, mert:

- amíg a **termelők – forgalmazók – szolgáltatók** szakismereteik mellett **jelentős gazdasági hatalommal és szervezettséggel is rendelkeznek**, addig
- a **fogyasztók széles rétege nem rendelkezik:**
  - ❖ sem a speciális és mélyreható **szakismeretekkel**,
  - ❖ sem **különösebb gazdasági hatalommal és**
  - ❖ **szervezettséggel.**

A fenti jogszabályi előírások érvényesítésével a jogalkotók a **fogyasztók „kiszolgáltatottságá”-nak csökkentését – lehetőség szerinti megszüntetését –** kívánják érvényre juttatni.

## **A fogyasztóvédelem célja**

A **fogyasztóvédelem célja**, hogy a **fogyasztók kiszolgáltatottságának megszüntetésében** **működjön közre**, azaz:

- ennek az egyensúlykülönbségnek a kiegyenlítésében vállaljon szerepet,
- **segítse elő a fogyasztói jogok érvényesítését** a vonatkozó jogszabályok értelmében, ezzel együtt
- **szerezzen érvényt**

### **a fogyasztóvédelem jogi szabályozásának is.**

A fogyasztóvédelemben megfogalmazott jogok érvényesítése érdekében – a törvény idevonatkozó szabályai értelmében – **több** (az államnak, a gazdaság szereplőinek és a civil, társadalmi fogyasztóvédelmi) **szervezetnek is vannak feladatai**, attól függően, hogy az adott probléma, cselekmény, **az ügylet** (a cserefolyamat, az adásvétel, a fogyasztói szerződés stb.) a szolgáltatás igénybevételének **mely szakaszában jelentkezik, keletkezik.**

A problémák felmerülése, keletkezése a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos kérdések alapvetően **három fő területre, szakaszra tagolhatók, így**

- a **vásárlást megelőző feladatok**, problémák „megelőzésének”, kiküszöbölésének kérdései;
- közvetlenül a **vásárlás ideje alatt** előforduló, felmerülő kereskedői „trükkök” elleni védekezés, az ezzel kapcsolatos **vásárlói tudatosság** kifejlesztése;
- legyünk tisztában a **vásárlást követően felmerülő problémák** rendezéséhez **szükséges lehetőségekkel**, a keletkező, problémák, fogyasztói reklamációk intézésével kapcsolatos **jogaink érvényesítése érdekében az igénybe vehető jogorvoslati lehetőségekkel, „fórumokkal”.**

A fentiek elősegítését, megvalósítását **szolgálják** a különböző szinteken és formában (az iskolai oktatás különböző szintjein, továbbá az azokon kívül) **szervezett fórumokon** (iskolai rendszerben, illetve a civil szervezetek rendezvényein), a **fogyasztóknak átadott, közvetített ismeretek elsajátítása és alkalmazása.**

A fentiekkel megvalósíthatóvá válik **„A felkészült fogyasztó a legvédelemben a legvédelemben”** szlogen tartalma, üzenete.

## Példák: a fogyasztói alapjogokra

### Néhány példa a fogyasztói alapjogok érvényesítését szolgáló ellenőrzésekről:

A fogyasztók élet- és egészségvédelemhez való jogának érvényesítését célozzák az alábbi NFH-s ellenőrzések, vizsgálatok:

- **Veszélyes termékek forgalomba hozatalának** megakadályozása;
- **Letiltott, a forgalomból kivont termékek** ismételt forgalomba hozatalának megakadályozása;
- **Mutatványos berendezéseknél e műszaki vizsgálat nélküli berendezések** működtetése betiltása, felfüggesztése;
- **Gyermek- és fiatalkorúak alkoholtermékkel, dohányáruval** történő kiszolgálásának vizsgálata;
- **Gyermek- és fiatalkorúak** egészséges erkölcsi, szellemi, fizikai fejlődését veszélyeztető **reklámozási tevékenység** vizsgálata;
- A **tiltott dohányreklámozási** tevékenység elleni fellépés.

A **fogyasztók vagyoni érdekeinek védelméhez való jogok** érvényesítését szolgáló ellenőrzések az NFH vizsgálati programjában:

- **Fogyasztók megkárosítására** utaló jelenségek felderítése – próbavásárlásokkal;
- a fogyasztói szerződésekhez kapcsolódó **szavatossági, jótállási igények szabálytalan intézése**;
- az **agresszív kereskedelmi módszerek** alkalmazása elleni fellépés;
- a **nyugta-, a számla adási kötelezettség elmulasztásának** felderítése – próbavásárlások alapján, illetve a lakossági, vásárlói bejelentésekre.

A **fogyasztók megfelelő tájékoztatáshoz való jogának biztosítását** elősegítő vizsgálatok:

- **Szabálytalan, félrevezető, megtévesztő kereskedelmi kommunikáció** alkalmazása;
- **Árfeltüntetésre** vonatkozó szabályok megsértése;
- **Panasz intézésére, -kezelésére** vonatkozó rendelkezések megsértése;
- **Jelölési, címkézési előírások** megsértése;
- **Reklámozási előírások, tilalmak** megsértése.

## II. A fogyasztói oktatás célja és feladata

### Miért fontos a fogyasztói oktatás?

A fogyasztói társadalomban az emberek mindennapi életének fontos része a fogyasztás. Az óriási mennyiségű, változatos minőségű és gyorsan változó kínálat a fogyasztók számára:

- egyrészt megteremti a választás lehetőségét,
- másrészt azonban számos egyéni és társadalmi kockázat forrása.

A fogyasztók akkor tudnak felelősen és tudatosan dönteni, ha specifikus:

- ✓ ismeretekkel,
- ✓ képességekkel és
- ✓ készségekkel

megfelelően felkészülnek a piacon való részvételre.

## A fogyasztóknak fogyasztói oktatásra van szükségük

Fogyasztói társadalomban élünk.

A fogyasztás mindennapi életünk fontos része és igénybe veszi pénzünk és időnk jelentős hányadát.

A fogyasztói társadalom nagyon gyorsan változik. Az elmúlt 60 év során különböző:

- ✓ kulturális,
- ✓ társadalmi,
- ✓ gazdasági és
- ✓ technikai

hatások miatt a fogyasztók életmódjában és fogyasztási szokásaiban jelentős változások következtek be:

- a népesség növekvő mobilitása,
- a termelés,
- a szimbólumok,
- a pénz és
- az információk

megváltoztatták az önazonosságot és átalakították az elkötelezettséget.

Ez azt eredményezte, hogy az egyének a korábitól nagyon eltérően alakítják ki identitásukat. A legtöbb ember számára a fogyasztás az identitás kialakításának „természetes” és elfogadott módja – „Az vagyok, amit és ahogy vásárolok!”

Ez a fejlemény ugyanakkor megteremtette a fogyasztók számára a megfelelő információk és a vállalati üzenetek értelmezésének szükségletét a megfontolt választás érdekében.

Az elérhető termékek hatalmas száma és a termékek változatos minősége miatt a fogyasztók nem mindig képesek személyes igényeik hatékony kielégítésére, és a kereskedelem fejlődése folyamatosan új, mesterséges igényeket gerjeszt.

Nem minden fogyasztó szűri meg kritikusan az iparból és a reklámszektorból érkező hatásokat.

Az állampolgároknak:

- ✓ információra,

- ✓ **oktatásra és**
- ✓ **a valós, illetve**
- ✓ **a vélt**

**szükségletek közötti különbségek ismeretére** van szükségük ahhoz, hogy megválaszthassák, mi szolgálja szükségleteik valódi kielégítését.

A **fogyasztás gyors változásai** és esetleges **kockázatai** létfontosságúvá teszik a fogyasztók számára azt, hogy **figyelembe vegyék fogyasztásuk következményeit**.

### **Az üzleti szférának fogyasztói oktatásra van szüksége**

Kereskedelmi szempontból is fontos a fogyasztók bizalmának a megtartása.

A fogyasztóknak mindenekelőtt **információra**, de **oktatásra is szükségük van** ahhoz, hogy:

- ✓ a piacon a **legnagyobb haszonhoz jussanak**, hogy
- ✓ **pénzügyeiket ellenőrzésük alatt tartásuk** és hogy
- ✓ **racionális fogyasztói döntéseket hozzanak**.

Az üzleti szférának a **fejlett fogyasztói oktatást** nem fenyegetésnek, hanem a **kereskedelmi előny egyik forrásának** kell tekinteni.

A fogyasztók jobb döntéseinek és magasabb elvárásainak **jótékony hatása van** a versenyképességre, mert a **vállalatok javítják termékeiket és szolgáltatásaikat**.

### **A társadalomnak fogyasztói oktatásra van szüksége**

Thorelli és Thorelli (1977) úgy érvel, hogy a **szabadpiaci gazdaság** csak **jól képzett fogyasztó segítségével tud hatékonyan működni**.

Kijelentik, hogy: *“A nyílt piacgazdaság csak akkor képes a modern társadalom igényeit szolgálni, ha legalább néhány fogyasztó legalább néhány esetben intelligens döntést hoz. A fogyasztói oktatás a termelők és a fogyasztók közötti erőviszonyok kiegyensúlyozásának egyik formája.*

*A fogyasztói oktatás célja az egyének bátorítása igényeik és szükségleteik személyes szintű elemzésére és értékalapú döntések meghozatalára. Abban is segíthet az egyéneknek, hogy olyan döntéseket hozzanak, amelyek érinthetik a szélesebb társadalmat is.*

*A fogyasztói oktatást az általa kialakított jártasságok, készségek sokoldalú alkalmazhatósága különbözteti meg a fogyasztói információtól – minthogy képessé teszi az embereket a fogyasztói információk felhasználására és az ezekre épülő tudatos döntésekre.”*

Ezért a **fogyasztói oktatás „piaca”**:

- ✓ a **formális oktatás** (iskolák),
- ✓ a **nonformális oktatás** és
- ✓ **képzés** (tanfolyamok, felnőttoktatási szemináriumok, ifjúsági klubok stb.) és
- ✓ **az informális oktatás** (nem célzott, nem tanulási célú területek).

A **fogyasztói oktatás** azokkal:

- ✓ a **készségekkel**,
- ✓ a **attitűdökkel** és

✓ ismeretekkel

foglalkozik, amelyeket a fogyasztói társadalomban való élet megkövetel.

**A fogyasztói oktatás elválaszthatatlan az élethez szükséges alapvető képességektől.**

**Vannak, akik a fogyasztói oktatás fogalmát negatívan értelmezik,** mert szerintük ez arra ösztönzi az embereket, hogy többet fogyasszanak.

Ez éppen fordítva van, mert **a fogyasztói oktatás a piaci rendszerek és struktúrák megismerésének elősegítéséről szól.**

A tapasztalatok azt mutatják, hogy **számos felnőtt nemcsak hogy nincs tisztában azzal,** hogy egyéni **fogyasztói szokásai miként hathatnak:**

- ✓ a gazdaságra,
- ✓ a környezetre és
- ✓ a társadalomra,

de sokan **nincsenek megfelelően felkészülve** a piacon való hatékony részvételre sem.

**A fogyasztói oktatás a polgárok:**

- ✓ felelős és
- ✓ tudatosan cselekvő

**fogyasztóvá történő fejlesztéséhez szükséges tudást nyújtja.**

**Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.**

## Hogyan vásároljunk biztonságos élelmiszert? Mire kell leginkább odafigyelnünk?

Csak olyan élelmiszerüzletben vásároljunk, amelyik már a belépéskor megnyeri bizalmunkat. Például azzal, hogy:

- ✓ tiszta a bejárata és környéke,
- ✓ a kirakatok, szépen berendezettek,
- ✓ a portálüveg ragyog.

A szépség persze nem elég: az is fontos, hogy az áru tárolása feleljen meg a szakmai és higiéniai követelményeknek, és csakis sértetlen csomagolásban rakják ki.

Mit jelent ez közelebbről?

A zöldség- és gyümölcsárúnál például azt, hogy elkülönítve kell tárolni és kínálni, hogy a vásárló maga választhassa ki a vásárolni kívánt terméket.

Ugyancsak elkülönítve kell tárolni az élelmiszereket a háztartási és vegyi áruktól, és a nagy élelmiszerláncok áruházaiban kapható egyéb – nem élelmiszer – termékektől.

A terméket közvetlenül a földre helyezni nem szabad.

A boltban lévő áruból a vásárlót kívánság szerint ki kell szolgálni.

Vásárlása nem köthető:

- feltételhez,
- másik áru vásárlásához vagy
- bizonyos mennyiséghez.

Ne szégyelljük a kimért áruféleségből kis mennyiséget kérni.

Gyakran hangzik el a kérdés, hogy lehet-e pár dekával több? Ne bólintsunk rá, ne hagyjuk magunkat rábeszélni a szükségesnél több áru megvásárlására!

Arra természetesen nincs mód, hogy az előre csomagolt élelmiszerek csomagolási egységét megbontassuk: itt a megoldás az, ha megkeressük az igényünknek megfelelő csomagot.

Jogunk van ahhoz, hogy a vásárolt élelmiszer súlyát ellenőrizzük: ehhez a feltételeket minden üzletnek biztosítania kell.

Ezért találkozunk az önkiszolgáló üzletek rakodópultjainál ellenőrző mérlegekkel.

A pultnál úgy kell elhelyezni a mérleget, hogy annak skáláját, tehát a mért mennyiséget a vásárló láthassa.

Szerencsére igen elterjedt már azoknak az automata mérlegeknek a használata, melyeknek kijelzőjén a mért mennyiség mellett az egységár és a fizetendő ár is szerepel.

Azonban csak az OMH által hitelesített mérlegek használhatók, ezt OMH címke, embléma igazolja.

## Tárolás és értékesítés

A hűtést igénylő élelmiszereket, például tejet, tejterméket csak az erre a célra használatos hűtőpultokban szabad elhelyezni.

A kenyeret a legtöbb üzletben a szállító konténerben helyezik ki. Ez elméletileg tiszta és

innen lehet választani. Itt a **vásárlónak** illik ügyelnie arra, hogy **ne csupasz kézzel tapogassa végig a választékot**, keresve, hogy melyik a legpuhább vagy legropogósabb darab, hanem **használja ehhez a kihelyezett csomagolópapírt, illetve polietilén tasakokat**.

**Szívesen vásárolunk friss süteményt és pékárut az úgynevezett francia pékségben, ahol hagyományosan pult mögül szolgálják ki a vásárlót.**

**Alapvető előírás** az, hogy ezekben az üzletekben **a pénzkezeléssel foglalkozó dolgozó nem érintheti meg kézzel az árut**. Tehát:

- vagy **külön pénztárost** kell alkalmazni,
- vagy **kizárólag fogóeszközzel végezheti a kiszolgálást** az eladó.

**Hentesáruk, húskészítmények, felvágottak, sajtok, hidegkonyhai készítmények vásárlásakor szintén követeljük meg, hogy az eladó a kiválasztott terméket:**

- ✓ **villával,**
- ✓ **kanállal,**
- ✓ **fogóeszközzel**

**helyezze a csomagolóanyagba, és csak azzal együtt a mérlegre.**

Külön említendők a **tőkehús értékesítésével foglalkozó üzletek** is, ahol **a szakmai és egészségügyi követelmények nagyobbak**, de napjainkban már jobban be is tartják azokat.

**Előrecsomagolt tejtermékek, húсок és húskészítmények, hidegkonyhai készítmények is csak hűtőpultokban tárolhatók.**

### **Mélyhűtött termékek vásárlása**

Ezeknek az áruféleségeknek a vásárlásakor **legyünk nagyon óvatosak**, és csak olyan hűtőpultból vásároljunk, ahol **sértetlen csomagolású árut találunk**, amelyen tüzetesebb vizsgálattal **sem fedezünk fel a felolvadás és újrafagyás jeleit**.

**Kisebb boltokban még ma is gyakran előfordul, hogy az el nem fogyott, előhűtött baromfit az üzletben fagyasztják le.** Ez káros lehet az egészségre, tehát **ilyet ne vásároljunk!**

### **Árfeltüntetés és csomagolás**

Az eladótérbe és a kirakatba kihelyezett árut **jól látható árjelzéssel kell ellátni**.

A leggyakoribb megoldás az, hogy **minden egyes árucikket egyedileg áraznak be**.

**Az élelmiszerek eladási árát és egységét** a fogyasztók tájékoztatására:

- ✓ **egyértelműen,**
- ✓ **könnyen azonosíthatóan és**
- ✓ **jól olvashatóan**

**fel kell tüntetni**, függetlenül attól, hogy azokat csomagolatlanul vagy csomagolva értékesítik.

**A térfogat alapján értékesített élelmiszerek egységárát Ft/liter, a tömeg alapján értékesítetteket Ft/kg formában kell jelölni.**

**Az egységár feltüntetéséről és az eladási árról:**

- az **egységárat csomagolatlanul árusított élelmiszerek** esetén a **tárolóedényen, illetve polcon elhelyezett címkén,**

- az **egységárat és az eladási árat csomagolt, illetve előrecsomagolt élelmiszereknél** a márkamegnevezésére és mennyiségi egységre vonatkozóan **jól azonosíthatóan a csomagoláson vagy az áru mellett kifüggesztett árjegyzéken** kell feltüntetni.
- nagyobb boltokban a **pénztárnál nem árt megnézni**, hogy az akciós árura valóban a **kedvezményes árat számlázták-e**; ha nem, **reklamáljunk!**
- **ha egy árunál** (vagy az árun) **többféle ár van feltüntetve**, a fogyasztóvédelmi törvény alapján **jogunk van a legalacsonyabbat fizetni!**
- A **hús- és hentesárut** olyan **árjelzővel kell ellátni**, amelyen az **ár mellett** fel van tüntetve az **áru megnevezése is**

**Szinte minden boltban találkozunk akciós áruval:** ezeket a többi hasonló árutól

- ✓ elkülönítve helyezik ki, és
- ✓ többnyire figyelemfelhívást is célzó árjelzővel látnak el.

Ezeket az áruféleségeket azonban **meg kell különböztetni azoktól az áruktól**, amelyeknek **már lejár a minőségmegőrzési idejük.**

Az **áru értékesítése előtt az eladó köteles megfelelő csomagolásról is gondoskodni**, hogy az áru (haza) szállítható legyen.

Az **előírt csomagolóanyag fajtája az áru jellegétől függ.**

A **kenyérhez például selyempapírt kell biztosítani**, mégpedig akkorát, hogy az a kenyér **teljes felületét befedje.**

**Hús- és hentesáruhoz** többnyire **zsírpapírt használnak**, de gyakran találkozunk **nejlontasakkal is.**

A **csomagolóanyagért külön díjazás nem számítható fel**, csak ha a vásárló szokásostól eltérő csomagolást kér.

Például ha egy árut külön **díszdobozzal rendelünk meg**, a **csomagolás költségét** a felhasznált anyag értéke, a **díszítőelem ára** és esetleg a **ráfordított munka bére határozza meg.**

Szerencsére egyre gyakrabban találkozunk azzal, hogy a **kereskedő térítést nem kérve ajánlja fel a dízscsomagolást.**

**Közvetlen értékesítés** (nem előre csomagolt élelmiszereknél) során a csomagolatlan élelmiszert, **élelmiszer-csomagolásra engedélyezett anyagba helyezve kell a fogyasztónak átadni.** Ilyenkor a **kenyér és a péksütemény teljes felületét el kell fednie** a csomagolóanyagnak.

A megfelelő csomagolóanyagról az **önkiszolgáló árusításnál is gondoskodni kell.** Csomagolatlan húst, **húskészítményt világos színű, nem nedvszívó papírban vagy műanyag fóliában kell a fogyasztónak átadni.**

Az **élelmiszerüzletekben található áruféleségek zöme eredeti csomagolásban** jut el a vásárlóhoz. Ezen jó néhány adatot kell feltüntetni, amely megfelelő tájékoztatást ad a termékről a vásárlónak.

Az **eredeti csomagolásnak** olyannak kell lennie, hogy felnyitásuk, megsértésük nélkül az élelmiszer ne legyen hozzáférhető, dézsmálható, megváltoztatható.

### **Mit kell tartalmaznia az előrecsomagolt élelmiszerek jelölésének?**

- az **élelmiszer pontos megnevezését** – védjegy, a fantázianév nem helyettesítheti a megnevezést ,
- az **élelmiszer előállítójának vagy forgalmazójának nevét oly módon**, amely lehetővé teszi **azonosítását**,

- az élelmiszer **nettó tömegét illetve térfogatát**,
- az élelmiszerek előállításához **felhasznált nyers- és adalékanyagokat csökkenő mennyiségi sorrendben** (az adalékanyagokat a csoportnévvel és az anyag nevével, illetve E-számával kell feltüntetni),
- az élelmiszer minőség-megőrzési időtartamának, illetőleg a **gyorsan romló élelmiszer fogyaszthatóságának lejáratási időpontját**,
- a minőségmegőrzéshez szükséges különleges tárolási feltételeket, felhasználási javaslatokat, ha az az élelmiszer minőség-megőrzési időtartamát, illetve felhasználhatóságát döntően befolyásolja.

## Az áruk élettartama

Az élelmiszerek két fajta felhasználhatósági határidővel kerülnek forgalomba.

A **gyorsan romló élelmiszereknek fogyaszthatósági határidejük**, a **hosszabb ideig eltartható élelmiszereknek pedig minőség-megőrzési időtartamuk** van.

A minőség-megőrzési időtartam végét a fogyasztó számára **közérthetően**, az egyéb azonosító kódjelektől **megkülönböztető módon**, elkülönítetten kell megadni.

A dátumot az év, a hónap és a nap **legalább két arab számjeggyű feltüntetésével kell megadni**. Az évszám teljes megadása, a hónap betűvel való teljes vagy rövidített kiírása is lehetséges.

Azon élelmiszereknél, ahol a minőség-megőrzési időtartam

- **három hónapnál rövidebb, elegendő a hónap és a nap,**
- **három hónap vagy annál hosszabb, de a tizennyolc hónapot nem haladja meg, elegendő az év és a hónap,**
- **tizennyolc hónap vagy annál hosszabb, elegendő az év feltüntetése.**

**Mindig figyeljük a minőség-megőrzési időtartam lejáratát!**

## Hogyan vásároljunk biztonságos élelmiszert?

A legelső, amit a fogyasztóként megfigyelünk, ha élelmiszert vásárolunk a csomagolás és az azon feltüntetett információk. Mit mondanak nekünk ezek az adatok?

A csomagolás főbb funkciói, biztonság szempontjából általában elvárható tulajdonságai:

- ▶ **védje az élelmiszert a szennyeződésektől, olyan egyéb hatásoktól, amely**
  - **biztonságát,**
  - **minőségét,**
  - **tápértékét**
 csökkentheti;
- ▶ a csomagolás a **fogyasztók egészségére ne jelentsen veszélyt;**
- ▶ a csomagolás **alkalmas legyen az újrafelhasználásra**, hulladékának hasznosítására, illetve
- ▶ **ártalmatlanítása esetén környezeti szennyező hatásának a lehető legkisebb legyen az élelmiszer ne legyen változtatható felbontása nélkül.**

## Meddig fogyasztható?

A csomagoláson megjelölt információk közül **biztonsági szempontból a legjelentősebb a fogyaszthatósági vagy minőség-megőrzési időtartamnak a feltüntetése.**

Az élelmiszer fogyaszthatósági vagy minőség-megőrzési időtartamának megállapítása az **előállító felelőssége.**

A fogyaszthatósági, illetve minőség-megőrzési idő lejártá után az élelmiszer **nem hozható forgalomba.**



Ha nem túl kicsi a betű, akkor sem biztos, hogy értjük

## Összetevők, adalékanyagok

Ugyancsak **fontos információ az élelmiszer összetétele.**

Ennek vonatkozásában pedig talán **az adalékanyagok megjelölése** és fogyasztó általi megismerése az egyik dolog ami kiemelkedő jelentőséggel bír.

Részletes előírások tartalmazzák:

- **az engedélyezett adalékanyagok listáját,**
- **azoknak az élelmiszerek felsorolását, amelyekhez ezek az adalékanyagok hozzáadhatók.**

**Adalékanyagnak minősül** egyébként minden olyan **élelmiszerként önmagában nem fogyasztott és jellemző élelmiszer összetevőként nem alkalmazott anyag,** amelyet az adott élelmiszer:

- ✓ **gyártása,**
- ✓ **feldolgozása,**
- ✓ **elkészítése,**
- ✓ **kezelése,**
- ✓ **csomagolása,**

- ✓ szállítása és
- ✓ tárolása

során **technológiai célból szándékosan adnak az élelmiszerhez**, melynek eredményeként ön maga vagy származéka közvetlenül vagy közvetetten az élelmiszer összetevőjévé válik.

**Ha a vonatkozó előírásoknak megfelelő adalékanyagok valamelyikéről kiderül, hogy veszélyezteti az emberi egészséget, az érintettek a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal Központjához fordulhatnak.**

## **Veszélyforrások**

Az élelmiszerekkel kapcsolatban egyébként tipikusan az **alábbi biztonsági problémákkal találkozhatunk:**

- **Mikrobiológiai veszélyek** – elsősorban **nyers vagy feldolgozott élelmiszerek esetében lehet probléma:**

- ✓ a kórokozó vagy toxintermelő mikroorganizmusok elszaporodása,
- ✓ vírusok, paraziták okozta fertőzés;

- **Vegy szennyeződések** – tipikusan ilyenek:

- ✓ a növényvédő szerek és
- ✓ állattartásból eredő vegyi maradékok,
- ✓ gyártástechnológiából eredő vagy
- ✓ egyéb környezeti szennyeződések, így például **nehézfém szennyeződések;**

- **Kártevők anyagcseretermékei** – ilyen lehet például:

- ✓ a patkány és
- ✓ az egér

**ürüléke.**

Az élelmiszer **biztonságosságáért és minőségéért az élelmiszer előállítója**, nem hazai előállítású élelmiszer esetében pedig **az első magyarországi forgalomba hozó** a fogyaszthatósági, illetve a minőség-megőrzési időtartam lejártáig felelős.

## **Félelem az "E" betűtől**

Az élelmiszerekkel kapcsolatban **gyakran emlegetett "E" betű esetében nem kell feltétlenül kedvezőtlen**, esetleg **káros hatásokra gondolnunk** a termék címkéjén megjelölt információkat olvasva.

Egy példát említve az **E300 az aszkorbinsavat jelöli**, amely a **C-vitamin kémiai elnevezése.**

## MÓDSZERTANI SEGÉDLET

**Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

**Számos dolgot tehetünk**, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**2. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**

**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**

**Téma: A fogyasztói érdekvédelem kialakulásának történeti áttekintése**

(Alcím: A bibliai idők kezdetétől a királyi regulákon keresztül a fogyasztók  
kiszolgáltatottságáig.)

**Macdonaldizáció, Disneyfikáció jellemzői.**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmasítása tudatos  
fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

**„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP  
5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program**

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	A foglalkozás célja: a fogyasztóvédelem kialakulásának történeti áttekintése	
1.	<b>A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A fogyasztóvédelemmel kapcsolatos regulák az egyes történeti korszakokban</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába (Pl.: Ki tud példákat felsorolni a királyi „regulákból”)	
2.	<b>A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A piacgazdaság sajátosságai A fogyasztói társadalom kialakulása Az állami beavatkozás szükségességének felismerése</b>	<b>11-20 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába (Pl.: ki, miként értelmezi a piacgazdaságot, melyek a jellemzői? Példák, jellemzők közös „kitalálása”)	
3.	<b>A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A XX. század gazdaságtörténeti kuriózumai A fogyasztói társadalom ismertető jegyei A fogyasztó kiszolgáltatottsága</b>	<b>21-30 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	az osztály bevonása az egyes kérdések megválaszolásába (Pl.: ki, miként értelmezi a fogyasztó kiszolgáltatottságát, melyek a jellemzői? Példák, jellemzők közös „kitalálása”)	
4.	<b>A foglalkozás negyedik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Mcdonaldizáció mint jelenség</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	az osztály bevonása vélemények kikérések megvitatása	
5.	<b>Összefoglaló</b>	<b>A megismert fogalmak és ami mögöttük van</b>	<b>41-45 perc</b>
		EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK	
		HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK	
		DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK	

## TARTALOMJEGYZÉK:

A fogyasztói érdekvédelem kialakulásának történeti áttekintése

A fogyasztóvédelemmel kapcsolatos regulák az egyes történeti korszakokban

A piacgazdaság sajátosságai, a fogyasztói társadalmak kialakulása

A piacgazdaság sajátosságai

A fogyasztói társadalom kialakulása

Az állami beavatkozás szükségességének felismerése

A XX. század gazdaságtörténeti kuriózumai

A fogyasztói társadalom ismertető jegyei

A fogyasztó kiszolgáltatottsága

A fogyasztóvédelem kialakulása – a fogyasztói jogok

A hazai fogyasztóvédelem fejlődési sajátosságai

A társadalom mcdonaldizációja

MÓDSZERTANI SEGÉDLET

### JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:

- 1.) Vajon tartalmaz-e a biblia olyan intelmeket, amelyek az egymás becsapása ellen óvnak, illetve a tisztességes magatartásra nevelnek, neveltek?
- 2.) Vajon a királyi regulák tartalmazznak-e olyan intézkedéseket, amelyek a piacon vásárlók „érdekeinek” védelmét célozták?
- 3.) A gazdaságtörténeti fejlődés hányadik szakasza a piacgazdaság (ősközösségi, rabszolgatartó, feudális, kapitalista)?
- 4.) Melyek a piacgazdaság jellemzői, sajátosságai?
- 5.) Mitől lesz „fogyasztói” egy társadalom?
- 6.) Melyek a fogyasztói társadalom ismertető jegyei?
- 7.) Vajon mitől, vagy miért „kiszolgáltatott” a fogyasztó a piacgazdaság körülményei között?
- 8.) Vajon szükség van-e az állami beavatkozásra a piaci viszonyok – a verseny – körülményei közepette?
- 9.) Milyen jogokat kell államilag biztosítani, garantálni a polgárok számára?
- 10.) Ki, mennyire fogadja el a mcdonaldizációt mint jelenséget?
- 11.) Ki, melyik (bársony-, gumi-, vas) „ketrecbe” sorolná magát?

Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.

*„A felkészült fogyasztó a legvédelettebb fogyasztó”*

## SEGÉDLET – IRODALOM– S ZÖVEGGYŰJTEMÉNY:

A fogyasztói érdekvédelem kialakulásának történeti áttekintése

### Előszó – Bevezető

Vannak-e, felfedezhetőek-e az egyes történelmi korszakokban – az adott kor sajátosságaihoz – igazodó és a fogyasztóvédelmi tevékenység tulajdonságjegyeit magában hordozó elemek, vagy ez egy olyan – a piacgazdaság velejárójaként, sajátjaként „kitermelődött” – eszköz, amely a fogyasztók jogainak egyetemes védelmét szolgálja.

**Az egyes gazdaságtörténeti korszakok mely szakaszában és mikor ismerték fel a tevékenység hiányát, a működtetésének szükségességét, és mióta lehet a tevékenység folytatásáról beszélni?**

A XX. században a központi kérdések egyike az egyéni autonómia problematikája volt, azaz, hogy az egyén mennyire képes vagy egyáltalán képes-e megőrizni:

- ✓ a döntési önállóságát,
- ✓ szabadságát és
- ✓ függetlenségét

a tömegtermelés és a tömegkultúra által erősen befolyásolt és irányított körülmények közepette.

Az egyén autonómiája szorosan összekapcsolódik az emberi és a polgári szabadságjogok érvényesülésével.

A társadalmi egyenlőség megvalósulását célzó alapvető emberi jogok magukban foglalják:

- ✓ a polgári-,
- ✓ a politikai- és
- ✓ gazdasági-szociális

jogokat is. Ezen belül a gazdasági-szociális jog a következő főbb jogokat tartalmazza, illetve vonatkozik.

Az egyén:

- ✓ gazdasági jólétére és biztonságára;
- ✓ a civilizált élethez való jogára, továbbá arra, hogy
- ✓ szabadon rendelkezessen:
  - vagyonával,
  - pénzével,
  - idejével és
  - erőfeszítéseivel.

A fejlett piacgazdaság viszonyai között az alapjogok egy újabbal bővültek, és pedig az egyén autonómiáját védő fogyasztói jogokkal.

Az emberek idejekorán ráébredtek arra, hogy milyen trükkökkel lehet a mások „átverésével”, esetleg nagyobb anyagi vagy más jellegű előnyökhöz jutni. Különösen az olyan területeken teremtődnek meg ennek feltételei, lehetőségei, amikor a cserekereskedelem egy magasabb fejlettségi szintet kezdett elérni.

Az egyes korabeli írásokban felfedezhető „regulák”, bizonyos tanácsok, ajánlások is ezt sejtetik, sőt azt is, hogy bizonyos időszakokban szigorú büntetések, szankciók is párosultak az egyes szabálytalanságokhoz.

## A fogyasztói érdekvédelem kialakulásának történeti áttekintése

Amióta létezik, kialakult a csere és amióta a csereügylet mindkét fele – a saját szempontjai által vezérelve – **jobban akar járni, mint a másik** (amíg az eladó kevesebb áruért több pénzt szeretne, addig a vásárló a jobb minőségű és a nagyobb mennyiségű áruért kevesebbet akar fizetni), azóta **léteznek** különböző „a másik fél átverését szolgáló trükkök”. Ezekre a jelenségekre **idejekorán felfigyeltek „az illetékesek”** és az adott kor fejlettségének megfelelő formában jelentek meg – a napjainkban „fogyasztóvédelem” jelzővel illetett és azt szolgáló – „óvintézkedések”, rendelkezések és regulák.

Az **egyes történelmi korszakokban** felfedezhető elemeket, azok tulajdonságjegyeit, az alkalmazott intézkedéseket az alábbi táblázat szemlélteti:

1. ábra: Kimutatás az egyes történelmi korszakokban felfedezhető „fogyasztóvédelmi” tulajdonságjegyek megnyilvánulásairól, jellemzőiről.

TÖRTÉNETI KORSZAK	JELLEMZŐJE, INTÉZKEDÉSI FORMA:
Bibliai idők	Mózes V. könyve
Feudalizmus kora	Királyi regulák
XIX. – XX. század (közepéig)	A fogyasztói társadalom kialakulása
<b>XX. század közepétől</b>	
Piacgazdaságra berendezkedett országok	A fogyasztók kiszolgáltatottságának fokozódása
Kelet-Európai országok (KGST, 1945-1990)	Állami gondoskodás, erős jogi szabályozás
<b>A XX. század végétől</b>	
Az Európai Unió és jogelődje	1975. közepétől, 5 alapjog és 3 éves tervek
Magyarország a 90-es évek elejétől	Előcsatlakozási folyamat – jogharmonizáció
2004.05.01, a 25-tagúra bővült EU	Közös fogyasztóvédelmi politikák

A következő részekben – a fenti táblázat sorrendjében – kíséreljük meg áttekinteni a fogyasztóvédelem kialakulását, fejlődését az árutertermelő társadalmak kialakulásától napjainkig.

## A fogyasztóvédelemmel kapcsolatos regulák az egyes történelmi korszakokban

Az emberek idejekorán ráébredtek arra, hogy milyen trükkökkel lehet a mások „átverésével”, esetleg **nagyobb anyagi vagy más jellegű előnyökhöz jutni**. Különösen az olyan területeken teremthetnek meg ennek feltételei, lehetőségei, **amikor a cserekereskedelem egy magasabb fejlettségi szintet kezdett elérni**.

Az **egyes korabeli írásokban felfedezhető „regulák”**, bizonyos tanácsok, ajánlások is ezt sejtetik, sőt bizonyos időszakokban szigorú büntetések is voltak.

A **kereskedők visszaélése elleni védelem szinte egyidős az árutertermelő társadalmak történetével**. Annak ellenére, hogy a **fogyasztóvédelem** – mint terminológia – a **legújabb kor terméke**, a **vevő** – az adás-vételnek, mint a leggyakoribb „fogyasztói szerződés”-nek az egyik alanya – **jogainak védelmét szolgáló normákat, piaci szabályokat már az ókorban és a középkorban is találunk**.

A **legkorábbi „fogyasztóvédelem”** – jegyeit magában hordozó és annak is tulajdonítható – szabályok egyike a **Bibliából így szól hozzánk**: „*Ne legyetek igazságtalanok az*

*ítélkezésben, hossz mérték, súly mérték és az űr mérték használatában. Legyen hiteles a mérleged, a súlyod, hiteles a mértéked és a vékad.” (Mózes V. könyve 25. rész)*

A Krisztus előtt 1500 táján született Mózes – aki a zsidó vallás és nemzet megalapítója az Ótestamentum szerint – a Sínai-hegyen Istentől átveszi a Tíz igét, a Tízparancsolatot. Ennek hetedik szava így hangzik: „*Ne lopj!*”

A Mózes életét és munkásságát taglaló alapkönyvben, a tórában, népiesen a törvénykönyvben olvasható az értelmezés, amely szerint: *”Zsákodban ne legyen kétféle súly, egy nehezebb és egy könnyebb. Házadban ne tarts kétféle űr mértéket, egy nagyobb és egy kisebbet. Hibátlan és pontos legyen súlyod, hibátlan és pontos űr mértéked, hogy sokáig élj ezen a földön. Mert az utálat tárgya az Úr, a Te Istened szemében, aki ilyet tesz, aki csal.”*

Már az „**ősi idők piacait**” is szabályok védtek a vásárlókat a termékhamisítások, a hibás termékek és a kereskedők tisztességtelen praktikáival szemben.

Ugyancsak találunk „piaci” szabályokat: **Hammurábi, Babilónia híres királyának**, a susai Akropolis halmán 1902-ben felfedezett kőtábláira vésett törvényeiben.

A római jog rejtett hibáira vonatkozó szabályai is a hibás teljesítésért való felelősség korai előzményeként értelmezhetők.

A feudális korban az egyházi felügyelet alatt álló piacokon a királyi ediktumok, mint a „közösség elleni rossztevést” tiltották:

- ✓ az igazságos és tisztességes ártól és
- ✓ a jó minőségtől való eltérést vagy
- ✓ a „*mértékkel való csalást*”.

A hazai fogyasztóvédelem hagyományai már a magyar államiság kezdetére visszavezethetőek. A XI. században az iparúzést és a kereskedelmet szigorú törvények szabályozták. Szent László király rendeletei szerint az áruforgalmat kizárólag a vásárookra szorították; alapvető követelmény volt az élet- és vagyonbiztonság védelme, amelyről mindenkor katonai kíséret gondoskodott.

A XIII. században, a különböző foglalkozású iparosokat tömörítő, városi szakmai érdekvédő szervezetek, a céhek megalakulását követően szabályzataikban a minőség- és a fogyasztóvédelmi szándékok is felfedezhetőek.

Ennek kezdeti csírái fedezhetőek fel a pozsonyi pékek 1376-ban kelt szabályzatában is, amely tanúsága szerint a hét – maguk közül – kiválasztott mester és egy városi küldött polgár vigyázott arra, hogy jól és rendes mértékkel süssenek.

Ha a sütemény kisebb volt a megszabottnál, akkor a vizsgáló mesterek azt lefoglalták és átadták a kórházban lévő szegényeknek.

Már a középkorban is tilos volt az uzsorakölcsön. Zsigmond király idejében (1405.) pl. ha az építőmester, ki házat épített és az összedőlve agyoncsapta a ház urát (asszonyát, fiát, szolgálóját), akkor agyon kellett csapni az építőmestert (asszonyát, fiát, szolgálóját).

A középkor későbbi szakaszában a helyi vásárok megszerveződésével létrejöttek a piaci bíróságok, amelyek gyors és igazságos ítéletet hoztak a vásári ügyletek konfliktusában.

Az igazságszolgáltatás kezdetben szokásjogon, később a Céh- vagy Ipartestületi szabályokon alapult. Ez utóbbiak jellemzője, hogy a piaci szabálysértéseket közjogi szankciókkal sújtották, így például:

- ✓ a kereskedői jogok megvonása,
- ✓ a közszemlére tétel, vagy
- ✓ egyéb nyilvános megaláztatás,

ami a kereskedő jó hírnevének elvesztésével járt együtt.

A vásárokon megjelentek a hiteles un. „*kóstoló emberek*”, akik szemrevételezéssel, avagy tényleges **kóstolással minősítették** az eladásra kínált árut, és ha azt nem találták megfelelőnek, akkor a következő „intézkedéseket foganasították”:

- ✓ *kiborították,*
- ✓ *leöntötték,*
- ✓ *megsemmisítették, vagy,*
- ✓ *ha a tömeggel volt baj – elkobozták a szegényházak részére*

Például ha a **hal** (erősen romlékony élelmiszer) aznap nem kelt el a piacon, akkor **levágták annak a farkát, így megjelölve azt, hogy másnap ne lehessen eladásra kínálni a piacon.**

A céhvilág kialakulásával rögtön létrejött a mesteremberek önvédő mechanizmusa a „szabálytalankodó” társakkal szemben, s ennek igen **változatos szankciórendszerét alakították ki.**

**Mátyás király 1486. évi egyik dekrétumában** úgy próbálkozott a fogyasztók védelmével, hogy előírta: „*Aki kocsmába akar menni, a fegyverét tegye le.*”

A **XVII. században a magyar országgyűlés törvényben utasította a hatóságokat** az árszabások készítésére, a **XVIII. században** pedig – a panaszok sokasága miatt – **külön törvényt alkottak a kézművesek visszaélései ellen.**

**Mária Terézia 1764-ben dekrétumban rendelte az áruk lebélyegzésének bevezetését,** hogy meg lehessen különböztetni a külföldi árut a hazaitól.

Egy évszázaddal később pedig, az akkor modern kapitalista **gazdasági rendszer kezdetén** élők már **tanúi lehetnek** – a mai mércével is minősíthető –, de még **kezdetleges piacgazdaság** és csiráiban, a fogyasztói társadalom tulajdonságjegyeit magában hordozó, modellnek, rendszernek.

Ezekben az – igencsak nagy vonalakban áttekintett és néhány elemében illusztrált – előzményekben gyökerezik a „**fogyasztóvédelem őse**”, mert amióta elindult a cserebere, az adásvétel, az ügylet egyike jobban akart járni mint a másik, amely a különböző „trükkök tárházát, kelléktárát” is magában hordozza.

A **tisztességtelen haszonszerzés tehát szinte egyidősnek tekinthető az emberi társadalmak kialakulásával.**

## **A piacgazdaság sajátosságai, a fogyasztói társadalmak kialakulása**

A **modern kapitalista gazdasági rendszer** a XIX. században honosodott meg, a XX. században teljesedett ki és a XXI. század pedig újabb kihívásokat tartalmaz.

Az **állami beavatkozás** más-más szerepet játszott a XIX. századi gazdaságpolitikában és eltérő hangsúlyt kapott a XX. század – II. világháborút megelőző és az azt követő jóléti, fogyasztói – gazdaságelméletében, a **XXI. század küszöbén pedig újabb kihívásokkal** (pl.: az elektronikus kereskedelemmel) néz szembe, egy magas szinten szerveződött társadalmi közösségen (az EU-n) belül.

## A piacgazdaság sajátosságai

A piacgazdaság (market economy) fogalmaként „A modern közgazdaságtan ismerettára” a következőket írja: „**Olyan gazdasági rendszer, ahol az erőforrások és a termékek elosztása a termelők, a fogyasztók, a munkavállalók és a termelési tényező tulajdonosok önkéntes cseréje során kialakuló árak alapján történik.**

Az ilyen gazdaságban a döntéshozatal a decentralizált, azaz **döntéseiket az egyes csoportok és egyének egymástól függetlenül hozzák meg, nem a központi tervezők döntenek.** A piacgazdaság feltételezi a **termelési tényezők magántulajdonának rendszerét is** (azaz a piacgazdaságok „kapitalista” avagy „szabadvállalkozó” gazdaságokat).

A **piacgazdaság** ugyanakkor – bizonyos mértékig – **társadalmi tulajdon mellett is működhet.**”

A fogyasztóvédelem kialakulásának alapja a **klasszikus kapitalizmust felváltó fogyasztói társadalom** vagy tömegfogyasztás társadalma, az a XX. századi „csendes forradalom”, amely alapjaiban módosította a kapitalista társadalom és a gazdaság szerkezetét és működési elveit.

**A termelés nem nőtt annyit az emberi társadalom ötezer éves története során, mint az elmúlt száz évben.**

A **tömegtermelés, a tudományos-technikai fejlődés** megváltoztatta a tradicionális fogyasztói piacot. A klasszikus piacot jellemző **eladó-vevő egyensúly megbomlik.**

A szuverén és a döntéseivel racionális fogyasztó keresletével visszahat, egyúttal alakítja a termelést. Ezzel együtt a fogyasztó ismeretei és információi nem elegendők a modern technológiával előállított, bonyolult összetételű fogyasztási cikkek minőségének és használati értékének megismerése.

A **XX. században** megjelentek új értékesítési, eladási módszerek és azt segítő új **marketingmódszerek**, a kereskedelem szolgálatába állított:

- ✓ **tömegkommunikáció,**
- ✓ **a reklám és**
- ✓ **a tömegkultúra**

segítségével **kívülről irányított fogyasztó igényeit a tömegtermeléshez igazítják.**

Ebben a helyzetben:

- ✓ **a fogyasztói szuverenitás,**
- ✓ **a döntési autonómia,**
- ✓ **a piaci partnerek közötti egyensúly**

**állami beavatkozás útján, összetett jogi és gazdasági szabályokkal biztosítható.**

## A fogyasztói társadalom kialakulása

A kapitalizmus XIX. századi fejlődését az **Adam Smith-i „laissez faire” gazdasági filozófia** jellemezte.

Az **állam szerepe** – „láthatatlan kéz”-ként működik – **a gazdaság, elsősorban a termelés zavartalan fejlődésének biztosítására szorítkozik,** azáltal, hogy **kedvező környezetet biztosít, tehát nem állít akadályokat a gazdasági növekedés számára.**

A **szabad verseny** – smith-i – gazdaságelmélete **a költségek komparatív előnyeiről feltételezi,** hogy a **tökéletes verseny** körülményei között, vagyis akkor, ha

- **a termékek és a szolgáltatások,**
- **a tőke és a munkaerő szabad forgalma, valamint**

- a szabad keresleti és kínálati viszonyok érvényesülnek,
- a termelés és a fogyasztás összhangba kerül, tehát
- létezik az áraknak egy olyan együttese, amely mellett
- a kereslet és a kínálat pontosan egyensúlyban van.

Az a gazdaságelmélet, amely:

- a gazdasági individualizmus és
- a szabad verseny

elvére épül elveti a fogyasztók oldalán történő állami beavatkozás szükségességét.

A klasszikus közgazdaságtan fogyasztói szemlélete feltételezi, hogy az autonóm fogyasztó képes racionálisan választani a különböző termékek és áruk között.

A szuverén fogyasztót tekinti a kínálat legfontosabb befolyásolójának, aki azáltal, hogy választ a különböző termékek és szolgáltatások között, ezzel mintegy befolyásolja a termelést.

A termelők közötti szabad verseny pedig megakadályozza, hogy a vállalkozások határozzák meg a termékek árait, vagyis végső soron a fogyasztás, a fogyasztói döntés befolyásolja az árakat.

### **Az állami beavatkozás szükségességének felismerése**

A társadalmi fejlődés egy bizonyos fejlettségi szakaszában óhatatlanul felmerült annak szükségessége, hogy az államnak valamilyen formában be kell avatkoznia a gazdasági folyamatokba, annak érdekében, hogy időszakonként – különböző motiváló tényezők által determináltan – jelentkező válságtünetek kicsúcsosodását, elmélyülését tompítsák, lassítsák és ezzel elkerüljék a kezelhetetlen gazdasági krízishelyzetek kialakulását.

A XIX. század végére – a tőkekoncentráció eredményeként – létrejöttek a mono- és az oligopóliómmok, amelyek elegendő hatalommal rendelkeztek ahhoz, hogy a kartell és az egyéb megállapodásaikkal korlátozzák esetleg kizárják – a klasszikus kapitalizmus alapjait képező – szabad versenyt és a fogyasztó szabad döntését.

Ebben az időszakban a fogyasztást és az árat egyre inkább a gazdasági törvényeken kívül ható körülmények, ezen belül is leginkább a monopóliumok határozták meg.

A monopóliumok hatalma uralkodóvá teszi a „tökéletlen versenyt”, amelyben a nagy szervezetek törekvése arra irányul, hogy szándékosan eltérítse az árakat.

Az ilyen piaci viszonyok közepette eltorzul a kereslet és a termelés szerkezete, a kínálat egyre kevésbé igazodik a fogyasztók kívánságához, a fogyasztók kívánságát hatékony marketing-módszerekkel – különösen a nagyon aktív reklámozás révén – igyekeznek a termeléshez igazítani. Ebben a helyzetben a gazdasági egyensúly helyreállítását úgy a fogyasztói, mint a termelési oldal állami beavatkozással kívánta elérni.

A monopóliumok is támogatták vagy elfogadták az állami beavatkozást, amelynek egyik eszközétől – az állami ellenőrzéstől – azt a hatást várták, remélték, amelynek eredményeként az egyre féktelenebb árversenyben kialakuló bizonytalansági tényezők (amelyek veszélyeztetik a társaság stabilitását hosszú távon) és az instabilitás ellenőrzése révén, annak eredményeként azok ésszerű keretek közötti tartása biztosítható.

A két világháború között a kapitalizmus érett szakaszában lévő és a tömegfogyasztás felé haladó országokban a gazdaság fókusza elmozdult a termelő dominanciájú gazdaságtól a fogyasztó-orientált gazdaság irányába.

A gazdaság átrendeződésével egyidőben **egy másik jelenség** is jelentkezett, az **1929-1933-as nagy gazdasági világválság**.

Ebben az időszakban az **állami beavatkozás** egyaránt **szolgált**:

- ✓ a vállalkozók és a fogyasztók **gazdasági biztonságának** garantálását,
- ✓ a gazdaság **központi ellenőrzését** és
- ✓ a kirívó **egyenlőtlenségek kompenzálását**

az **állami újraelosztás eszközei** útján.

A két világháború közötti **állami beavatkozás** nyomán **fejlődik ki a jóléti állam**.

**Főbb megnyilvánulásai, jegyei** a következőkben öltönek testet:

- ✓ a **társadalombiztosítás**,
- ✓ a **munkanélkülieknek nyújtott állami támogatás**,
- ✓ az **oktatás és az egészségügyi**

**ellátás minimális szintjét minden polgár számára kívánta biztosítani az állami redisztribúció segítségével.**

A **jóléti államot** *Gunnar Myrdal* svéd közgazdász és szociológus – a szabályozott kapitalizmus svéd modelljének megalkotója – a **következők szerint határozza** meg: „**olyan demokratikus állam, amely: átvállalja a gazdaságfejlesztés kötelezettségeit abból a célból, hogy:**

- **nagyobb gazdasági biztonságot teremtsen,**
- **garantálja a polgárok számára az esélyek egyenlőségét,**
- **a szociális biztonság alapjául szolgáló minimális jövedelmeket és foglalkoztatást, függetlenül**

**a polgárok társadalmi hierarchiájában elfoglalt helyétől.”**

A **jóléti állam koncepciója** (Harold Wilensky definíciója szerint):

- ✓ **a jövedelem,**
- ✓ **a táplálkozás,**
- ✓ **az egészség,**
- ✓ **a lakás és**
- ✓ **az oktatás**

**minimális mértékének szavatolása.**

A **konzumerizmus** kibontakozásával **ráirányította a társadalom figyelmét:**

- ✓ **a gazdasági, a szociális jogokra és**
- ✓ **a jóléti funkciók megvalósítására, melyhez**

**aktív állami gazdaságpolitikát és jogvédelmet** hirdetett meg.

## **A XX. század gazdaságtörténeti kuriózumai**

Az előzőekben ismertetett **állami beavatkozás szükségességének felismerése** mellett az elmúlt század **számos újdonságot hozott** az emberiség történetében:

- **fejlődött a technika** (pl.: telefon, rádió, televízió, űrkutatás, háztartási robottechnika) és
- **fejlődött a társadalom is** (jóléti feltételek, szocializáció).

A **korábbi** – az embert nem emberként kezelő – **évszázadok:**

- **dogmái kezdtek széttöredezni;**
- **az embernek különböző jogai „kezdtek lenni”,**

egyrészt mert **kiharcolta**, másrészt mert elemi, sőt **társadalmi szükségletté váltak ezek a jogok**.

A **piacgazdaság fejlődése folyamán felerősödött az emberi szabadságjogok szükséglete**, emellett **felszínre jöttek az egyéb jogok** iránti igények is (pl.: az ún. fogyasztói jogok).

A **technikai fejlődés** oly mértékben **felgyorsult**, hogy hamar elvesztették jelentőségüket a hagyományos (házi-kisipari) technológiák. Az újak a **nagymértékű specializálódás** folytán, csak a **nagyüzemi(tömeg)termelésben érvényesülhettek**. Ez igen hamar arra a felismerésre vezetett, hogy – mire az emberek észrevették – szinte már mindent „megtermeltek”, mindössze ennyi dolga maradt: **„be kellett szerezni” a kívánt terméket**.

Vagyis a szinte **ősidők óta fennálló** – elsősorban a saját szükségletek kielégítését célzó – **termelés** (nem szólva a sokáig meglévő egymás közti cseréről) **teljesen elvesztette létjogosultságát**.

A **társadalom szerkezete** úgyszólván **átállt a termelés – fogyasztás új formájára**.

Fokozatosan **így jött létre a piacon felvevőként, fogyasztóként fellépő egyén státusa**.

Az **egyénből egyre inkább fogyasztó lett**:

- ✓ az **árut**,
- ✓ fogyasztási **cikket vásárló**,
- ✓ ipari-, banki-, szociális- idegenforgalmi, stb. **szolgáltatást igénybevevő**, megvalósító

**polgár**.

A **gazdasági élet fellendülése** egyfajta **jóléti helyzetet is eredményezett**, s ez a többlet jövedelmi helyzet piacot követelt magának, ami a kapitalista viszonyok között könnyen kielégítésre is talált. Így **lassan igényné vált a fogyasztás**.

**Egyre nagyobb formában és mértékben vált létfeltétellé a fogyasztás**, miután a **társadalmi fejlettség kilépett a létfenntartás és a megélhetési küzdelmek sok évszázados folyamából**.

Miután a végtelenség még ideaként sem merülhetett fel, így **felmerült viszont a pénz egyenértékének meghatározottsága**, továbbá egyéb olyan kérdések, amelyek **a fogyasztói társadalmak** szükségszerű **velejárói**, úgymint:

- ✓ **a minőség**,
- ✓ **a biztonság**,
- ✓ **a fizikai védelem igénye**, s

innen folytathatnánk a sort a **mai kor, napjaink**:

- ✓ **korszerű**,
- ✓ **modern**,
- ✓ **civilizált**

**szükségletekig**.

## **A fogyasztói társadalom ismertető jegyei**

Az előzőekben részletezettek alapján a **fogyasztói társadalmak ismertető jegyei** az alábbiakban összegezhetőek:

- **a piac megelőzi a termelést;**
- **a tartós fogyasztási cikkek birtoklása;**
- **a fogyasztók uralma;**
- **az állami beavatkozás jelenléte;**

- a szellemi tőke és a minőségi munkaerő felértékelődése;
- a nemzeti államok keretei egyre kisebb szerepet játszanak a gazdaságban.

## A fogyasztó kiszolgáltatottsága

A versenyhelyzetben **több szinten és több irányban is folyik a verseny**. Verseny van:

- a **fogyasztóért**;
- a **profitért**;
- a **megélhetésért**;
- a **túlélésért**.

A versenyhelyzet óhatatlanul arra **inspirálja a gazdálkodókat**, hogy esetenként különféle „**trükkökkel**” bírják rá a vevőt, hogy az adott gyártó termékeit vásárolják meg.

Még a **szabadverseny idején sem volt biztosítható** abszolút értelemben a **verseny „tisztasága”**, egy ennél kissé **bonyolultabb világban** pedig még kevésbé van lehetősége erre. A **nagyobb profit elérése érdekében** esetenként – **meg nem engedett (dopping) szerek**, eszközök alkalmazása, használata képezi a kelléktárat.

A **gazdasági élet szereplőinek** van lehetőségük arra, hogy valamilyen formában – békés egymás mellett élés elvét – kölcsönösen biztosítsák egymás számára. Ilyen eszköz lehet – többek között – pl. az **árkartell**, vagy a **piac területi, esetleg termékbeni felosztása**.

A **fogyasztói társadalmakban** még **intenzívebb lett a harc, a verseny**, amely ellen az egyes **államok hatékony eszközökkel igyekeznek fellépni**. A fogyasztók tábora ugyan nagy, azonban:

- **ha nincs erős érdekvédelmi szervezete, szövetsége, esetleg egyesülete, vagy**
- az **állam nem biztosít** számára valamilyen formában **védelmet, jogi garanciákat**
- egyre inkább **kiszolgáltatottá válik**, amely
- **fokozza a veszélyhelyzetét**, ami
- előbb vagy utóbb a **termék minőségének tömeges romlásához vezet**.

Ezt a helyzetet **ismerték fel az egyes piacgazdaságokban** és építették ki fokozatosan az **államilag garantált és támogatott fogyasztóvédelem intézményrendszerét**, amellyel ellensúlyozható, illetve mérsékelhető a **fogyasztó kiszolgáltatottsága**.

## A fogyasztóvédelem kialakulása – a fogyasztói jogok

A **XX. század közepe** táján megjelent a **konzumerizmus szakkifejezés**. A viszonylag rövid múltja ellenére **tartalma lényeges változáson ment át**.

*Vance Packard*, a kifejezés legkorábbi elfogadója **összekötötte** a konzumerizmust a **fogyasztó manipulálásával**, a szükségletek gyors expanziójával és a fogyasztói társadalom tékozlásra ösztönzésével.

*Packard* elemzése világosan **tükrözte a XX. század ötvenes éveiben**:

- a **termékekbe** előre „**beépített**” erkölcsi avulást;
- a **minőség devalvációját**;
- a fogyasztási cikkek piacának és
- a szolgáltatásoknak viszonylagos telítettségéből **származó erőszakos, deformált üzleti magatartást**. („*Vedd meg és dobd el!*”).

Ezen hatásokra **meg kellett mozdulnia a fogyasztók széles rétegének** – azok érdekvédelmi szervezeteinek, de magának **az államnak** is.

A **fogyasztó követelte jogai deklarálását**, megfelelő **jogi szabályozást**, és az azoknak való érvényszerzést. Így már **jogai lettek a fogyasztóknak**. Ezek a követelések kiterjedtek

- a **becsapás elleni védelemre**;
- az **élet- és a baleset elleni védelemre**, valamint
- az **egészséges termékekre**.

A fentiek mellett **jogos követelés lett a megfelelő tájékoztatás** és ez még csak a jogok kialakulásának kezdete volt. A kezdeti irányok – ezen a téren – az alábbiak voltak:

- **jog az informáltságra**,
- jog a **biztonságra**,
- jog a **védelemre** és
- jog a **meghallgatásra**.

Az ily módon kialakult **védelmi mechanizmus erőteljes fejlődésnek indult**, amelynek **egyik ága az „állami terület”**, míg a másik ága a „civil terület” lett.

A **XX. században a központi kérdések egyike az egyéni autonómia problematikája volt**, azaz, hogy az **egyén mennyire képes vagy egyáltalán képes-e megőrizni:**

- ✓ a **döntési önállóságát**,
- ✓ **szabadságát** és
- ✓ **függetlenségét**

**a tömegtermelés és a tömegkultúra által:**

- ✓ **erősen befolyásolt** és
- ✓ **irányított**

körülmények közepette.

Az **egyén autonómiája** szorosan összekapcsolódik:

- ✓ az **emberi és**
- ✓ a **polgári**

**szabadságjogok** érvényesülésével.

A társadalmi egyenlőség megvalósulását célzó **alapvető emberi jogok magukba foglalják:**

- ✓ a **polgári-**,
- ✓ a **politikai- és**
- ✓ **gazdasági-szociális**

**jogokat is.**

Ezen belül a **gazdasági-szociális jog** a következő főbb jogokat tartalmazza, illetve vonatkozik:

- ✓ az **egyén gazdasági jólétére és biztonságára**;
- ✓ a **civilizált élethez való jogára**, továbbá arra, hogy
- ✓ **szabadon rendelkezessen:**
  - **vagyonával**,
  - **pénzével**,
  - **idejével és**
  - **erőfeszítéseivel.**

A fejlett piacgazdaság viszonyai között **az alapjogok egy újabbal bővültek**, és pedig az **egyén autonómiáját védő fogyasztói jogokkal**.

## **A hazai fogyasztóvédelem fejlődési sajátosságai**

Az un. **szocialista országokban** a fogyasztóvédelem fejlődését **két gazdasági jelenség is kedvezőtlenül befolyásolta**:

- az egyik a **szocialista gazdaságpolitika termelés centrikus jellege**, amely a fogyasztást, mint a gazdasági folyamat szükséges elemét elfogadta, de a **fogyasztás centrizmust, mint „társadalmi anomáliát” tekintette**;
- a másik a **hiánygazdaság**.

A helyzetet a felek **asszimmetrikus viszonya** jellemezte.

A **magyar gazdaságpolitikában az 1968-as Új Gazdasági Mechanizmus** bevezetését követően a **fogyasztás pejoratív felfogásában** pozitív elmozdulás következett, de a gazdaság állandó kísérőjelenségeként megmaradt a **hiány**. Bár az akkori magyar szakirodalomban feltűntek az egyes – a modern fogyasztóvédelmi kérdésekkel – foglalkozó írások, azonban ezek **csak mint érdekességek** szolgálták a kialakuló fogyasztói társadalom megítélését.

A korábbi – valóságosnak mondható egyfajta – **fogyasztói védelem**:

- ✓ az **akkori jogi szabályozás egyéb rendszereiben és**
- ✓ **különböző állami hivatalaiban** realizálódott.

A fogyasztói érdekek védelmének **sajátos és tipikusan szocialista megoldása volt** az un. **ellátási felelősség**, amely **az állami paternalizmus szellemében az állam központi ellátó szerepében öltött testet**.

A **belső piac áruellátásáért a Minisztertanács tartozott felelősséggel**, amely ellátási kötelezettségéből eredő **feladatokat a belkereskedelmi miniszter hatáskörébe** utalta.

A **piaci ellátás helyzetét és színvonalát**:

- a (Belkereskedelmi, majd Kereskedelmi) **miniszternek közvetlenül alárendelt Országos Kereskedelmi és Piaci Főfelügyelőség** (OKPF, jogelődjei az Állami Kereskedelmi Főfelügyelőség, illetve az Országos Kereskedelmi Főfelügyelőség);
- a minisztériumok **minőségellenőrző szervei**;
- az **Árhivatal, a Vám és Pénzügyőrség**;
- a **Szabványügyi Hivatal** és a hozzájuk hasonló szakmai szervek látták el.

A **belkereskedelemtől szóló 1978. évi I. törvényben önálló fejezetet kapott a fogyasztóvédelemmel** kapcsolatos szabályozás.

Ugyancsak **fogyasztóvédelmi célú rendelkezéseket tartalmazott** az 1984. évi IV. törvény a **tisztességtelen gazdasági tevékenységről**, amely **tiltotta a fogyasztók megtévesztését**. Ezt a törvényt váltotta fel az 1990. évi LXXXVI. törvény, a **tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról**, amely a fogyasztók megtévesztésének tilalmát lényegében hasonló módon szabályozta.

Ezen **kívül a polgári jog szabályai mellett más jogágak** – pl. a büntetőjog, az államigazgatási jog – **szintén tartalmaztak fogyasztóvédelmi célú rendelkezéseket**: ezek **célja** főként a **minőség védelme** volt. Az állami – jogalkalmazáson alapuló – fogyasztóvédelmen kívül kialakultak a szervezeti jellegű intézmények is. Miután a szocialista **állam felelőssége volt az ellátási felelősség**, így az **erős fogyasztóvédelemnek nem volt sok értelme**.

Az **50-es évek vége óta** működött az **Állami Kereskedelmi Felügyelet (az ÁKF)**, amely – az akkor még csak (a nagy- és kis)kereskedelmet és a vendéglátást – ellenőrző hatóságként,

elsősorban és szinte kizárólag a belkereskedelemben tevékenykedő állami vállalatok és szövetkezetek, valamint az elenyésző számban működő magánkereskedők hálózati egységeire (boltokra és üzletekre) korlátozta ellenőrzési tevékenységét. **Feladata volt** a belkereskedelemre vonatkozó jogszabályokban, miniszteri rendeletekben és utasításokban, előírásokban, valamint a KÁÜSz-ben (a Kereskedelem Általános Üzleti Szabályzata) foglaltak **betartásának vizsgálata**.

A **60-as évek végén megalakult az Országos Kereskedelmi Főfelügyelőség (az OKF)**, majd a **80-as évek közepétől** már a nevében kiegészült a „**Piaci**” szóval is (OKPF).

Az **új elnevezéssel** tovább működő szervezet már több vonatkozásban is hasonlított a mai feladatrendszerhez. „Hatáskörében vizsgálta:

- **a gazdasági verseny korlátozására, kizárására vonatkozó megállapodásokat, a gazdasági erőfölénnyel való visszaélést;**
- **a központi készletekkel, állami tartalékokkal való gazdálkodást;**
- **a központi piac-felügyeleti intézkedések végrehajtását, gyakorlati érvényesülését;**
- az áruk eredetét, szakszerű tárolását, kezelését, felhasználását, csomagolását;
- **az áruk és szolgáltatások minőségére vonatkozó előírások betartását, illetve azok értékesítésének körülményeit;**
- **az áruk mérésének helyességét, a mérlegek és mérőeszközök hitelességét;**
- **az áruk és szolgáltatások elszámolásának módját, a kiállított számla helyességét, a minőség és az alkalmazott ár összhangját;**
- **a fogyasztó panaszok intézésének rendjét;**
- **felügyelte a kereskedelmi üzletszabályzatok (a KÁÜSz) betartását.”**

Ezen kívül **több** – az ágazati ügyekkel foglalkozó – **minisztériumnak is megvolt a maga minőségellenőrző szerve**. A teljesség igénye nélkül **néhányat megemlítek:**

- ✓ **KERMI (Kereskedelmi Minőségellenőrző Intézet),**
- ✓ **FAIMEI (Fa-, Papír- és Nyomdaipari Minőségellenőrző Intézet),**
- ✓ **TEXIMEI (Textilipari Minőségellenőrző Intézet),**
- ✓ **ÉMI (Építésügyi Minőségellenőrző Intézet),**
- ✓ **ÁMEI (Ásványipari Minőségellenőrző Intézet),**
- ✓ **AGMI (Anyagvizsgáló és Gépipari Minőségellenőrző Intézet),**
- ✓ **BCK (Bőr-, Műbőr és Cipőipari Kutató-fejlesztő Vállalat Bőripari Minőségellenőrző Osztálya), stb.**

Az **előzőek mellett** a fogyasztókat érintő kérdésekkel foglalkoztak **még a következő szervezetek:**

- **az Országos Anyag- és Árhivatal megyei árcsoportjai,**
- **a tanácsok kereskedelmi osztályai,**
- **a Magyar Szabványügyi Hivatal,**
- **a Magyar Kereskedelmi Kamara,**
- **a Magyar Reklámszövetség,**
- **a SZÖVOSZ (Szövetkezetek Országos Szövetsége), a KIOSz (a kisiparosok), a KISzÖV (a kisipari szövetkezetek) és KISOSZ (a kiskereskedők Országos Szövetsége), továbbá**
- **a VPOP, a BM (társadalmi tulajdonvédelmi szervei), stb.**

A civileket tömörítette a **FOT** (Fogyasztók Országos Tanácsa), majd a későbbiek folyamán megalakult szervezetek egy jelentős hányada – Nagycsaládosok Országos Egyesülete, a Lakásbérlők Szövetsége, a Magyar Autóklub, a Horgászszövetség, stb. – is felvállalta tagjai számára a fogyasztóvédelem ügyét.

A következő **jelentős** mérföldkő **Magyarországon** 1991. évben volt, amikor a **fogyasztóvédelem problémakörének** – állami szinten való – kezeléséhez **a piacgazdaság körülményei közepette az igazi változást** „*a helyi önkormányzatok és szerveik, a köztársasági megbízottak, valamint egyes centrális alárendeltségű szervek feladat- és hatásköréről*” szóló **1991. évi XX.** – az ún. **hatásköri – törvény** jelentette (Ld.: 71 –72 §-ait!).

Ez azonban még **nem jelentette a konkrét fogyasztóvédelmet**, mert **kijelölte az állam feladatrendszerét és meghatározta az idevonatkozó eljárásokat**. E jogszabályi felhatalmazás alapján alakult meg – a korábbi OKPF jogutódjaként – új néven a **Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség** és ezek megyei szervezetei, a megyei/fővárosi Fogyasztóvédelmi Felügyelőségek.

**A rendszerváltozás a fogyasztóvédelem terén is változást hozott:**

- a korábban már jól **bevált állami rendszert vitte tovább** és
- **helyet adott a civil fogyasztóvédelem fejlődésének** is.

## A társadalom mcdonaldizációja

(szerző: Kozma Viktória, [www.grotius.hu](http://www.grotius.hu))

(RITZER, GEORGE: La McDonalización de la sociedad)

Szinte teljes bizonyossággal állíthatom, hogy **nincs olyan XXI. századi ember, aki ne hallott volna a McDonald's-ról. Big Mac, McChicken, McNuggets, McFarm, McRoyal...** A „**McDonald's System**” nélkülözhetetlen tartozékai, melyeket az egész világ ismer az Egyesült Államoktól Kuvaitig, Argentínától Izraelen át Indiáig. **Ma a világ 121 országában majdnem 30.000 McDonald's üzemel, az éttermek gomba módra szaporodnak.** Vajon egy sikeres étteremlánc világméretű terjeszkedéséről van szó csupán vagy ennél sokkal többről?

Ritzer *A társadalom mcdonaldizációja* című kritikus könyvében a világméretűre duzzadt hamburger-kultúra hatásait, szinte feltartóztathatatlan terjeszkedésének okait vizsgálja. S miért pont a McDonald's?

**Számos gyorséttermi láncot ismerünk: Burger King, Wendy's, Pizza Hut, de mégis a McDonald's-nak volt a legnagyobb hatása a világra.** A könyv érdekessége, hogy nem kifejezetten a McDonald's-ról, s nem is a gyorséttermekről szól, hanem a **mcdonaldizált világról.** Ritzer szerint „*a McDonald's nemcsak a vendéglátóiparra, az éttermekre hat, hanem az oktatásra, a munkavégzésre, az utazásra, a szabadidőre, a politikára, a családra, gyakorlatilag az életünk minden területére*” (15. old.).

Hogyan lehetséges ez? **Mi az oka annak, hogy a McDonald's ekkora hatással van a mindennapjainkra?** Olvassuk el a könyvet, s megtaláljuk benne a választ!

A szerző kilenc fejezetre osztotta művét, melyek **három nagy témába sorolhatók:**

- az első részben a **mcdonaldizáció jelenségéről** olvashatunk,
- a másodikban ennek **négy fő összetevőjéről**, míg
- az **utolsóban a racionalizáció irracionalitásáról**, a mcdonaldizáció vasketrecéről.

Ritzer kiindulópontja:

- ❖ Max Weber **bürokráciaelmélete**,
- ❖ F.W. Taylor **vezetéselmélete** és
- ❖ Henry Ford **tömeggyártás koncepciója**.

Weber a **modernitás lényegét a Nyugatról kiinduló racionalizáció folyamatának elterjedésében látta**, mely folyamatnak az **elsődleges hordozója a bürokrácia.** Ritzer ebből a téziséből indul ki, de **nála a gyorsétterem, a McDonald's a modernitás hordozója**, melynek **logikája, vezérlő elve egyre inkább kiterjed az élet mind több területére.** A szerző művében hangsúlyozza, hogy a mcdonaldizáció **nem új jelenség**, ez a **20. századi racionalizációs folyamatok kumulálódása**, a weberi, taylori és fordii logika egyesítése.

A **történet 1954-ben kezdődött**, amikor Ray Kroc a kaliforniai San Bernardinóban találkozott a McDonald fivérekkel, akik vállalkozásukban:

- a konyhai folyamatok rendszerezésével,
- az árak csökkentésével,
- a kínálat szűkítésével rövidebb idő alatt több vevőt tudtak kiszolgálni.

**Ray Kroc felismerte a filozófiában rejlő lehetőségeket, s a McDonald fivérek társa lett. Őt nem a hirtelen haszonszerzés vágya éltette, hanem hosszú távon gondolkozott, vállalkozását:**

- ✓ a termékek és szolgáltatások minősége,
- ✓ egységessége,
- ✓ a szigorú ellenőrzési rendszer

**különböztette meg a többi vállalkozástól.**

**Ray Kroc alapelve tehát a következő: egységes minőség és szolgáltatás az üzemeltetési normák szigorú:**

- ✓ betartatása és
- ✓ ellenőrzése

**mellett.**

**Az étteremlánc filozófiájának központi elemei:**

- ✓ a hatékonyság,
- ✓ kalkulálhatóság,
- ✓ előreláthatóság és
- ✓ a kontrol,

melyekkel a könyv második része foglalkozik.

**Hatékonyság? Az optimális eszközök kiválasztása az adott cél eléréséhez.**

**Kalkulálhatóság? Olyan számszerűsítés, ahol a mennyiség a minőség mérését szolgálja.**

**Előreláthatóság? Ellenőrzés? Az emberi munka helyettesítése gépekkel, hiszen így kizárható az emberi tényezőtől fakadó hibák sorozata...**

**Mit eredményez egy ilyen hatékonyságra törekvő, előre kalkulálható, állandóan ellenőrzés alatt tartott rendszer? Egy olyan világot, ahol végül:**

- ✓ a racionalitás válik a meghatározó szervező és irányító erővé,
- ✓ minden egyéni szabadság felszámolódik az elgépiesedés folyamata révén,
- ✓ saját vasketrecünk rabjává válunk.

**S mi a szerepe ebben a folyamatban a McDonald's-oknak?**

**A McDonald's-ok:**

- ✓ a globalizáció,
- ✓ az amerikanizáció terjedésének újabb eszközei.

**A gyorsétterem logikája rendkívüli módon egyesítette az eddigi racionalizációs elméletek elemeit, s olyan világot hozott létre, ahol az ember észre sem veszi, hogy milyen „elembertelenedett” közegbe lépett.**

**Maga a vállalat a lehető leghatékonyabb módon működik:**

- ✓ az alkalmazottak, mint gépek végzik monoton munkájukat,
- ✓ az egyéniség,
- ✓ a kreatív gondolatok tökéletes kizárása mellett.

**Munkájuk során:**

- ✓ soha nem kell gondolkozniuk,
- ✓ a gépek mindent elvégeznek helyettük,
- ✓ csupán:
  - beteszik az olajba az előre elkészített sült krumplit,
  - kiveszik,

- zacszóba teszik,
- a poharat az italautomata alá teszik, ami
- kitölti a kívánt mennyiséget.

A személyiség korlátok közé szorított, nincsenek **emberi kapcsolatok** sem a munkatársak, sem a kiszolgáló-vásárló között. **Egyszerű, személytelen, gyors kiszolgálás, hiszen felgyorsult világunkban nincs idő másra.**

**Tányérok, evőeszköz nélküli gyors étkezés;** mosogatás, bevásárlás, személyes kapcsolatok nélkül. **Rutinszerű, berögzült cselekvések, ahol minden logikus, de „embertelen”.**

A **McDonald's-ok sikere nyilvánvaló, a világ számos országában jelen vannak,** mindenki ismeri őket. Éppen ezért **senki meg sem kérdőjelezi,** hogy jó-e az általuk teremtett környezet, csupán **követi, utánozza őket** a többi vállalat, így terjed egyre tovább a mcdonaldizáció folyamata.

Olyan **misztikum lengi körül ezeket a reklámok,** a sikeres promóció révén, hogy mindenki **életében legalább egyszer itt szeretne enni.**

Ám nemcsak a vállalati logika teszi sikeressé, hanem a társadalmunk is szükségessé teszi jelenlétüket. Mióta **a nők is dolgoznak,** s mióta olyan **gyakori az atomizált és egy-szülős családmodell, nincs idő** minden nap **bevásárolni, főzni, mosogatni;** sokkal **racionálisabb gyorsétkezdékben enni.**

A **fogyasztás, a vásárlás mindennapjaink részévé vált, egyre több pénzt költünk** magunkra, a **gyorséttermekre,** így a **McDonald's-ok bevétele és a reklámok révén forgalma nő.** Ezek a **modern világ jelképei.**

Ritzer szerint a mcdonaldizáció folyamata a posztmodern világban sem áll meg, vitába száll a posztindustrializáció, posztfordizmus és posztmodernitás elméletének hirdetőivel. Véleménye szerint **nincs éles határ a modernitás és a posztmodernitás között,** a modernitás elemei, így a **McDonald's-ok is továbbélnek a posztmodern világban,** ahol képesek alkalmazkodni az új környezethez.

A **mcdonaldizáció folyamata addig fog létezni, amíg maga a társadalom természete radikálisan meg nem változik,** ha majd elveszíti jelentőségét a tömegtermelés, a racionalizáció és a taylori üzemvezetés elmélete.

A **mcdonaldizálódott társadalom tehát egy olyan világot jelent, ahol:**

- ✓ **gyorséttermekben eszünk,**
- ✓ **panelházban lakunk,**
- ✓ **tömegoktatásban veszünk részt,**
- ✓ **angolul beszélünk,**
- ✓ **amerikai zenét hallgatunk,**
- ✓ **amerikai filmet nézünk,**
- ✓ **tömegpártokra szavazunk,**
- ✓ **szervezett csoportos „egyen-kirándulásokon” veszünk részt,**
- ✓ **tömegautóval járunk dolgozni, ahol**
- ✓ **robotként végezzük munkánkat egyéniség, kreatív gondolatok nélkül....**

**Hogy beszállunk-e ebbe a vasketrecbe? Ez rajtunk múlik!**

Ritzer könyvében **az a különleges, hogy nemcsak leírja, példákkal illusztrálja, kritizálja** racionalizálódott, mechanizálódott társadalmunkat, hanem **arra is választ ad:**

- ✓ **hogyan mit tudunk kezdeni ezzel a világgal,**
- ✓ **hogyan tudjuk kihasználni a mcdonaldizálódott világunk előnyeit úgy, hogy**

- ✓ közben nem válunk a saját magunk által teremtett vasketrecünk foglyává.

A szerző ezeket a racionális rendszereket embertelen rendszereknek találja, ezért is veszi át Webertől a „racionalizáció vasketrecének” metaforáját.

Weber azonban csupán vasketrecről beszél, ezzel szemben Ritzer bársony-, gumi- és vasketrecről.

- ✓ Bársonyketrecben azok az „egydimenziós emberek” (Marcuse fogalma) élnek, akik jól érzik magukat a mcdonaldizálódott társadalomban, akik nem bánják, hogy a folyamat egyre tovább terjed.
- ✓ A gumiketrec olyan világ, ahol bár gyorsétkezdében esznek, megpróbálnak minél többet a „nem racionalizált” környezetben lenni hétvégeként:
  - kirándulni,
  - horgászni,
  - a családdal lenni,
  - tévé nélkül élni.
- ✓ A vasketrec lakói nagyon rosszul érzik magukat ebben a társadalomban, így ők azok, akik elsősorban küzdenek ellene.

Persze felmerül a kérdés, hogy valóban ilyen jelentős hatásuk van a McDonald's-oknak? Vitathatatlan tény, hogy az egész világon jelen vannak, hatásuk óriási, de ne feledkezzünk meg:

- a CNN-ről,
- MTV-ről (amerikai zenecsatorna)
- Disneylandről,
- az amerikai filmekről sem, amelyek

így együtt az amerikai kultúra „ikonjai”, s amelyek együtt segítik elő:

- ✓ az amerikanizáció, és így
- ✓ a mcdonaldizáció

folyamatának terjedését.

Ritzer nem túl hosszú, könnyen olvasható, logikusan szerkesztett, érdekes szemszögből megírt könyvében arra buzdít minket, hogy harcoljunk ez ellen:

- az „elembertelenedett”,
- hideg,
- szürke,
- fény nélküli
- mcdonaldizálódott társadalom ellen, s

küzdjünk egy emberibb, élhetőbb világért.

Hogy hogyan vehetjük fel a harcot ellene?

Olvassuk el a könyvet és megtaláljuk benne a választ!

**Mindenkinek ajánlja!** (a szerző: Kozma Viktória)

(Ritzer, George [1996]: *La McDonalizacion de la sociedad*. Editorial Ariel, S.A., Barcelona. Pine Forge. 251 p. ISBN: 84-344-1414-7

Ritzer, George [1996]: *The McDonalidization of Society*. Revised ed. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge. 265 p.)

## **Adatok a Mc'Donaldsról**

- **1938: a kezdetek megjelentek az első autós éttermek;**
- **1948: radikális változások:**
  - ✓ **Gyorsabb kiszolgálás**
  - ✓ **Olcsóbb áru**
  - ✓ **Forgalom növelése**
- **Az üzletek számának alakulása**
  - **1960: 250 db**
  - **1973: 3.000 db**
  - **2004: 28.000 db**

## MÓDSZERTANI SEGÉDLET

**Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

**Számos dolgot tehetünk**, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találsz, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**4. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**

**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**

**Téma: Fogyasztóvédelem intézményrendszere Magyarországon**  
**Az Európai Unió fogyasztóvédelmi szabályozása**  
**Fogyasztóvédelem az Európai Unióban**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmalmsítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

*„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program*

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	<b>A foglalkozás tárgya, témája: a fogyasztóvédelmi intézményrendszerek</b>	
1.	<b>A foglalkozás első része:</b>	<b>Mit értünk intézményrendszer fogalma alatt, mi a tartalma, mit takar?</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a fogalom megfejtésébe, a tartalmának megválaszolásába</b>	
2.	<b>A foglalkozás második része:</b>	<b>A fogyasztóvédelem hazai intézményrendszerének bemutatása Az NFH és a PSZÁF feladat- és hatáskör</b>	<b>11-25 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, értelmezésébe</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik része:</b>	<b>A társadalmi, a civil szervezetek szerepe a fogyasztóvédelemben</b>	<b>26-30 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>A foglalkozás negyedik része:</b>	<b>Fogyasztóvédelem az Európai Unióban Az Európai Fogyasztói Központ bemutatása Határon átnyúló panaszok</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
5.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK és ami mögöttük van</b>	<b>41-45 perc</b>
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

### **TARTALOMJEGYZÉK:**

**Az intézményrendszer fogalma**

**A közigazgatási intézményrendszer típusai**

## Közigazgatás a történelemben

A fogyasztóvédelem hazai intézményrendszere

A hazai fogyasztóvédelem állami intézményrendszere

Kormányhivatalok, központi hivatalok, autonóm államigazgatási szervek

Fogyasztóvédelem állami szereplői

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság feladat- és hatásköre

Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete

A helyi önkormányzatok fogyasztóvédelmi feladatai

A társadalmi szervezetek, mint a fogyasztóvédelem nem állami szereplői

A hazai fogyasztóvédelmi társadalmi szervezetek

A Fogyasztóvédelmi Tanács

Fogyasztóvédelem az Európai Unióban

Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága

Az Európai Fogyasztói Központ

Határon átnyúló panaszok

A Fogyasztói Központ legfontosabb feladatai

Módszertani útmutató

## JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:

- 1.) Mit jelent az intézményrendszer, mit tartalmaz?
- 2.) Milyen intézményrendszereket különböztethetünk meg?
- 3.) Kik a hazai fogyasztóvédelmi intézményrendszer állami szereplői?
- 4.) Mi a Nemzeti Fogyasztóvédelmi hatóság feladat- és hatásköre?
- 5.) Mire terjed ki a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelet hatásköre?
- 6.) Milyen szerepet töltenek be a hazai társadalmi szervezetek a fogyasztóvédelemben?
- 7.) Miért alakult meg a Fogyasztóvédelmi Tanács?
- 8.) Mi jellemzi az EU fogyasztóvédelmi politikáját?
- 9.) Mi az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóságának feladata?
- 10.) Mikor, milyen esetekben beszélünk határon átnyúló panaszokról?
- 11.) Melyek az Európai Fogyasztói Központ legfontosabb feladatai?

Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.

*„A felkészült fogyasztó a legvédelemben részesülő fogyasztó”*

## SEGÉDLET – IRODALOM– S ZÖVEGGYŰJTEMÉNY:

### Az intézményrendszer fogalma

Az **intézményrendszer fogalmaként** a Magyar Értelmező Kéziszótár a következő meghatározást adja: „*Valamely közösségi célra étesített, bizonyos személyi kerettel rendelkező társadalmi, vagy állami szervezet. A társadalomban kialakult rendszer, forma, szokás*”

A fogyasztóvédelem hazai intézményrendszerének megismerése előtt **tekintsük át a közigazgatás intézményrendszerét.**

**A közigazgatás intézményrendszerét a közigazgatás rendeltetése határozza meg.**

A közigazgatás van alárendelve a politikai hatalomnak, de **érvényesül relatív autonómiája, önállósága.**

**Az állam közigazgatása egy tagolt, differenciált intézményrendszer útján** valósul meg.

A közigazgatási rendszer **az államrendszer alrendszere**, és maga is **alrendszerekre tagozódik.**

Az **intézmény** a legáltalánosabb értelemben **az emberek közötti kapcsolatok stabil, tartós, szabályozott formája**; emberi cselekvések keretei, rendszerint szervezetek.

**Egyes társadalmi intézmények esetében hiányozhat a szervezet is.** A közigazgatás intézményei rendszerint **szervezetek, szervezetrendszerek**, de egyes közigazgatási intézmények esetében is hiányzik a szervezet.

A szűk értelemben vett **közigazgatási intézményrendszer szervezetei** a következők:

- **A közigazgatási szervek rendszere**, melyek egyik **alrendszerét a kormánynak alárendelt, hierarchikusan felépített államigazgatási rendszer**,
- **másik alrendszerét a területi – helyi önkormányzatok alkotják.**

**Az európai országokban** a közigazgatás intézményei közé tartoznak a **közintézmények** is, melyek **közszolgáltatásokat** nyújtanak, ennek három altípusa van:

- **a köztisztviselői önkormányzatok,**
- **a közalapítványok és**
- **a közjogi személyiségű közintézetek.**

A **közigazgatási intézményrendszere** tág értelemben magába foglalja az olyan **állami feladatokat ellátó szervezeteket**, amelyeket az állam kötelezően vállal, amelyek **ellátják:**

- **a tényleges, operatív állami tevékenységet, a honvédelem területén,**
- **közvetlenül gazdálkodnak,**
- **gazdasági közszolgáltatásokat nyújtanak, illetve**
- **a humán szféra közszolgáltatásait nyújtják.**

A **közigazgatási intézményrendszert alakító tényezők: pluralitás:**

**1.) a demokratizmus fejlődése, kiterjesztése;**

**az állam az érdekeltekre bízta a közfeladatok ellátását, biztosítva egyidejűleg a köz érdek érvényesülését.**

**Funkcionális vagy szakmai tagsági elven alapuló önkormányzatok alakultak ki.**

- 2.) A közigazgatási intézményrendszert közvetlenül meghatározó tényező **a kooperáció**, amely **alapvető igény és követelmény a modern közigazgatási rendszerekben**
- 3.) **Alkotmányos jogok** garantálása.
- 4.) **Jogszerűség érvényesítése**: autonóm vagy kvázi autonóm jogi státus.
- 5.) **Depolitizálás**: teljes depolitizálás **nem érhető el**, azonban a napi, a folyó politikától való függetlenítés sok esetben **elengedhetetlen követelmény**.

**Pluralizálódik a közigazgatási intézményrendszer:**

- ✓ **önálló közigazgatási** szervek, egyes esetekben
- ✓ **kvázi autonóm** vagy
- ✓ **teljes egészében autonóm jogi státusú szervek** alakulnak ki.

**Közjogi személy**: az **adott szervezet** közigazgatási jogalanyként **közigazgatási funkciókat lát el**, és közigazgatási **jogosítványai vannak**, mint pl. az államigazgatási szerveknek.

**A magyar közigazgatási intézményrendszer általános keretei**: a szűkebb értelemben vett magyar közigazgatási rendszer **intézményei**:

- **az államigazgatási szervek**,
- **a területi – helyi önkormányzatok**,
- **a köztisztviselői önkormányzatok**,
- **a közalapítványok és**
- **a közjogi személyiségű közintézetek.**

Lényegi vonásaiban **megegyezik az európai intézmény rendszerrel**, de **altípusait** illetően a német megoldáshoz áll közelebb.

**1990: új típusú területi önkormányzati rendszer.**

**1991-1998: társadalombiztosítási önkormányzatok.**

1993: PTK 1993. évi XCII. Tv.: **közjogi személyiség ismerve, köztisztviselői önkormányzatok, közalapítvány. Egyetemek, főiskolák autonóm önkormányzati szervezete.**

### **A közigazgatási intézményrendszer típusai:**

**Az államigazgatási alrendszer a közigazgatás alapvető intézménye, három nagy alrendszere van:**

- **a kormányzati szervezeti mechanizmus**: központi szervezetek, melyek nem részei a minisztériumoknak.
- **központi szakigazgatási szervezetek rendszere**: **minisztériumok**, és a **nem minisztériumi jogállású központi közigazgatási szervek.**
- **a területi, regionális államigazgatási szervek.**
- **konzultatív szervek, testületek**: átszövik az egész államigazgatási rendszert.

**Funkcióik:**

- ✓ **kormányzati**,
- ✓ **koordinatív szerepkör** meghozatala,
- ✓ **végrehajtása**,
- ✓ **érdekek egyesítése**, összhangba hozása.

**Közigazgatás intézményrendszerének felépítése, tagolódása az alábbiak szerint alakul:**

1. **államigazgatási szervek rendszere** (központi és területi **minisztériumok, APEH, regionális, megyei földhivatal**);
2. **helyi önkormányzat** települési, illetve területi (megyei) szint: **autonóm, nincs alá-fölé rendeltség**;
3. **köztestületek**: Kereskedelmi és Iparkamara, Agrárkamara, MTA, Magyar Olimpiai Bizottság stb.
4. **Közintézetek**
  - a. **Közjogi személyiségű közintézmények: egyetem, főiskola**
  - b. **Közjogi személyiséggel nem rendelkező közintézmények: iskola, óvoda, kórház... stb.**

**A fenti felsorolásból:**

- Az 1-2 jelűek = szűkebb értelemben vett közigazgatási szervezet
- A 3-4 jelűek = közintézmények vagy quasi közigazgatási szervezet

## **Közigazgatás a történelemben**

Az **elmúlt történelmi korokban** valamilyen fajta (köz)igazgatási szervezettel **minden állami vagy helyi hatalom rendelkezett.**

A **modernitást megelőző időszakok közigazgatása** többnyire **nem volt személytelen:**

- ✓ a **tisztségviselők személyre szóló megbízatást végeztek,**
- ✓ valamilyen **hatalommal rendelkező személy szolgáljaként,**
- ✓ többnyire **egy uralkodó megbízásából és akaratából.**

A **Római Birodalom** jelentős **császári közigazgatást épített ki.**

Ám a legendásan szerteágazó közigazgatás megvalósulása már a **Bizánci Birodalomban történt meg** (vö.: bizantinizmus).

A **kínai Tang-dinasztia** volt az első olyan uralkodócsalád, amely **írásos versenyvizsgákon választotta ki hivatalnokait.** Itt a közigazgatási vagy kormányzattörténeti ismeretek helyett egy adott, kötött versmérték szerint kellett filozófiai fogalmazványt írni a kínai klasszikusokból. A **legjobbak a császári fővárosba utazhattak** egy második rostára. **Módosult változata a 20. század elejéig működött.**

(Egyébként a **kínai közigazgatás áll fenn legrégebben a világon**).

Ezt követően **tekintsük át a fogyasztóvédelem hazai intézményrendszerét.**

## A fogyasztóvédelem hazai intézményrendszere

A fogyasztóvédelem a gazdaságpolitika kiemelt területe, amelynek elsődleges célja a fogyasztó érdekeinek biztosítása, érvényesítése a hatályos jogszabályi keretek között:

- a gyártóval,
- forgalmazóval,
- szolgáltatóval,
- kereskedővel

szemben.

A fogyasztói érdekek érvényesítése iránti igény hazánkban a piacgazdaságra való áttéréssel alakult ki és vált hangsúlyossá. A szabályozásban, illetve az intézményrendszer kiépítésében döntő jelentősége volt az Európai Uniónak (EU), és mára hazánk fogyasztóvédelmi politikája elválaszthatatlanná vált az EU fogyasztóvédelmi politikájától.

Az Európai Unióban, így Magyarországon is a fogyasztói érdekek védelme öt alapelvre épül:

- a fogyasztók egészségének és biztonságának védelme;
- a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme;
- a fogyasztók tájékoztatása és oktatása;
- a fogyasztói igény érvényesítése; illetve
- a fogyasztók képviselete.

Ezekre az alapjogokra épül a magyar fogyasztóvédelem „Bibliája”, a Fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (Fgytv).

Az egyes fogyasztóvédelemmel kapcsolatos feladatok ellátásában, a fogyasztói jogok érvényesítésében, az alábbi szervezeteknek, szerveknek vannak feladatai:

- az államnak,
- az önkormányzatoknak,
- a gazdaság szereplők érdekérvényesítő szerveknek, szervezeteknek (a szakmai kamarák) és
- a társadalmi (civil) szervezeteknek.

## A hazai fogyasztóvédelem állami intézményrendszere

**Hazai rendszer sajátossága:** a fogyasztóvédelmi jogalkotás és a feladatokat ellátó hatóságok felügyelete megosztott az ágazati minisztériumok között és jelentős feladatai vannak más típusú szerveknek, testületeknek

## Kormányhivatalok, központi hivatalok, autonóm államigazgatási szervek

Kormányhivatalok, központi hivatalok, autonóm államigazgatási szervek a fogyasztóvédelem állami (fő)szereplői, ezek közül az alábbiakat emeljük ki:

- Szociális és Munkaügyi Minisztérium
- Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság
- Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete

- Nemzeti Hírközlési Hatóság
- Magyar Energia Hivatal
- Gazdasági Versenyhivatal

ellát jelentős fogyasztóvédelmi feladatokat.

A fentiek mellett **számos minisztérium is foglalkozik fogyasztóvédelmi természetű feladatokkal és rendelkezik hatáskörrel** (Pl.: az FVM, továbbá a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal *Élelmiszerlánc-biztonsági és Állategészségügyi Igazgatósága* az élelmiszerbiztonság tekintetében a fő felelős!)

### **Fogyasztóvédelem állami szereplői**

- APEH
- ÁNTSZ
- Egészségbiztosítási Felügyelet
- Magyar Élelmiszerbiztonsági Hivatal
- Magyar Kereskedelmi és Engedélyezési Hivatal
- Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal
- Nemzeti Közlekedési Hatóság
- Országos Gyógyszerészeti Intézet
- VPOP, ORFK stb.

**A fogyasztói igények érvényesítése a fogyasztóvédelmi intézményrendszeren, illetve az igazságszolgáltatáson keresztül történik.**

A fogyasztóvédelem **jelenlegi irányítása 2006-tól** kezdődően hazánkban a **Szociális és Munkaügyi Minisztérium hatáskörébe tartozik.**

A szociális és munkaügyi **miniszter feladata** többek között:

- ✓ a fogyasztóvédelmi **politika kidolgozása,**
- ✓ a fogyasztóvédelmi **jogalkotás** előkészítése,
- ✓ a **Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság irányítása,**
- ✓ a **Fogyasztóvédelmi Tanácsadó Testület** működtetése.

Mindezekon felül a minisztérium felügyelete alá tartozó Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság útján – **a nem élelmiszerek körébe tartozó termékek és szolgáltatások piac-felügyeleti ellenőrzésének** szakmai irányítása is hatáskörébe tartozik.

### **A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság feladat- és hatásköre**

A **fogyasztóvédelmi jogszabályok végrehajtásáért** elsősorban a **Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH) felelős,** amely a Szociális és Munkaügyi Minisztérium szakmai irányításával látja el tevékenységét.

A kormány felállította az új Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságot az **egységes fogyasztóvédelem érdekében.**

Az NFH **a miniszter irányítása alatt álló központi hivatalnak** minősül, szervezetileg **központi szervből, területi szervekből,** valamint azok **kirendeltségeiből** áll.

**Az NFH feladat- és hatáskörében:**

- ✓ véleményezi a fogyasztókat érintő jogszabálytervezeteket a miniszter megkeresése alapján,
- ✓ szükség szerint javaslatot tesz a miniszternek a fogyasztókat érintő jogszabályok módosítására,
- ✓ közreműködik a fogyasztóvédelmi politika kidolgozásában,
- ✓ figyelemmel kíséri és elemzi annak érvényesülését;
- ✓ irányítja az áruk és szolgáltatások biztonságossága és megfelelősége ellenőrzésével összefüggő, külön jogszabályban meghatározott feladatokat.

Mindezekon felül **működteti a Központi Piacfelügyeleti Információs Rendszert (KPIR), súlyos veszély esetén a Közösségi Gyors Tájékoztatási Rendszert (RAPEX).**

Az NFH koordinálja továbbá:

- ✓ a saját **nemzetközi kapcsolatait,**
- ✓ végzi, illetve **végezteti** a feladatainak ellátásához **szükséges laboratóriumi vizsgálatokat,**
- ✓ **szakmai segítséget nyújt** a fogyasztói érdekek képviselőit ellátó **társadalmi szervezetek tevékenységéhez és a fogyasztói ismeretek bővítéséhez,**
- ✓ **a fogyasztói tudatosság erősítéséhez,** valamint
- ✓ fogyasztói jogokat ismertető **kiadványokat jelentet meg.**

Ezen túlmenően a **fogyasztók vagyoni érdekeinek védelme céljából:**

- ✓ **irányítja, ellenőrzi** az áruk forgalmazására és a szolgáltatások nyújtására vonatkozó **jogszabályok és hatósági előírások megtartását,**
- ✓ **vizsgálatot folytathat a fogyasztókat érintő ügyekben,**
- ✓ ellátja a fogyasztókkal szembeni **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló jogszabályból adódó feladatokat,**
- ✓ ellenőrzi **az áruk és szolgáltatások minőségére, a megfelelőség igazolására** vonatkozó előírások megtartását, követelményeinek teljesítését,
- ✓ **eljár fogyasztók kifogásaival és panazaival** kapcsolatos szabálytalan ügyintézés tekintetében,
- ✓ ellenőrzi **a fogyasztók tájékoztatására vonatkozó jogszabályi előírások teljesítését,**
- ✓ **támogatja a fogyasztóvédelmi tanácsadó irodák működését,**
- ✓ **közreműködik az állam iskolai és az iskolán kívüli fogyasztóvédelmi oktatással** kapcsolatos feladatainak ellátásában,
- ✓ **ellenőrzi a gazdasági reklámtevékenységre és az elektronikus kereskedelemre** vonatkozó fogyasztóvédelmi rendelkezések megtartását,
- ✓ **ellátja a békéltető testületekkel kapcsolatos, fogyasztóvédelmi törvényben** nevesített feladatokat.

## **Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete**

**2009. szeptember 1-jétől** szintén tágabb körben foglalkozik fogyasztóvédelemmel a **Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF)** is.

A PSZÁF ellátja a pénzügyi fogyasztók védelmét, különösen:

- ✓ a tájékoztatáshoz,
- ✓ a hatékony jogorvoslathoz,
- ✓ az érdekvédelemhez fűződő jogok tekintetében.

A PSZÁF eljár az egyes szakági törvényekben és egyéb jogszabályokban meghatározott ügyfélvédelmi rendelkezések megsértése esetén.

A PSZÁF új hatáskörével:

- ✓ fogyasztóvédelmi bírságot is kiszabhat, illetve
- ✓ a jogszerű állapot helyreállításáig **feltételhez kötheti**, vagy
- ✓ **megtilthatja pénzügyi konstrukciók értékesítését, forgalmazását.**

A fogyasztók egészségének védelméhez szorosan kapcsolódik az élelmiszerbiztonság kérdése.

Az élelmiszerek fogyasztása, termelése és forgalmazása kulcskérdés, mivel az emberi egészség védelme mindennél fontosabb. Az élelmiszerbiztonság területén a **2008. szeptember 1-jei** jogszabályváltozásoknak köszönhetően a **fogyasztóvédelmi hatóságoknak** a korábbiaktól eltérő, sokkal **szűkebb hatáskörei vannak.**

A fogyasztóvédelmi hatóság az élelmiszer-ellenőrzés területén csak:

- ✓ a fogyasztókkal szembeni **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról** szóló 2008. évi XLVII. törvény szabályait is figyelembe véve,
- ✓ az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvényben meghatározott **megtévesztő élelmiszer-jelöléseket vizsgálhatja.**

**Kiemelkedő szerepe** van azonban a **Magyar Élelmiszer-biztonsági Hivatalnak** az élelmiszer- és takarmánybiztonság területén, mely szakmai:

- ✓ **döntés-előkészítő,**
- ✓ **véleményező,**
- ✓ **javaslattevő,**
- ✓ **információs,**
- ✓ **koordináló,**

az Európai Unió központi szerveivel és a tagállamok élelmiszer-biztonsági szerveivel kapcsolattartást végző szervezet.

**Társhatóságként** mindezekén túlmenően szerepet játszik továbbá a fogyasztóvédelemben többek között:

- ✓ az Adó-és Pénzügyi Ellenőrzési Hivatal (**APEH**), valamint
- ✓ az Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat (**ÁNTSZ**).

## **A helyi önkormányzatok fogyasztóvédelmi feladatai**

A kormányzati, hatósági szerveken túlmenően a **helyi önkormányzatoknak** is jelentőségük lehet a fogyasztóvédelem területén. Így a Fogyasztóvédelemről, valamint a helyi önkormányzatokról szóló 1990. évi LXV. törvény rendelkezései alapján a helyi **önkormányzatok:**

- ✓ közreműködhetnek a fogyasztók védelmében,
- ✓ segíthetik a fogyasztók önszerveződéseit,
- ✓ támogathatnak fogyasztóvédő társadalmi (civil) szervezeteket.

## A társadalmi szervezetek, mint a fogyasztóvédelem nem állami szereplői

- Fogyasztóvédelmi társadalmi szervezetek
- Szakmai érdekképviseletek
- Békéltető testületek
- Fogyasztóvédelmi Tanácsadó Irodák Országos Hálózata
- Fogyasztóvédelmi Tanács, Piacfelügyeleti Tanács
- Fogyasztóvédelmi eseti bizottság – Politika

Az **egyedi fogyasztói jogviták rendezésére** a később részletesen is bemutatott:

- ✓ békéltető testületek,
- ✓ a bíróságok és
- ✓ az Európai Fogyasztói Központ áll rendelkezésre.

## A hazai fogyasztóvédelmi társadalmi szervezetek

Ugyanakkor a fogyasztóvédelem intézményrendszeréből nem hagyhatóak figyelmen kívül a **hazai fogyasztóvédelmi társadalmi szervezetek** sem, melyek **feladata** többek között:

- ✓ az érdekfeltárás,
- ✓ a fogyasztói jogok érvényesülésének feltárása,
- ✓ az általános szerződési feltételek figyelemmel kísérése,
- ✓ a fogyasztók képviselése az érdekegyeztető fórumokon és testületekben.

**Ezen felül feladatuk:**

- ✓ eljárás, vizsgálat, intézkedés kezdeményezése a fogyasztói jogok vagy fogyasztói érdekek védelme érdekében,
- ✓ a fogyasztókat érintő jogszabály tervezetek véleményezése,
- ✓ jogszabály módosítás kezdeményezése,
- ✓ közreműködés a fogyasztóvédelmi politika kidolgozásában,
- ✓ tanácsadó irodák működtetése,
- ✓ fogyasztóvédelmi oktatás és tájékoztatás szervezése,
- ✓ a közvélemény tájékoztatása, valamint
- ✓ nemzetközi szervezetek tevékenységében való részvétel.

## A Fogyasztóvédelmi Tanács

Az érdekegyeztetés terén új típusú, tripartit fórumot hoztak létre.

Megalakításra került a **Fogyasztóvédelmi Tanácsadó Testület: Fogyasztóvédelmi Tanács** név alatt a **1023/2008. (IV. 17.) Korm. határozatban** foglaltak alapján.

**Feladata:**

- a jogalkotási és jogalkalmazási folyamatban egy **új típusú párbeszéd mechanizmus kidolgozása**

#### Cél:

- a kormányzat, a gazdálkodó és a civil szervezetek együttműködésének fokozása, valamint a fogyasztóvédelmi feladatok erőteljesebb ellátása;
- a kormányzati szintű döntéshozatalban résztvevők, a társadalmi szervezetek képviselői, illetőleg a szakmai oldal
  - valódi és működő konzultációs lehetőséget kapjanak a koncepcionális kérdésekben,
  - a jogszabályok megalkotásának folyamatában és a stratégiai jellegű jogalkalmazási kérdésekben egyaránt

#### Három fő célkitűzés:

- Határozott állami fellépés megvalósítása a fogyasztóvédelmi hatóságok révén.
- A civil szféra fogyasztóvédelemben betöltött szerepének megerősítése.
- El kell érni:
  - a fogyasztóvédelem társadalmasítását,
  - a tudatos fogyasztói magatartás kialakulását és
  - a fogyasztók kiszolgáltatottságának felszámolását.

### Fogyasztóvédelem az Európai Unióban

A fogyasztóvédelem kiemelkedő fontossággal bír az Európai Unióban.

Az EU szabadpiaca ugyanis **27 országot ölel fel, közel 500 millió fogyasztóval**. Számukra kell biztosítani azt a magas fokú védelmet, ami elvezethet **az egységes európai piacba vetett bizalom kialakulásához**.

Minderre azért van szükség, hogy **a fogyasztó szerte Európában** bízhatson abban, hogy **érdekei védelme az összes tagállamban biztosított**.

Nem véletlen, hogy az **Európai Bizottság** „*Közösségi fogyasztóügyi politikai stratégia 2007–2013 – a fogyasztók pozíciójának erősítése, jólétük növelése, és hatékony védelmük*” címmel jelentette meg akcióprogramját.

Az **Unió célja**, hogy az **EU 27 kisebb nemzeti piaca a világ legnagyobb közös piacává alakuljon**. Ehhez pedig arra van szükség, hogy az Unió polgárai **mindenhol ugyanolyan szintű védelemben részesüljenek** attól függetlenül, hol és milyen módon kerülnek szerződéses kapcsolatba a vállalkozásokkal.

Az **EU célja**, hogy **javítsa állampolgárai életminőségét**:

- ✓ egyrészt közvetlenül **fellép a fogyasztói jogok érdekében**,
- ✓ másrészt fogyasztóvédelmi jogszabályok megalkotásával is **hatékony védelmet biztosít**.

Ezen **jogok a végső felhasználókat**, azaz azokat **illetik meg, akik nem üzleti célból szereznek meg, birtokolnak vagy használnak valamely dolgot**, vagy vesznek igénybe szolgáltatást.

Az egységes fogyasztóvédelmi szabályozás az öt alapjognak megfelelően: **szavatolja az egyes árukra vagy szolgáltatásokra vonatkozó műszaki-biztonsági előírásokat** a fogyasztók személyi **biztonsága és egészsége érdekében** azáltal, hogy:

- ✓ csak biztonságos áru vagy szolgáltatás kerülhet ki a piacra, illetve
- ✓ az egészséget károsító áruk reklámjai visszaszoruljanak az európai reklámhordozókról.

A közös szabályozás további célja, hogy senki se veszélyeztesse a fogyasztók gazdasági érdekeit:

- ✓ a tisztességtelen szerződési feltételek vagy hátrányos kölcsönszerződések, illetve
- ✓ megtévesztő reklámok által, a fogyasztók az áru vásárlásához vagy a szolgáltatás igénybevételéhez szükséges valamennyi valós tájékoztatást megkapják,
- ✓ a hibás áru vagy szolgáltatás okozta kár a lehető legolcsóbb, leggyorsabb és leghatékonyabb eljárással megtéríthető legyen, valamint
- ✓ a fogyasztói érdekek képviselőiben eljáró civil szervezetek közösségi és nemzeti szinten egyaránt részt vehessenek a fogyasztók érdekeit érintő szabályok kialakításában.

Mindezek az alapelvek megjelentek Magyarország korábbi és jelenlegi fogyasztóvédelmi politikájában is.

**A fogyasztók védelme:**

- ✓ egyrészt intézményi,
- ✓ másrészt jogszabályi,
- ✓ harmadrészt pedig tájékoztatási tevékenységen keresztül valósul meg.

**Kiemelt szerepet játszik a fogyasztói jogok kérdésében az Európai Bizottság,** mely „főigazgatóságokba” szerveződik, melyek egy adott területért felelősek.

Az Európai Bizottság egyik legaktívabb szervezete az **Egészségügyi- és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóság** (*DG Sanco-Directeur Générale de la santé et des consommateurs*), melynek tevékenységi köre **három fő irányvonalat** fed le:

- ✓ élelmiszerbiztonság,
- ✓ közegészségügy,
- ✓ fogyasztóvédelem,

tevékenységük utóbbi területen kiterjed a fogyasztóvédelmi politika alakításától kezdve az Unió jogszabályok kezdeményezéséig.

### **Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága**

Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóságának tevékenységi körébe az egészségügyi és jóléti – az európai polgárok mindennapi életét közvetlenül érintő – tevékenységek tartoznak. Feladatuk annak biztosítása, hogy az EU területén forgalomba kerülő:

- ✓ élelmiszerek és fogyasztási cikkek,
- ✓ áruk és szolgáltatások biztonságosak legyenek,
- ✓ az EU belső piaca a fogyasztók érdekeit védve működjön, valamint
- ✓ az EU támogassa a polgárai egészségét védő és javító projekteket.

**Célja,** hogy az Európai Bizottság általános célkitűzései keretében:

- ✓ védje és javítsa az emberek általános egészségi állapotát,
- ✓ biztosítsa az élelmiszerek biztonságos és egészséges jellegét,

- ✓ a **fogyasztók érdekérvényesítését.**

Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóságának munkáját segíti az **Európai Fogyasztói Konzultatív Csoport (ECCG - European Consumer Consultative Group)**, melyet a fogyasztókat képviselő szervezetek nézeteinek megismerése céljából hoztak létre. A tagok **folyamatosan tájékoztatást kapnak** az Európai Uniót érintő:

- ✓ **fogyasztóvédelmi politika** helyzetéről,
- ✓ a fogyasztóvédelmet érintő **jogszabály-tervezetekről**, és
- ✓ minden olyan **fontos kérdésről**, amely az Európai Unió állampolgárait, mint fogyasztókat érintheti.

Az **Európai Unió jogszabályai a fogyasztókat érintő legfontosabb kérdéseket érintik**, és elősegítik az Unió tagállamai között az egységes szabályozást:

- ✓ a **jótállás és szavatosság**,
- ✓ a **tisztességtelen szerződési feltételek**,
- ✓ a távollévők között és az üzleten kívül **kötött szerződések**,
- ✓ az **utazási szerződések**,
- ✓ a **légi utasok jogai**,
- ✓ a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat**, stb.

szabályai mind-mind **Európai Unió irányelvekben**, illetve **rendeletekben** kerültek rögzítésre, amelyeket aztán vagy teljes egészében, vagy kiegészítve átvett a **tagállamok nemzeti törvényhozása**.

A **tájékoztatás területén fontos szerepe** van több ún. **riasztórendszernek**. Ilyen például:

- ✓ a **RAPEX** (Rapid Alert System for non-food consumer products), mely a **veszélyes termékekkel**,
- ✓ a **REACH** (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals), mely a **vegyi anyagokkal**, illetve
- ✓ a **RASFF** (Rapid Alert System for Food and Feed), mely az **élelmiszerekkel**

**kapcsolatban szolgál azonnal információkkal a tagállamok részére.**

Meg kell említenünk továbbá az **Európai Bizottság és az európai fogyasztóvédelmi szervezetek által létrehozott szervezetet**, az **ANEC-et** (*European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation*), mely **1995-ben jött létre**.

A nemzetközi non-profit egyesület **tagjai fogyasztóvédelmi szervezetek az EU valamennyi tagállamából**, valamint az **Európai Szabadkereskedelmi Társulás (EFTA)** társult tagjai.

Az **ANEC** elsősorban **abban segít**, hogy:

- ✓ a termékek és szolgáltatások biztonságosabbak legyenek, valamint
- ✓ teljesítményük, hozzáférhetőségük és környezetvédelmi jellegük is érvényesüljön.

**Prioritásuk:**

- ✓ a **gyermekek biztonsága**,
- ✓ a háztartási készülékek **megfelelősége**,
- ✓ az **információs társadalom**,
- ✓ a **környezet**,
- ✓ a **szolgáltatások és**

- ✓ a közlekedés biztonsága.

Az ANEC feladatkörében eljárva **állásfoglalásokat dolgoz ki** fogyasztóvédelmi kérdésekkel kapcsolatban. Többek között:

- ✓ játékok,
- ✓ postai szolgáltatások,
- ✓ öngyújtók,
- ✓ nyomtatók és
- ✓ pirítók

**biztonságát vizsgálja.**

Ugyanakkor a **nemzetközi civil szervezeteknek is fontos jelentőségük** van mind a fogyasztók tájékoztatása, mind az Unió jogszabályok megalkotása során. Ezek közül is **kiemelkedik a Brüsszelben székelő BEUC** (*Bureau Européen des Unions de Consommateurs - Európai Fogyasztók Szövetsége*).

## **Az Európai Fogyasztói Központ**

([www.feosz.softipo.hu](http://www.feosz.softipo.hu))

Az Európai Unió **egyik legfontosabb célja az egységes belső piac megteremtése.**

Az egységes piac feltételeinek azonban nem csupán makrogazdasági szinten kell teljesülnie, hanem számunkra **a fogyasztók részére is**. Ahhoz azonban, hogy mi, fogyasztók is részesülhessünk az egységes piac nyújtotta előnyökből, alapvetően szükséges azoknak az intézményeknek a felállítása, amelyek biztosítják a fogyasztói jogok érvényesülésének feltételeit.

**Magyarország Európai Unióhoz történő csatlakozásával jelentősen átalakultak a kereskedelmi lehetőségek és szokások.**

Az Európai Unió **belső piaci rendszeréhez történő megfelelő igazodás, a határokon átnyúló** kereskedelemhez kapcsolódó fogyasztóvédelmi intézmények átvétele, az igényeik érvényesítése során megjelenő bizonyos fokú **egységesítési követelmény jelent meg.**

## **Mit is jelent ez valójában?**

Az Európai Unió alapelve közé tartoznak **az áruk szabad mozgásának elve**. Szintén alapelv **a személyek szabad mozgáshoz kapcsolódó jog**. Csatlakozásunk az unióhoz többek között azt is eredményezte, hogy jelentősen könnyebbé vált az **unió belüli utazás, vásárlás**.

Mind **gyakrabban van lehetőségünk** az uniós országokban, hogy **kedvezményes** vagy annak tűnő **szolgáltatásokat vegyünk igénybe, olcsóbban vásároljunk** valamit. Ahhoz azonban, hogy mindezt nyugodt szívvel külföldön megtehessük, szükséges, hogy az esetleg felmerülő fogyasztói problémákkal legyen kihez fordulni.

## **Kihez fordulhatunk?**

**Magyarországi vásárlás esetén** a válasz egyszerű, hiszen a blokkal (nyugtával, jótállási jeggyel) nyugodtan visszamehetünk oda, ahol a terméket vásároltuk vagy a szolgáltatást igénybe vettük.

Mindezt **megtehetjük külföldi vásárlás esetén is**, de ez általában (földrajzi, nyelvi okok miatt) **nehézségbe ütközhet**.

## Határon átnyúló panaszok

A **külföldi vásárlással, szolgáltatások** igénybevételével kapcsolatosan felmerülő fogyasztói panaszokat nevezzük, határon átnyúló fogyasztói panaszoknak.

A **határon átnyúló fogyasztói panaszok** tekintetében további problémát jelenthet, hogy **mindig a szolgáltatás helyszíne szerinti szabályok az irányadók**. Vagyis **ausztriai vásárlás** esetén az osztrák-, spanyolországi nyaralás esetén a **spanyol jog** szerint érvényesíthetjük igényünket. Feltehetőleg nincs olyan fogyasztó, aki minden uniós tagállam fogyasztóvédelemmel kapcsolatos jogszabályait ismerné.

A határon átnyúló fogyasztói panaszok érvényesítésére **más tagállambeli fórum előtt kell, hogy sor kerüljön**, ezért az egyes fogyasztó – részben a rendszer ismeretlensége, részben az esetleges nyelvi nehézségek miatt – fokozottan kiszolgáltatott helyzetben van.

Az **EU nem rendelkezik** minden területre kiterjedő, **egységes fogyasztóvédelmi szabályokkal**. Különösen igaz ez a jogérvényesítés eszközeire. Eppen ezért, **fontos a közös fogyasztóvédelmi szabályok és gyakorlatok Európa-szerte való összehangolása**:

- nem csupán **az áruk és szolgáltatások** biztonságosságára vonatkozóan,
- hanem a **fogyasztók gazdasági érdekeinek** azon szempontjaira is, amelyek a fogyasztókban növelhetik **a belső piacon bárhol kötendő ügyletekhez szükséges bizalmat**.

Az unió úgynevezett „rég” tagországaiban **már korábban is szembesültek ezekkel a problémákkal**.

A **határon átnyúló panaszok** orvoslásának elősegítése érdekében, az Európai Bizottság Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága támogatásával kerültek kialakításra az **Európai Fogyasztói Központok** (*European Consumer Centre ECC*) (*továbbiakban: Fogyasztói Központ*). Az elgondolás azon alapult, hogy valamennyi tagállamban alakuljanak meg a Fogyasztói Központok és így egy hálózatot alkossanak, mely révén lehetőség nyílik egy formalizált együttműködésre.

## A Fogyasztói Központ legfontosabb feladatai

- ✓ **Fogyasztói tájékoztatás** a hazai és uniós fogyasztóvédelmi **rendelkezésekről**, valamint azok érvényesíthetőségéről.
- ✓ **Információnyújtás, tanácsadás és segítségnyújtás** a lehetőségek megismeréséhez arra az esetre, ha a határon átnyúló áru vagy szolgáltatás vásárlása során problémák merülnek fel.
- ✓ **Segítségnyújtás a fogyasztóknak** kereskedővel/szolgáltatóval történő egyezség/megállapodás létrehozásában a határon átnyúló fogyasztói jogvitában.
- ✓ Elvégzi az igényérvényesítéshez szükséges **fordítási feladatokat**.
- ✓ Szükség szerint **továbbítja a fogyasztói panaszt** a hatáskörrel és illetékességgel rendelkező alternatív vitarendező testület felé.
- ✓ Szükség szerint továbbítja a fogyasztói panaszt **az illetékes uniós tagország Európai Fogyasztói Központja felé**.
- ✓ Részt vesz **a fogyasztóvédelmi politika fejlesztésében**, mind nemzetközi, mind Európai Unió szinten.

A **Fogyasztói Központok** feladataik ellátása során **csak és kizárólag a határon átnyúló fogyasztói panaszokkal foglalkoznak**. A **belföldi** fogyasztói panaszok **nem tartoznak hatáskörükbe**.

A Fogyasztói Központ **tevékenységét alapvetően két részre lehet osztani**:

- ✓ egyrészt a **hazai fogyasztókat** érintő feladatokra,
- ✓ másrészt a **többi tagállam állampolgárainak** határon átnyúló panaszkezelésére.

A **hazai fogyasztók** tekintetében fontos különbséget tenni:

- ✓ az **előzetes információnyújtás**, és
- ✓ az **utólagos panaszkezelés** között.

A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy **kiemelkedő szerepe van a preventív tanácsadásnak**, mellyel:

- ✓ számos fogyasztói panasz megelőzhető, illetve
- ✓ ezek kockázata csökkenthető.

Az információnyújtás segítik az év során **kiadásra kerülő tanulmányok**, a **Fogyasztói Központ honlapja**, melynek tartalma folyamatosan bővül, és nem utolsósorban a mostani számtól kezdve a **KOSÁR Magazinban** biztosított rendszeres megjelenés.

Már megtörtént **határon átnyúló fogyasztói panasz** esetében:

- a **gazdálkodó szervezet székhelye szerinti vitarendezési fórum** jár el,
- e tagállam anyagi jogát és eljárási szabályozását alkalmazva.

A fogyasztónak az idegen állam fórumához fordulásból adódó nehézségeit a **saját nemzeti koordináló állomása** (Fogyasztói Központ), **segíti** illetve vállalja át.

Mindez azt jelenti, hogy **egy külföldi vásárlással, szolgáltatással kapcsolatos panaszbejelentést, megteheti a fogyasztó a nemzeti Fogyasztói Központban**, ahol a panasz **angol nyelvre történő fordítását** követően, megküldésre kerül a lefordított anyag a **másik tagállam Fogyasztói Központjába**.

A **gazdálkodó szervezet székhelye szerinti tagállam** irodája egyrészt közvetlenül **megkereséssel** fordulhat a gazdálkodó szervezethez. Ha a megkeresés eredményes, általában **nincs szükség további lépésekre**, és a fogyasztói panasz rendezése eredményesen zárul.

**Amennyiben nem vezet eredményre**, tájékoztatást nyújt az igényérvényesítési lehetőségekről, különös tekintettel az **alternatív vitarendezési eljárásokról**, valamint azok feltételeiről, mely a **hazai Fogyasztói Központon keresztül** jut el a panaszoshoz.

A fentiekből következik, hogy **a Fogyasztói Központok eljárása írásbeliségen** alapul. A fogyasztók **személyesen vagy írásban** (ez lehet elektronikus és hagyományos levél is) fordulhatnak a Fogyasztói Központokhoz, de konkrét megkeresés esetén, elsősorban a fordítási feladatok miatt, elengedhetetlen az **írásos forma**.

**Amennyiben más tagállam fogyasztójának van panasa magyar gazdálkodó szervezet tevékenysége kapcsán**, elsősorban **hazája Fogyasztói Központját** célszerű felkeresnie – természetesen a fogyasztók közvetlenül is fordulhatnak az érintett tagállam Fogyasztói Központjához –, amely amennyiben szükséges megkereséssel fordulhat a magyar Fogyasztói Központ felé. Ekkor a magyar Fogyasztói Központ, teszi meg a korábban említett lépéseket:

- egyrészt **lefordítja magyar nyelvre** a megküldött panaszt, majd ezt követően közvetlen
- **megkereséssel fordulhat a gazdálkodó szervezethez**, valamint
- szükség esetén, **tájékoztatást nyújt** az igényérvényesítési lehetőségekről.

**Az Európai Fogyasztói Központok** létrehozása nem jelenti azt, hogy ez az egyetlen és kizárólagos útja a fogyasztóknak, határon átnyúló panaszaik rendezésére, ez csupán egy lehetőség. Azonban **a határokon átnyúló kereskedelem**, és ezzel együtt az ahhoz kapcsolódó fogyasztói panaszok **számának növekedése** fokozottan **alátámasztja az Európai Fogyasztói Központ felállításának és működtetésének szükségességét**, erősítve mind a hazai, mind a tagországbeli **fogyasztói bizalmat az egységes piac előnyeinek kihasználása terén.**

## Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

**Számos dolgot tehetünk**, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**5. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**  
9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára  
Téma: Fogyasztóvédelmi természetű panaszok és  
orvoslásának lehetőségei.  
Jogorvoslati fórumok

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmalmsítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

*„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program*

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor- szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	<b>A foglalkozás témája: a panaszok intézése és a jogorvoslati fórumok</b>	
1.	<b>A foglalkozás első része:</b>	<b>Fogyasztóvédelmi természetű panaszok jogszabályi környezete</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>Vita a fogyasztói panaszokról. Javaslat: a diákok meséljenek a saját élményeikről, kinek milyen természetű panasza volt, és azt milyen módon sikerült, vagy nem sikerült orvosolni</b>	
2.	<b>A foglalkozás második része:</b>	<b>A vásárlók könyve, az NFH szerepe, az ügyfélszolgálatok. Mi a fogyasztói szerződés?</b>	<b>11-20 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik része:</b>	<b>A Békéltető Testület, mint a fogyasztói jogvita peren kívüli eljárására feljogosított szerv</b>	<b>21-30 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>A foglalkozás negyedik része:</b>	<b>Határon átnyúló panaszok intézése Az Európai Fogyasztói Központ legfontosabb feladatai</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
5.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK és ami mögöttük van A foglalkozás tanulságai</b>	<b>41-45 perc</b>
6.	<b>Javasolt házi feladat</b>	<b>A tanulók végezzenek közvélemény-kutatást a szülők, ismerősök körében a fogyasztóvédelmi természetű panaszokkal kapcsolatban. A legérdekesebbnek tartott témáról írjanak riportot, dolgozatot, maximum egy oldal terjedelemben!!</b>	
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

## TARTALOMJEGYZÉK:

Fogyasztóvédelmi természetű panaszok jogszabályi környezete Magyarországon

Ki tehet panaszbejelentést?

A vásárlók könyve szerepe, rendeltetése

Panaszügyintézésre vonatkozó általános szabályok

Az ügyfélszolgálati tevékenységről

Mit vizsgál a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság a fogyasztói panaszok intézésével kapcsolatban?

Mi a teendő fogyasztói szerződéssel kapcsolatos vita, reklamáció keletkezése során?

A Békéltető Testület, mint a fogyasztói jogvita peren kívüli eljárására feljogosított szerv  
[A békéltető testületek eljárásáról](#)

Mi a békéltető testületi eljárás megindításának feltétele?

Hová kell benyújtani a kérelmet?

Mi minősül a szerződés teljesítése helyének?

Hogyan jár el a békéltető testület?

Milyen eredményre vezethet a békéltető testületi eljárás?

Milyen esetben lehet a bíróságtól a békéltető testület döntésének felülvizsgálatát kérni?

Hol található meg a békéltető testületekre vonatkozó információk?

Határon átnyúló panaszok intézése

Az Európai Fogyasztói Központ legfontosabb feladatai

## MELLÉKLETEK

Panaszbejelentések alakulása egy (volt) önálló Megyei Fogyasztóvédelmi Felügyelőség 2005-2006. évi gyakorlatából

Példa egy közüzemi szolgáltató panaszintézési gyakorlatáról és annak eredményéről

A panasz intézésére vonatkozó jogszabályi kivonatok

1.) a fogyasztóvédelemről 1997. évi CLV. törvény VI. Fejezete: A fogyasztói jogok érvényesítése

2.) A kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet

3.) a szolgáltatási tevékenység megkezdésének és folytatásának általános szabályairól 2009. évi LXXVI. törvény III. Fejezet

4.) Az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló

Kérelem-minta: a békéltető testületi eljárás lefolytatására

## MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ

Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.

*„A felkészült fogyasztó a legvédelettebb fogyasztó”*

**JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:**

- 1.) Mikor, milyen esetben beszélhetünk panaszról?
- 2.) Ki és hova tehet panaszbejelentést?
- 3.) Mi a vásárlók könyve és mi a rendeltetése?
- 4.) Mennyi időn belül köteles válaszolni a kereskedő a vásárlók könyvébe eszközölt bejegyzésre?
- 5.) Melyek a panaszügyintézésre vonatkozó általános szabályok?
- 6.) Mit vizsgál a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság a fogyasztói panaszok intézésével kapcsolatban?
- 7.) Mikor, milyen esetben kell a békéltető testülethez fordulni?
- 8.) Hogyan jár el a békéltető testület?
- 9.) Milyen eredményre vezethet a békéltető testületi eljárás?
- 10.) Milyen esetben lehet a bíróságtól a békéltető testület döntésének felülvizsgálatát kérni?
- 11.) Mi a határon átnyúló panaszok intézésének a rendje, menete?

## 12.) SEGÉDLET – IRODALOM– S ZÖVEGGYŰJTEMÉNY:

### Fogyasztóvédelmi természetű panaszok jogszabályi környezete Magyarországon

#### Ki tehet panaszbejelentést?

Az a személy, aki **fogyasztóként** valamilyen árut, terméket, fogyasztási cikket vásárol, vagy szolgáltatást rendel meg, vesz igénybe, és vagy magával a vásárolt termékkel, a nyújtott, az igénybevett szolgáltatással, vagy magával a kereskedelmi szolgáltató egységnek a működésével kapcsolatban kifogása, észrevétele, vagy reklamációja keletkezik.

**Fogyasztónak tekintjük** azt a személyt, aki – gazdasági vagy szakmai tevékenység körén kívül – árut vesz, rendel, kap, használ, illetve akinek a részére a szolgáltatást végzik, továbbá, aki az áruval vagy szolgáltatással kapcsolatos tájékoztatás vagy ajánlat címzettje.

**Panasz** olyan kérelem, bejelentés, amely az egyént, a fogyasztót ért jogi- vagy érdeksérelem megszüntetésére irányul.

A panasz mellett megkülönböztetjük a **közérdekű bejelentést** is, amely olyan körülményre hívja fel a figyelmet, amelynek orvoslása, illetőleg megszüntetése a közösség vagy az egész társadalom érdekét szolgálja. A közérdekű bejelentés javaslatot is tartalmazhat.

**A panaszbejelentést követő eljárás lényege, célja:** A fogyasztói jogok gyakorlásának és érvényre juttatásának elősegítése.

**Panasszal és a közérdekű bejelentéssel bárki fordulhat a tárgykörben eljárásra jogosult szervhez.** A panaszt, illetőleg a bejelentőt nem érheti hátrány a panasz, illetőleg a közérdekű bejelentés megtétele miatt.

A **fogyasztó** a vállalkozásnak az áru fogyasztók részére történő forgalmazásával, illetve értékesítésével közvetlen kapcsolatban álló magatartására, tevékenységére vagy mulasztására vonatkozó **panaszát**

- szóban vagy
- írásban

közölheti a vállalkozással

#### A vásárlók könyve szerepe, rendeltetése

A vásárlók könyvének kötelező használatáról a vonatkozó jogszabályok rendelkeznek.

Így Pl.:

- a kereskedelemről 2005. sz. évi CLXIV. törvény 5. § (4) bekezdése a következőket mondja ki: „Az üzletekben jól látható és könnyen hozzáférhető helyen a kereskedelmi hatóság által hitelesített, folyamatosan számozott oldalú vásárlók könyvét kell elhelyezni. A vásárlók a vásárlók könyvébe bejegyezhetik az üzlet működésével, továbbá az ott folytatott kereskedelmi tevékenységgel kapcsolatos panaszait és javaslataikat. A vásárlót e jogának gyakorlásában megakadályozni vagy befolyásolni tilos”.

Általánosságban a fogyasztóvédelemről 1997. évi CLV. törvény tartalmaz:

- előírásokat, szabályokat a panaszok kezeléséről,

- a panaszok kivizsgálásának rendjéről és
- a kivizsgálás eredményével kapcsolatos tájékoztatási kötelezettségekről, továbbá a szolgáltató egységekre vonatkozóan pedig
- az ügyfélszolgálati irodák kötelező működtetéséről.

(Megjegyzés: a fent hivatkozott és néhány további jogszabályi kivonatot lásd: a vázlat végén!)

#### A vonatkozó jogszabályi előírások értelmében a vállalkozás köteles:

- a fogyasztót tájékoztatni a székhelyéről, a panaszügyintézés helyéről és módjáról;
- a vállalkozás levelezési címéről;
- elektronikus levelezési címéről, illetve internetes címéről, telefonszámáról, ha a panaszokat ilyen módon is fogadja;
- az üzlettel rendelkező vállalkozás esetén a tájékoztatást az üzletben jól láthatóan és olvashatóan kell megadni.

#### Panaszügyintézésre vonatkozó általános szabályok:

- A szóbeli panaszt azonnal meg kell vizsgálni, és szükség szerint orvosolni kell.
- Ha a fogyasztó a panasz kezelésével nem ért egyet, a panaszról és az azzal kapcsolatos álláspontjáról haladéktalanul köteles jegyzőkönyvet felvenni,
  - annak egy másolati példányát a fogyasztónak át kell adni.
- Ha a panasz azonnali kivizsgálása nem lehetséges, a vállalkozás a panaszról haladéktalanul köteles jegyzőkönyvet felvenni, és
  - annak egy másolati példányát köteles a fogyasztónak átadni.
- Az írásbeli panaszt a vállalkozás harminc napon belül köteles írásban megválaszolni.
- A panaszt elutasító álláspontját a vállalkozás indokolni köteles. A válasz másolati példányát három évig köteles megőrizni, s azt az ellenőrző hatóságoknak bemutatni.
- A panasz elutasítása esetén a vállalkozás köteles a fogyasztót írásban tájékoztatni arról, hogy panaszával
  - a fogyasztóvédelmi hatóság, illetve
  - a békéltető testület
 eljárását kezdeményezheti.
- Ilyekor meg kell adni az illetékes fogyasztóvédelmi hatóság, illetve a vállalkozás székhelye szerinti békéltető testület levelezési címét, elérhetőségét.

#### Az ügyfélszolgálati tevékenységről

A közüzemi, a pénzügyi, a biztosítási, illetve a pénztári szolgáltatási tevékenységet folytató:

- a fogyasztói panaszok intézésére, valamint
- a fogyasztók tájékoztatására

köteles ügyfélszolgálatot működtetni – törvény eltérő rendelkezése hiányában – az ügyfelek részére nyitva álló helyiségben.

Az ügyfélszolgálat működési rendjét, felfogadási idejét a vállalkozás úgy köteles megállapítani, hogy:

- az ügyfélszolgálat megközelítése,

➤ az ahhoz való **hozzáférés** – az ellátott fogyasztók számára és földrajzi eloszlására figyelemmel –  
ne járjon **aránytalan nehézségekkel** a fogyasztókra nézve.

Az ügyfélszolgálat keretében **a vállalkozás köteles biztosítani** legalább azt, hogy

- az ügyfelek részére **nyitva álló helyiségben** működtetett **ügyfélszolgálat** a **hét egy munkanapján 8 órától 20 óráig** nyitva tartson, illetve
- **telefonos eléréssel** működtetett ügyfélszolgálat esetén legalább **a hét egy munkanapján 8 órától 20 óráig** elérhető legyen,

**Az ügyfelek részére nyitva álló helyiségben** működtetett ügyfélszolgálat esetében a fogyasztóknak lehetősége legyen

- elektronikusan és telefonon keresztül is a **személyes ügyintézés időpontjának előzetes lefoglalására**, illetve
- az **elektronikus eléréssel működtetett ügyfélszolgálat** – üzemzavar esetén megfelelő más elérhetőséget biztosítva – **folyamatosan elérhető legyen.**

## Mit vizsgál a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság a fogyasztói panaszok intézésével kapcsolatban?

Ezzel kapcsolatban a **fogyasztóvédelemről szóló** – többszörösen módosított és kiegészített – **1997. évi CLV. törvény 45/A. § (3)** bekezdés pontjában foglaltak értelmében a **fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzi „d) a fogyasztói panaszok intézésére”** vonatkozó rendelkezések **betartását, és eljár azok megsértése esetén.**

A fentiek értelmében csak abban az esetben forduljunk a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatósághoz, ha az un. **fogyasztói szerződéseken kívüli ügyekben** van bejelentenivalónk, azaz – a teljesség igénye nélkül – a kereskedelmi, vendéglátó, vagy szolgáltató üzletben:

- **nem a jogszabályban foglalt határidőben intézték el** a panaszbejelentésünket,
- az üzletben a **szabálytalan áralkalmazás**, vagy egyéb okból származó **vásárlói megkárosítást** tapasztaltunk,
- **lejárt minőség megőrzési-, vagy szavatossági idejű termékek értékesítését tapasztaltunk,**
- **tartós fogyasztási cikk** vásárlása során nem adták át a **garanciajegyet** (a listát lásd a jogszabályi idézetek mellékletében!), vagy
- **bármilyen, az üzlet működésével kapcsolatos szabálytalan jelenséget észlelt, magatartást tapasztalt (Pl.: üzletkörbe nem tartozó termékek értékesítése, fiatalokruak szeszes itallal, vagy dohánytermékkel történő kiszolgálása stb.)**

## Mi a teendő fogyasztói szerződéssel kapcsolatos vita, reklamáció keletkezése során?

A **fogyasztói szerződés keretében érvényesített szavatossági és jótállási igények** intézéséről 49/2003. (VII. 30.) GKM rendelet vonatkozó előírásai szerint kell eljárni. A rendelet 1. §-a a következőket mondja ki:

*„A **fogyasztói szerződés** (a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény, a továbbiakban: Ptk. 685. §-ának e) pontja):*

- **hibás teljesítése miatt, vagy**
- **jogszabályon alapuló jótállás keretében**

*érvényesített kifogás intézése során e rendelet szabályai szerint kell eljárni, azoktól a fogyasztó hátrányára eltérni nem lehet”.*

A **fogyasztói szerződés fogalmát** a Polgári Törvénykönyv 685. §-ának e) pontja a következők szerint határozza meg:

- ✓ *„az a **szerződés**, amely fogyasztó és olyan személy között jön létre, aki (amely) a szerződést gazdasági vagy szakmai tevékenysége körében köti”;*

a törvény [Ptk.] jótállásra és kellékszavatosságra vonatkozó szabályai alkalmazásában az a szerződés minősül fogyasztói szerződésnek, amelynek

- ✓ **tárgya ingó dolog, kivéve a villamos energiát, a – tartályban, palackban vagy egyéb módon korlátozott mennyiségben vagy meghatározott úrtartalommal ki nem szerelt – vizet és gázt, továbbá**
- ✓ **a végrehajtási eljárás vagy más hatósági intézkedés folytán eladott dolgot, valamint**
- ✓ **az olyan árverésen eladott használt dolgot,**

amelyen a **fogyasztó személyesen részt vehet (fogyasztási cikk)**".

## **A Békéltető Testület, mint a fogyasztói jogvita peren kívüli eljárására feljogosított szerv**

Fogyasztói jogvita esetén amennyiben **nem sikerül a vitát a kereskedővel, szolgáltatóval rendezni**, a bírósági út előtt érdemes a békéltető testületek segítségét igénybe venni.

**A békéltető testületek a gazdasági kamarák mellett működő független testületek**, amelyek eljárásának célja:

- a fogyasztó és a gazdálkodó szervezet közötti vitás ügy egyezsége alapuló rendezésének megkísérlése,
- ennek eredménytelensége esetén pedig az ügy eldöntése a fogyasztói jogok gyors, hatékony és egyszerű érvényesítésének biztosítása érdekében.

**A békéltető testület hatáskörébe tartozik:**

- ✓ **az áruk és a szolgáltatások minőségével, biztonságosságával,**
- ✓ **a termékfelelősségi szabályok alkalmazásával, valamint**
- ✓ **a szerződések megkötésével és teljesítésével**

**kapcsolatos fogyasztói jogviták bírósági eljáráson kívüli rendezése.**

**A békéltető testületi eljárást a hiánytalan kérelem beérkezését követő:**

- **hatvan napon belül be kell fejezni,**
- indokolt esetben ez a határidő a testület elnöke által **harminc nappal** meghosszabbítható.

**A Békéltető testület előtti eljárás díjmentes.**

## **A békéltető testületek eljárásáról**

**A békéltető testület intézményét, mint a fogyasztói jogviták alternatív, peren kívüli rendezésének fórumát az 1998. március 1-jén hatályba lépett fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény hozta létre.**

Megalkotását – az 1991. december 16-án Brüsszelben aláírt és az 1994. évi I. törvénnyel kihirdetett Európai Megállapodás 68. cikkének fogyasztói érdekvédelemmel összefüggő – jogharmonizációs kötelezettség indokolta.

**A békéltető testületek a működésüket 1999. január 1-jén kezdhették meg.**

## **Ki kezdeményezhet békéltető testületi eljárást?**

**A békéltető testület eljárása a fogyasztó kérelmére indul. A kérelmet a békéltető testület elnökéhez kell írásban benyújtani.** (Kérelem-mintát lásd a mellékletben!)

**A kérelemhez csatolni kell azt az okiratot, illetve annak másolatát (kivonatát), amelynek tartalmára a fogyasztó bizonyítékként hivatkozik, így különösen a vállalkozás írásbeli nyilatkozatát a panasz elutasításáról, ennek hiányában a fogyasztó rendelkezésére álló egyéb írásos bizonyítékot az előírt egyeztetés megkísérléséről.**

**Ha a fogyasztó meghatalmazott útján jár el, a kérelemhez csatolni kell a meghatalmazást.**

**Fogyasztó:** az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységi körén kívül eső célok érdekében eljáró **természetes személy**, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz, vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje.

A fogyasztó **meghatalmazás útján is eljárhat**. Meghatalmazott lehet bármely természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező szervezet.

### **Mi a békéltető testületi eljárás megindításának feltétele?**

A békéltető testület eljárása megindításának feltétele, hogy **a fogyasztó az érintett vállalkozással közvetlenül megkísérelje a vitás ügy rendezését.**

### **Mit jelent az írásbeliség követelménye?**

Az írásbeliség követelményének **levél, távirat, távgépíró vagy telefax** útján, továbbá bármely egyéb olyan eszközzel is eleget lehet tenni, amely a címzett számára lehetővé teszi a neki címzett adatoknak az adat céljának megfelelő ideig történő tartós tárolását, és a tárolt adatok változatlan formában és tartalommal történő megjelenítését.

### **Hová kell benyújtani a kérelmet?**

Az eljárásra **a fogyasztó lakóhelye vagy tartózkodási helye szerinti békéltető testület illetékes**. A fogyasztó erre irányuló kérelme alapján a fogyasztó lakóhelye vagy tartózkodási helye szerinti békéltető testület helyett:

- ✓ **a szerződés teljesítésének helye** vagy
- ✓ a fogyasztói **jogvitával érintett vállalkozás**, illetve
- ✓ az annak képviselőjére **feljogosított szerv székhelye**

szerinti békéltető testülethez is benyújtható a kérelem.

**A fogyasztó belföldi lakóhelye és tartózkodási helye hiányában a békéltető testület illetékességét a fogyasztói jogvitával érintett vállalkozás** vagy az annak képviselőjére feljogosított szerv székhelye alapítja meg, azonban az eljárás az itt említett békéltető testület helyett - a fogyasztó erre irányuló kérelme alapján - a szerződés teljesítésének helye szerinti testület is illetékes, ha a teljesítés helye belföldön található.

Ha több fogyasztó közösen terjeszt elő kérelmet, bármelyik kérelmezőre illetékes testület valamennyi kérelmezőre nézve illetékes

### **Mi minősül a szerződés teljesítése helyének?**

A **szerződés megkötésének helye**, valamint a szerződés teljesítésének helye nem minden esetben esik egybe.

A Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény 278. § (2) bekezdése értelmében, ha a szolgáltatás tárgyát a kötelezett lakóhelyétől, illetőleg székhelyétől különböző helyre kell küldeni, s azt, vagy valamely közbeeső helyet nem kötötték ki teljesítési helyként, a teljesítés azzal történik meg, hogy a szolgáltatás tárgyát a kötelezett elküldés, illetőleg elszállítás végett a jogosultnak, a szállítványozónak vagy a fuvarozónak átadja.

**Fogyasztói szerződés esetében a teljesítés a fogyasztó részére való átadással történik meg.**

## Hogyan jár el a békéltető testület?

A békéltető testület általában **háromtagú tanácsban jár el**. Az eljáró tanács:

- ✓ egyik tagját az eljárást megindító **fogyasztó**,
- ✓ egy másik tagját pedig az eljárással **érintett vállalkozás jelöli ki** a testületi tagok listájáról.

Az eljáró **tanács elnökét**, továbbá, ha a felek bármelyike a megadott határidőn belül:

- ✓ nem él a jelölés lehetőségével, vagy
- ✓ ha más okból szükséges, az eljáró tanács hiányzó tagját a testület elnöke jelöli ki,

figyelemmel arra, hogy **legalább egy tag a fogyasztói érdekek képviselőjét ellátó társadalmi szervezetek által jelölt**,

**egy másik tag pedig a kamara által kijelölt testületi tagok közül kerüljön ki**, valamint minden olyan szempontra, amely nagy valószínűséggel **biztosítja független és pártatlan testületi tag kijelölését**.

**Ha a testület elnöke** szerint a fogyasztói jogvita egyszerű megítélésű, az eljárás lefolytatására **egyedül eljáró testületi tagot jelöl ki**. Ha azonban mindkét fél – az általa jelölhető testületi tag megjelölésével – azt kéri, a békéltető testület ebben az esetben is háromtagú tanácsban jár el.

**Egyedül eljáró testületi tagként csak az jelölhető ki**, aki **jogi végzettséggel rendelkezik**, és a megelőző három évben **nem állt** az őt jelölő kamarával, illetve fogyasztói érdekek képviselőjét ellátó társadalmi szervezettel, vagy ezek tagjával **munkaviszonyban vagy munkavégzésre irányuló egyéb jogviszonyban**.

A békéltető testület eljárása **nem nyilvános**, kivéve, ha az eljárás nyilvánosságához mindkét fél hozzájárul.

## Milyen eredményre vezethet a békéltető testületi eljárás?

Ha az eljárás során a felek között létrejött egyezség megfelel a jogszabályoknak, azt a **tanács határozattal jóváhagyja**.

**Egyezség hiányában a tanács az ügy érdemében:**

- **kötelezést tartalmazó határozatot hoz**, ha a kérelem **megalapozott**, és a vállalkozás – a békéltető testületnél vagy a kamaránál nyilvántartott, illetve kereskedelmi kommunikációjában közölt – általános alávetési nyilatkozatában, az eljárás kezdetekor vagy legkésőbb a döntés meghozataláig nyilatkozatában a békéltető testület döntését magára nézve kötelezőként elismerte, vagy
- **ajánlást tesz**, ha a kérelem **megalapozott**, azonban a vállalkozás az eljárás kezdetekor úgy nyilatkozott, hogy a tanács döntését kötelezőként **nem ismeri el**, illetve ha a tanács döntésének elismeréséről egyáltalán **nem nyilatkozott**.

**A tanács az eljárást megszünteti, ha**

- a **fogyasztó a kérelmét visszavonja**,
- a **felek** az eljárás megszüntetésében **megállapodnak**,
- az **eljárás folytatása lehetetlen**,
- az **eljárás folytatására** a tanács megítélése szerint bármely okból – ideértve a kérelem megalapozatlanságát is – **nincs szükség**.

## Milyen esetben lehet a bíróságtól a békéltető testület döntésének felülvizsgálatát kérni?

A fél a kötelezést tartalmazó határozat, illetve az ajánlás részére történt kézbesítésétől számított tizenöt napon belül keresettel annak hatályon kívül helyezését kérheti a békéltető testület székhelye szerint illetékes megyei bíróságtól, ha

- a tanács összetétele vagy eljárása nem felelt meg e törvény rendelkezéseinek,
- a békéltető testületnek nem volt hatásköre az eljárásra, vagy
- a kérelem meghallgatás nélküli elutasításának lett volna helye, mert a felek között ugyanabból a ténybeli alapból származó ugyanazon jog iránt korábban más békéltető testület előtt eljárást indítottak, közvetítői eljárást indítottak, per van folyamatban vagy annak tárgyában már jogerős ítéletet hoztak.

A vállalkozás az ajánlás hatályon kívül helyezését az említetteken túl – az ajánlás részére történt kézbesítésétől számított tizenöt napon belül – akkor is kérheti a békéltető testület székhelye szerint illetékes megyei bíróságtól, ha az ajánlás tartalma nem felel meg a jogszabályoknak.

A pert a békéltető testülettel szemben kell megindítani. A bíróság ítélete kizárólag a kötelezést tartalmazó határozat, illetve az ajánlás hatályon kívül helyezésére vonatkozhat. A bíróság a tanács kötelezést tartalmazó határozatának végrehajtását a fél kérelmére felfüggesztheti.

## Hol található meg a békéltető testületekre vonatkozó információk?

A fogyasztóvédelemért felelős miniszter a minisztérium honlapján gondoskodik a következők közzétételéről:

- ✓ a békéltető testületek címe és telefonszáma,
- ✓ a békéltető testületek tagjainak listái,
- ✓ a békéltető testületek eljárására vonatkozó törvényi rendelkezések rövid, közérthető bemutatásával előmozdító tájékoztatás,
- ✓ a békéltető testületek tevékenységét összefoglaló tájékoztatók,
- ✓ a békéltető testületek eljárását akadályozó vállalkozások jegyzéke,
- ✓ az egyes békéltető testületeknél, valamint a Magyar Kereskedelmi és Iparkamaránál általános alávetési nyilatkozatot tett vállalkozások jegyzéke az alávetés esetleges korlátozásának megadásával, továbbá
- ✓ eljárási szabályzatok (amennyiben van az adott testületre vonatkozóan).

Ezt követően tekintsük át milyen módon, miként intézhetjük a panaszainkat, ha azok határainkon kívül történnek.

## Határon átnyúló panaszok intézése

A külföldi vásárlással, szolgáltatások igénybevételével kapcsolatosan felmerülő fogyasztói panaszokat nevezzük, határon átnyúló fogyasztói panaszoknak.

A határon átnyúló fogyasztói panaszok tekintetében további problémát jelenthet, hogy mindig a szolgáltatás helyszíne szerinti szabályok az irányadók. Vagyis ausztriai vásárlás esetén az osztrák-, spanyolországi nyaralás esetén a spanyol jog szerint érvényesíthetjük igényünket. Feltehetőleg nincs olyan fogyasztó, aki minden uniós tagállam fogyasztóvédelemmel kapcsolatos jogszabályait ismerné.

A határon átnyúló fogyasztói panaszok érvényesítésére **más tagállambeli fórum előtt kell, hogy sor kerüljön**, ezért az egyes fogyasztó – részben a rendszer ismeretlensége, részen az esetleges nyelvi nehézségek miatt – fokozottan kiszolgáltatott helyzetben van.

Az **EU nem rendelkezik** minden területre kiterjedő, **egységes fogyasztóvédelmi szabályokkal**. Különösen igaz ez a jogérvényesítés eszközeire. Eppen ezért, **fontos a közös fogyasztóvédelmi szabályok és gyakorlatok Európa-szerte való összehangolása:**

- nem csupán **az áruk és szolgáltatások** biztonságosságára vonatkozóan,
- hanem a **fogyasztók gazdasági érdekeinek** azon szempontjaira is, amelyek a fogyasztókban növelhetik **a belső piacon bárhol kötendő ügyletekhez szükséges bizalmat**.

Az unió úgynevezett „rég” tagországaiban **már korábban is szembesültek ezekkel a problémákkal**.

A **határon átnyúló panaszok** orvoslásának elősegítése érdekében, az Európai Bizottság Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága támogatásával kerültek kialakításra az **Európai Fogyasztói Központok** (*European Consumer Centre ECC*) (*továbbiakban: Fogyasztói Központ*). Az elgondolás azon alapult, hogy valamennyi tagállamban alakuljanak meg a Fogyasztói Központok és így egy hálózatot alkossanak, mely révén lehetőség nyílik egy formalizált együttműködésre.

### **Az Európai Fogyasztói Központ legfontosabb feladatai**

- ✓ **Fogyasztói tájékoztatás** a hazai és uniós fogyasztóvédelmi **rendelkezésekről**, valamint azok érvényesíthetőségéről.
- ✓ **Információnyújtás, tanácsadás és segítségnyújtás** a lehetőségek megismeréséhez arra az esetre, ha a határon átnyúló áru vagy szolgáltatás vásárlása során problémák merülnek fel.
- ✓ **Segítségnyújtás a fogyasztóknak** kereskedővel/szolgáltatóval történő egyezség/megállapodás létrehozásában a határon átnyúló fogyasztói jogvitában.
- ✓ Elvégzi az igényérvényesítéshez szükséges **fordítási feladatokat**.
- ✓ Szükség szerint **továbbítja a fogyasztói panaszt** a hatáskörrel és illetékességgel rendelkező alternatív vitarendező testület felé.
- ✓ Szükség szerint továbbítja a fogyasztói panaszt **az illetékes uniós tagország Európai Fogyasztói Központja felé**.
- ✓ Részt vesz **a fogyasztóvédelmi politika fejlesztésében**, mind nemzetközi, mind Európai Unió szinten.

A **Fogyasztói Központok** feladataik ellátása során **csak és kizárólag a határon átnyúló fogyasztói panaszokkal foglalkoznak**. A **belföldi** fogyasztói panaszok **nem tartoznak hatáskörükbe**.

A Fogyasztói Központ **tevékenységét alapvetően két részre lehet osztani:**

- ✓ egyrészt a **hazai fogyasztókat** érintő feladatokra,
- ✓ másrészt a **többi tagállam állampolgárainak** határon átnyúló panaszkezelésére.

A **hazai fogyasztók** tekintetében fontos különbséget tenni:

- ✓ az **előzetes információnyújtás**, és
- ✓ az **utólagos panaszkezelés** között.

A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy **kiemelkedő szerepe van a preventív tanácsadásnak**, mellyel:

- ✓ számos fogyasztói panasz megelőzhető, illetve
- ✓ ezek kockázata csökkenthető.

Az információnyújtás segítik az év során **kiadásra kerülő tanulmányok**, a **Fogyasztói Központ honlapja**, melynek tartalma folyamatosan bővül, és nem utolsósorban a mostani számtól kezdve a **KOSÁR Magazinban** biztosított rendszeres megjelenés.

Már megtörtént **határon átnyúló fogyasztói panasz** esetében:

- a gazdálkodó szervezet székhelye szerinti vitarendezési fórum jár el,
- e tagállam anyagi jogát és eljárási szabályozását alkalmazva.

A fogyasztónak az idegen állam fórumához fordulásból adódó nehézségeit a **saját nemzeti koordináló állomása** (Fogyasztói Központ), **segíti** illetve vállalja át.

Mindez azt jelenti, hogy **egy külföldi vásárlással, szolgáltatással kapcsolatos panaszbejelentést**, megteheti a fogyasztó a **nemzeti Fogyasztói Központban**, ahol a panasz **angol nyelvre történő fordítását** követően, megküldésre kerül a lefordított anyag a **másik tagállam Fogyasztói Központjába**.

A **gazdálkodó szervezet székhelye szerinti tagállam** irodája egyrészt közvetlenül **megkereséssel** fordulhat a gazdálkodó szervezethez. Ha a megkeresés eredményes, általában **nincs szükség további lépésekre**, és a fogyasztói panasz rendezése eredményesen zárul.

**Amennyiben nem vezet eredményre**, tájékoztatást nyújt az igényérvényesítési lehetőségekről, különös tekintettel az **alternatív vitarendezési eljárásokról**, valamint azok feltételeiről, mely **a hazai Fogyasztói Központon keresztül** jut el a panaszoshoz.

A fentiekből következik, hogy **a Fogyasztói Központok eljárása írásbeliségen** alapul. A fogyasztók **személyesen vagy írásban** (ez lehet elektronikus és hagyományos levél is) fordulhatnak a Fogyasztói Központhoz, de konkrét megkeresés esetén, elsősorban a fordítási feladatok miatt, elengedhetetlen az **írásos forma**.

**Amennyiben más tagállam fogyasztójának van panasa magyar gazdálkodó szervezet** tevékenysége kapcsán, elsősorban **hazája Fogyasztói Központját** célszerű felkeresnie – természetesen a fogyasztók közvetlenül is fordulhatnak az érintett tagállam Fogyasztói Központjához –, amely amennyiben szükséges megkereséssel fordulhat a magyar Fogyasztói Központ felé. Ekkor a magyar Fogyasztói Központ, teszi meg a korábban említett lépéseket:

- egyrészt **lefordítja magyar nyelvre** a megküldött panaszt, majd ezt követően közvetlen
- **megkereséssel fordulhat a gazdálkodó szervezethez**, valamint
- szükség esetén, **tájékoztatást nyújt** az igényérvényesítési lehetőségekről.

**Az Európai Fogyasztói Központok** létrehozása nem jelenti azt, hogy ez az egyetlen és kizárólagos útja a fogyasztóknak, határon átnyúló panaszaik rendezésére, ez csupán egy lehetőség. Azonban **a határokon átnyúló kereskedelem**, és ezzel együtt az ahhoz kapcsolódó fogyasztói panaszok **számának növekedése** fokozottan **alátámasztja az Európai Fogyasztói Központ felállításának és működtetésének szükségességét**, erősítve mind a hazai, mind a tagországbeli **fogyasztói bizalmat az egységes piac előnyeinek kihasználása terén**.

## MELLÉKLETEK

### Panaszbejelentések alakulása egy (volt) önálló Megyei Fogyasztóvédelmi Felügyelőség 2005-2006. évi gyakorlatából

A Veszprém megyei Fogyasztóvédelmi Felügyelőség ügyfélforgalma 2006. évben jelentősen (1208-al, 53,43 %-al) megugrott, elérte a 3.469-t, ezen belül az állampolgári kérelmekkel, panaszügyekkel kapcsolatos 1.887.

**Az ügyfélforgalmon belül tovább csökkent mind a panaszbejelentések, mind a – helyszíni ellenőrzést is igénylő – kivizsgált bejelentések száma.**

Ez a tendencia 2003-tól, a fogyasztói szerződésekkel kapcsolatos jogszabályváltozások hatálybalépése óta, volt megfigyelhető.

Érdekesség, egyben figyelemreméltó, hogy a megyében a **konkrét panaszbejelentések több mint 80 %-a bizonyult jogosnak** a kivizsgálásukat követően.

A Felügyelőség 2006 évben összesen **414 panaszt vizsgált ki** (30 db-al kevesebbet, mint egy évvel korábban). A kivizsgálásukat követően **jogosnak minősített panaszok száma 329 volt, amely 79,5 %-os aránynak felel meg**, amely megegyezett a 2005. évi szinttel.

A beérkezett és kivizsgált **panaszok szakágazat szerinti csoportosítása** az alábbiak szerint alakult:

Profil	Beérkezett (db)		Kivizsgált (db)		Jogos panaszok			
	2005.	2006.	2005.	2006.	száma, db		aránya, %	
					2005.	2006.	2005.	2006.
Élelmiszer	70	45	63	48	46	36	73,02	75,00
Vendéglátó	30	25	30	24	19	19	63,33	79,17
Idegenforgalom	6	8	9	8	8	7	88,89	87,50
Vegyipari term.	17	13	14	10	2	7	14,29	70,00
Iparcikk	67	91	80	127	73	103	91,25	81,10
Fogyaszt. cikk	94	46	123	60	107	46	87,00	76,67
Építőanyag	38	29	42	30	37	25	88,10	83,33
Szolgáltatások	107	123	77	87	56	71	72,73	81,61
Egyéb	12	33	6	20	6	15	100,00	75,00
<b>ÖSSZESEN</b>	<b>441</b>	<b>413</b>	<b>444</b>	<b>414</b>	<b>354</b>	<b>329</b>	<b>79,73</b>	<b>79,47</b>

Változatos volt a **bejelentések számának alakulása**.

Szinte **valamennyi termékcsoporthoz csökkent** a beérkezett bejelentések száma: kisebb mértékben csökkent a vendéglátó üzletekkel kapcsolatos, az építőanyagok tekintetében. A **fogyasztási- és az iparcikkek** termékek csoportjainál mindössze 15-tel csökkent a bejelentések száma. Növekedett a szolgáltatások (+16), és az egyéb szakmai csoportban (+21).

Továbbra is **meghatározóak a minőségi kifogások szabálytalan intézésével kapcsolatos bejelentések**. Annak ellenére, hogy közel 3 éve a megyei fogyasztóvédelmi felügyelőségeknek már vajmi kevés közük és mozgásterük volt, az un. fogyasztói szerződésekkel kapcsolatos jogviták intézésében, nagy számban érkeztek a felügyelőségek segítségét kérő bejelentések.

A bejelentésekből arra lehetett következtetni, hogy a **vállalkozók többsége „nagyon örül”** az ezzel kapcsolatos **jogszabályváltozásoknak**, mert szívesen **elutasítja**, illetve **megtagadja a minőségi reklamációk intézését**, amelynek különböző megnyilvánulási formáival,

eszköztárával találkozhattak, mint pl.: a reklamáció intézésének **szándékos lassításától, késleltetésétől** kezdve annak **elutasításáig**.

Természetesen **az állami fogyasztóvédelem is csak a jogszabályi kereteken belül, a rendelkezésére álló jogi eszközökkel tudott „segíteni” a rászoruló fogyasztókon.**

A kivizsgálásukat követően **jogosnak minősített bejelentések (199) több mint négyötöde (85,93 %) az áruk minőségével volt kapcsolatos**, ami ugyancsak elgondolkodtató!

A 2006. év végi jogszabály módosításokkal azonban **2007. évtől már nem tartozott a felügyelőségek hatáskörébe a panaszok kivizsgálása!** Ezzel a megoldással **tovább szűkült** (ha úgy tetszik sérült!) a fogyasztók jogérvényesítését szolgáló eszközök tára.

A **bejelentések** egyébként **sok információt szolgáltatnak a hatóságok számára is**, mert azokból

- ✓ egyrészt következtetni lehetett a panasz tárgyát képező **termék minőségére**,
- ✓ másrészt pedig a **vállalkozó jogszabályokat sértő magatartására, tevékenységére.**

Az ilyen tartalmú bejelentések kivizsgálásakor ugyanis az esetek jelentős hányadában – a **hatósági kényszerítő eszközök alkalmazásának elmaradása ellenére is vállalta a reklamáció elintézését**, saját hatáskörében! Továbbra is hatályban van – a minőségi kifogások intézésével kapcsolatos – azon jogszabályi előírás, amely értelmében a hatóság megvizsgálhatja, hogy a minőségi reklamáció bejelentésekor felvették-e a reklamációs jegyzőkönyvet. A fenti jogszabály módosítással **a kereskedők még elutasítóbbak lettek** a minőségi reklamáció bejelentésekor és annak intézésekor.

A **fogyasztói szerződésekkel kapcsolatban** – a minőségi reklamációk miatt – **keletkező jogviták rendezésére kijelölt Békéltető Testületek nagyon alacsony határfokkal működtek**, mert nem voltak képesek érvényt szerezni a saját maguk által hozott határozatban foglaltaknak, tekintettel arra, hogy kötelező döntést csak az eljárásban résztvevők előzetes alávetési nyilatkozata birtokában hozhatnak.

A bejelentések másik csoportja **a szolgáltatók számlázási gyakorlatára**, illetve a számlák tartalmára irányult.

Érkeztek bejelentések az egyes kereskedelmi egységekben tapasztalt **egyéb negatív jelenségekről** is (Pl.: vásárlók megkárosítása, a vásárlók könyve szabálytalan kezelése, üzletkörbe nem tartozó termék értékesítés, az üzleti higiénia, vagy a kiszolgálás megtagadása, stb.)

## Példa egy közüzemi szolgáltató panaszintézési gyakorlatáról és annak eredményéről (Egy víz- és csatornaszolgáltató esetében)

### A fogyasztói panaszok fogalma

Fogyasztói panasz a víz-, illetve csatornaszolgáltatási tevékenységgel kapcsolatos negatív észrevétel.

Nem tekintik fogyasztói panasznak:

- a tájékoztatást kérő megkeresést
- a részletfizetési vagy egyéb méltányossági kérelmet
- a hibabejelentést
- a más fogyasztó szabálytalan vízvételére vagy csatornamű használatára vonatkozó bejelentést.

### A fogyasztói panaszok fajtái

- **Számlareklamáció:** a számlán szereplő mérőállásra, az elszámolt fogyasztásra, az alkalmazott vízdíjra/csatornadíjra, továbbá a számlán szereplő bármely számlaadatra vonatkozó kifogás, negatív észrevétel.
- **Szolgáltatás minőségére vonatkozó panasz:** a vízminőségre, a nyomásra, valamint a vízvételre vagy a csatornamű működésére, szaghatásra, továbbá az alkalmazottak magatartására vonatkozó negatív fogyasztói bejelentések.
- **Műszaki panasz:** olyan reklamáció, amely műszaki okokra vezethető vissza (pl. a vízmérő helytelen, illetve rendellenes működésére vonatkozó fogyasztói bejelentések, bekötőcső meghibásodás, mérő elfagyás, mérő eltulajdonítás vagy rongálás, aknában történő vízfolyás).
- **Jogi probléma:** a szolgáltatási szerződésekkel, szerződésszegéssel kapcsolatos panaszokat, valamint védőterületekre, szolgálmi joggal, illetve egyéb jogi megkeresésre vonatkozó reklamációkat soroljuk ide.
- **Kártérítési igény:** a szolgáltatási tevékenységgel összefüggésben előterjesztett bármilyen anyagi vagy nem anyagi jellegű igény.
- **Egyéb reklamációk:** a fenti pontokba nem sorolható panaszok.

### A panasz kivizsgálása

A fogyasztói megkeresések kivizsgálását és írásban történő megválaszolását a lehető legrövidebb idő alatt, de legkésőbb a beérkezéstől számított **15 napon belül elvégezzük**. Indokolt esetben előfordulhat, hogy meghosszabbítjuk a határidőt, melyről írásban értesítjük a panasztevőt.

- **Jogos panasz:** ha az ügyfél nem azt kapta, amit társaságunk a szerződésben vállalt, vagy amit a hatályos jogszabályok előírnak, tehát valamilyen hibát, mulasztást követtünk el vele szemben.
- **Megalapozatlan panasz:** ha az ügyfél nem azt kapta, amit várt, ugyanakkor maradéktalanul teljesítettük, amit a szerződésben vállaltunk, és a hatályos jogszabályokat betartva jártunk el.
- **Panasz felülvizsgálati kérelem:** amennyiben az ügyfél az ügyintézésrel nem elégedett, illetve a panaszára érkezett válaszban foglaltakkal nem ért egyet, és ismételten kéri panaszának kivizsgálását.

## A PANASZ INTÉZÉSÉRE VONATKOZÓ JOGSZABÁLYI KIVONATOK

## 1.) a fogyasztóvédelemről 1997. évi CLV. törvény VI. Fejezete: A fogyasztói jogok érvényesítése

### Panaszkezelés, ügyfélszolgálat


**17/A. §** (1) A vállalkozás köteles a fogyasztót tájékoztatni a székhelyéről, a panaszügyintézés helyéről - ha az nem egyezik meg a forgalmazás, illetve értékesítés helyével - és az adott tevékenység, kereskedelmi forma vagy módszer sajátosságaihoz igazodó módjáról, valamint a panaszok közlése érdekében a vállalkozás vagy a vállalkozás 17/B. § szerinti ügyfélszolgálatának levelezési címéről és - ha a panaszokat ilyen módon is fogadja - elektronikus levelezési címéről, illetve internetes címéről, telefonszámáról. Üzlettel rendelkező vállalkozás esetén az e bekezdés szerinti tájékoztatást jól láthatóan és olvashatóan kell megadni.

(2) A fogyasztó a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő forgalmazásával, illetve értékesítésével közvetlen kapcsolatban álló magatartására, tevékenységére vagy mulasztására vonatkozó panaszát szóban vagy írásban közölheti a vállalkozással.

(3) A szóbeli panaszt azonnal meg kell vizsgálni, és szükség szerint orvosolni kell. Ha a fogyasztó a **panasz** kezelésével nem ért egyet, a vállalkozás a panaszról és az azzal kapcsolatos álláspontjáról haladéktalanul köteles jegyzőkönyvet felvenni, s annak egy másolati példányát a fogyasztónak átadni. Ha a **panasz** azonnali kivizsgálása nem lehetséges, a vállalkozás a panaszról haladéktalanul köteles jegyzőkönyvet felvenni, és annak egy másolati példányát köteles a fogyasztónak átadni, egyebekben pedig az írásbeli panaszra vonatkozóan a (4) bekezdésben írtak szerint köteles eljárni.

(4) Az írásbeli panaszt a vállalkozás - törvény eltérő rendelkezése hiányában - harminc napon belül köteles írásban megválaszolni. A panaszt elutasító álláspontját a vállalkozás indokolni köteles. A válasz másolati példányát három évig köteles megőrizni, s azt az ellenőrző hatóságoknak kérésükre bemutatni.

(5) A **panasz** elutasítása esetén a vállalkozás köteles a fogyasztót írásban tájékoztatni arról, hogy panaszával - annak jellege szerint - mely hatóság vagy a békéltető testület eljárását kezdeményezheti. Meg kell adni az illetékes hatóság, illetve a vállalkozás székhelye szerinti békéltető testület levelezési címét.

 **17/B. §** (1) A közüzemi szolgáltatási tevékenységet folytató vállalkozás, valamint a külön törvényben meghatározott egyéb vállalkozás a fogyasztói panaszok intézésére, valamint a fogyasztók tájékoztatására köteles ügyfélszolgálat működtetéséről gondoskodni oly módon, hogy az - törvény eltérő rendelkezése hiányában - az ügyfelek részére nyitva álló helyiségben kerüljön kialakításra.

(2) Az ügyfélszolgálat működési rendjét, félfogadási idejét a vállalkozás úgy köteles megállapítani, illetve működésének feltételeiről oly módon köteles gondoskodni, hogy az ügyfélszolgálat megközelítése, az ahhoz való hozzáférés - az ellátott fogyasztók számára és földrajzi eloszlására figyelemmel - ne járjon aránytalan nehézségekkel a fogyasztókra nézve. Ennek keretében a vállalkozás köteles biztosítani legalább azt, hogy

a) az ügyfelek részére nyitva álló helyiségben működtetett ügyfélszolgálat a hét egy munkanapján 8 órától 20 óráig nyitva tartson, illetve telefonos eléréssel működtetett ügyfélszolgálat esetén legalább a hét egy munkanapján 8 órától 20 óráig elérhető legyen,

b) az ügyfelek részére nyitva álló helyiségben működtetett ügyfélszolgálat esetében a fogyasztóknak lehetősége legyen elektronikusan és telefonon keresztül is a személyes ügyintézés időpontjának előzetes lefoglalására, illetve

c) az elektronikus eléréssel működtetett ügyfélszolgálat - üzemzavar esetén megfelelő más elérhetőséget biztosítva - folyamatosan elérhető legyen.

(3) Telefonos eléréssel működtetett ügyfélszolgálat, illetve az ügyintézés időpontjának előzetes lefoglalására biztosított telefonos elérés esetében biztosítani kell az ésszerű várakozási időn belüli hívásfogadást és ügyintézését. Az ügyfélszolgálatához beérkező valamennyi telefonon tett szóbeli panaszt, illetve az ügyfélszolgálat és a fogyasztó közötti telefonos kommunikációt hangfelvétellel rögzíteni kell, és a hangfelvételt öt évig meg kell őrizni. Erről a fogyasztót a telefonos ügyintézés kezdetekor tájékoztatni kell. A hangfelvételt a fogyasztónak - kérésére - rendelkezésre kell bocsátani.

(4) Az (1) bekezdésben meghatározott vállalkozások tevékenységére vonatkozó törvény vagy az annak felhatalmazása alapján kiadott kormányrendelet az ügyfélszolgálat működésére vonatkozóan további részletes szabályokat állapíthat meg.

(5) A 17/A. §-tól eltérően az ügyfélszolgálat minden esetben köteles a vállalkozás panasszal kapcsolatos álláspontját és intézkedéseit indokolással ellátva írásba foglalni, és a fogyasztónak a **panasz** beérkezését követő tizenöt napon belül megküldeni, kivéve, ha a fogyasztó panaszát személyesen jelenti be és a vállalkozás az abban foglaltaknak nyomban eleget tesz.

(6) Az ügyfélszolgálat a fogyasztói panaszok intézése és a fogyasztók tájékoztatása során köteles együttműködni a fogyasztói érdekek képviselését ellátó társadalmi szervezetekkel.

**17/C. §** A 17/A. § és a 17/B. § alkalmazásában az írásbeliség követelményének levél, távirat, távgépiró vagy telefax útján, továbbá bármely egyéb olyan eszközzel is eleget lehet tenni, amely a címzett számára lehetővé teszi a neki címzett adatoknak az adat céljának megfelelő ideig történő tartós tárolását, és a tárolt adatok változatlan formában és tartalommal történő megjelenítését.

## **2.) A kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet**

**25. §** (1) A vásárlók könyveként nyomdai úton előállított, legalább tíz A/4-es vagy A/5-ös méretű lapot tartalmazó nyomtatvány alkalmazható.

(2) A vásárlók könyve tartalmazza a kereskedő nevét, címét és székhelyét, valamint cégjegyzékszámát, továbbá az egyéni vállalkozó nyilvántartási számát és a vásárlók könyve használatba vételének időpontját.

(3) A vásárlók könyvét a jegyző a kereskedő kérelmére aláírásával és bélyegzőlenyomatával haladéktalanul hitelesíti, ha az megfelel az (1) és (2) bekezdésben foglaltaknak.

(4) A (3) bekezdéstől eltérően a bejelentésköteles vagy külön engedélyhez kötött kereskedelmi tevékenység esetén a kereskedő ilyen irányú - a bejelentéssel egyidejűleg megtett - kérelmére a jegyző a kereskedő által használni kívánt első vásárlók könyvét az üzlet nyilvántartásba vételével a vásárlók könyve használatba vételének bejelentett időpontjától, mint használatba vételi időponttól hitelesíti. Ebben az esetben a használatba vétel időpontját az üzletet üzemeltető kereskedő cégszerű aláírásával és bélyegzőlenyomatával igazolja.

(5) A kereskedelmi tevékenység ellenőrzésére jogosult hatóságok két évre visszamenőleg vizsgálhatják a vásárlók könyvébe tett bejegyzéseket, valamint az írásbeli vásárlói panaszra adott válasz másodpéldányát.

## **3.) a szolgáltatási tevékenység megkezdésének és folytatásának általános szabályairól 2009. évi LXXVI. törvény III. Fejezet**

### **SZOLGÁLTATÓK TÁJÉKOZTATÁSI KÖTELEZETTSÉGE, PANASZKEZELÉS**

**34. §** (1) A szolgáltató legkésőbb a szolgáltatásra vonatkozó szerződés megkötése előtt, de minden esetben a szolgáltatás nyújtásának megkezdése előtt kellő időben világos és egyértelmű módon, az igénybe vevő külön kérése hiányában is közli a szolgáltatás igénybe vevőjével:

a) a szolgáltató nevét, jogi formáját,

b) székhelyének vagy a szolgáltatás nyújtásában közvetlenül érintett telephelyének címét, ennek hiányában lakcímét, valamint azt, az igénybe vevőkkel való rendszeres kapcsolattartásra szolgáló levelezési címet vagy egyéb elérhetőséget (elektronikus levelezési cím, internetes cím, telefon- vagy telefonszám), amelyen keresztül vele gyors, közvetlen és tényleges kapcsolat létesíthető, és amelyen keresztül a szolgáltatás igénybe vevője - a szolgáltató letelepedési helye szerinti EGT-államtól eltérő EGT-államban lakó vagy letelepedett igénybe vevőket is ideértve - a szolgáltató szolgáltatási tevékenységével összefüggő magatartására, tevékenységére vagy mulasztására vonatkozó panaszát vagy egyéb tájékoztatási igényét közölheti,

**35. § (1)** A szolgáltató az általa nyújtott szolgáltatással összefüggésben az igénybe vevő által közölt panaszt köteles haladéktalanul megvizsgálni és szükség szerint orvosolni, vagy ha a panasszal nem ért egyet, erről a panaszt tájékoztatni. Ha a **panasz** kivizsgálása nyomban nem lehetséges, erről a tényről, és a panaszra való válaszadás várható időpontjáról kell az igénybe vevőt haladéktalanul tájékoztatni.

(2) A panaszt a szolgáltató - ha törvény vagy az Európai Unió általános hatályú, közvetlenül alkalmazandó kötelező jogi aktusa eltérően nem rendelkezik - legkésőbb harminc napon belül köteles írásban megválaszolni, kivéve, ha a szóbeli panaszt nyomban orvosolja.

(3) A **panasz** elutasítása esetén a szolgáltató köteles az igénybe vevőt írásban tájékoztatni ennek indokairól és arról, hogy panaszával - annak jellege szerint - mely hatóságnál kezdeményezhet eljárást, továbbá milyen egyéb nem hatósági vagy bírósági vitarendezési módokat vehet igénybe, az ilyen eljárás megindításához vagy vitarendezési mód igénybevételéhez szükséges információkkal együtt.

**36. §** A Magyar Köztársaság területén letelepedett szolgáltatókra az e fejezetben foglalt, a szolgáltatás díjáról való tájékoztatásra, valamint a panaszkezelésre vonatkozó rendelkezéseket a fogyasztóvédelemről szóló törvény szerinti fogyasztók tekintetében a fogyasztóvédelemről szóló törvényben meghatározott eltérésekkel kell alkalmazni.

#### **4.) Az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló 151/2003. (IX. 22.) kormányrendelet melléklete tartalmazza a kötelező jótállással árusított termékek körét.**

A kormányrendelet alapján **az alábbi termékekre kötelező jótállást biztosítani:**

- 1.) Hűtőszekrény, fagyasztó, kombinált hűtőszekrény
- 2.) Mosógép, centrifuga, szárítógép és ezek bármely kombinációja, mosogatógép, vasalógép
- 3.) Villamos és/vagy gázenergiával működtetett sütő-, főzőberendezések, és ezek kombinációja 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 4.) Vízmelegítők, fűtő-, légkondicionáló- és egyéb légállapot-szabályozó berendezések 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 5.) Porszívó, gőzzel működő tisztítógép, szőnyegtisztító-gép, padlósúroló- és fényesítő-gépek
- 6.) Varrógép, kötógép
- 7.) Motoros kerti gépek, motoros kézi szerszámok, motoros szivattyúk 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 8.) Az egy éves, illetve az egy évnél hosszabb kihordási idejű gyógyászati segédeszközök és készülékek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 9.) Személygépkocsi, motorkerékpár, kerékpár, babakocsi
- 10.) Lakóautó, lakókocsi, utánfutós lakókocsi
- 11.) Biztonsági riasztó- és jelzőberendezések 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 12.) Elektronikus hírközlő végberendezések (telefonok, mobiltelefonok, telefax-készülékek, több funkciók készülékek stb.) 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 13.) Üzenetrögzítők, kihangosító készülékek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 14.) Műholdvevő és AM Micro antenna rendszerek, és ezek részegységei, televíziók, projektorok, videomagnók 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 15.) Rádiók, autórádiók, rádiós ébresztőórák, rádió adó-vevő készülékek, amatőr rádióadók és rádióvevők, műholdas helymeghatározók 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 16.) Lemezjátszók, szalagos és kazettás magnók, CD-felvevők és -lejátszók, DVD-felvevők és -lejátszók, egyéni hangrendszerek és ezek tartozékai (keverőasztal, erősítő, hangszóró, hangfal), mikrofonok és fülhallgatók 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 17.) Fényképezőgépek, film- és hangfelvevő kamerák, videokamerák és camcorderek, film- és írásvetítők, filmnagyítók, filmelőhívó- és filmfeldolgozó készülékek, fotónyomtatók, film- és diaszkennerek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 18.) MP3 lejátszók, pendrive-ok, illetve az ezekhez, valamint a digitális fényképezőgépekhez használatos memóriakártyák 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 19.) Távcsövek, látcsövek, mikroszkópok, teleszkópok, iránytűk, tájolók 10 000 Ft bruttó vételár felett

- 20.) Személyi számítógépek és alkatrészeik, monitorok, nyomtatók, szkennerek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 21.) Számológépek, zsebszámológépek, menedzser-kalkulátorok 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 22.) Írógépek és szövegszerkesztők 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 23.) Hangszerek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 24.) Órák 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 25.) Bútorok 10 000 Ft bruttó vételár felett.

**KÉRELEM-MINTA**  
**békéltető testületi eljárás lefolytatására**

*Tisztelt ..... Testület elnöke!*

.....  
levelezési cím: .....

**Tárgy: Kérelem békéltető testületi eljárás lefolytatására**

*Alulírott* \_\_\_\_\_ (fogyasztó  
neve) lakóhelye/ tartózkodási helye\*:, \_ \_ \_ Ir.sz.  
\_\_\_\_\_ (helyiség)  
\_\_\_\_\_ (köze

lebbi cím) **nyilatkozom, hogy a Fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV törvény (Fgytv.) 27. §-a szerint az alább részletezett fogyasztói jogvita rendezését a megnevezett vállalkozással közvetlenül megkíséreltem, az eredménytelenül végződött, ezért békéltető testületi eljárás lefolytatását kérem.**

**Nyilatkozom, továbbá arról is, hogy az ügyben más békéltető testületi eljárást nem kezdeményeztem, közvetítői eljárást vagy polgári peres eljárást nem indítottam.**

A fogyasztói jogvitával érintett vállalkozás  
neve: \_\_\_\_\_

Székhelye / érintett telephelye\*, \_ \_ \_ Ir.sz. \_\_\_\_\_  
(helyiség)

\_\_\_\_\_ közelebbi cím)

**A szerződés teljesítésének helye:** (csak akkor kell kitölteni, ha a fogyasztó lakóhelye/tartózkodási helye nem Budapest)

\_\_\_\_\_

**A fogyasztói panasz és az azt alátámasztó tények rövid leírása:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(\*megfelelőt aláhúzással jelölje)

Csatolom azokat az okiratokat, illetve azok másolatát amelyek tartalmára bizonyítékként

hivatkozom:

---

---

---

---

---

Csatolom továbbá a vállalkozásnak a Fgytv. 17/A. § (3) vagy (4) bekezdése, illetve a 17/B. § (5) bekezdése szerinti írásbeli nyilatkozatát a panasz elutasításáról.\*\*

---

---

---

---

Csatolt mellékletek lapszáma összesen: \_\_\_\_\_ lap

A testület döntésére irányuló indítványom(\*\*\*):

---

---

---

---

---

---

Kelt \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ év \_\_\_\_\_ hó \_\_\_\_\_ nap.

### Aláírás

(\*\*ennek hiányában a fogyasztó rendelkezésére álló egyéb írásos bizonyítékot az Fgytv 27. §-ban előírt egyeztetés megkísérléséről.)

(\*\*\*) Azt a konkrét, pontosan meghatározott igényt kell feltüntetni, amelynek jogosságát a vállalkozás vitatja és ezért az ügyben a békéltető testület döntését kéri a fogyasztó.

**Fgytv. 29/B. §** A felek meghatalmazott útján is eljárhatnak. Meghatalmazott lehet bármely természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező szervezet.<sup>227</sup>

Ha a fogyasztó meghatalmazott útján jár el, a kérelemhez csatolni kell a meghatalmazást. (Fgytv. 28 § (4))

**Fgytv 29/A. §** A békéltető testület eljárása során az iratokat a feleknek postai szolgáltató útján, a hivatalos iratok kézbesítésére vonatkozó külön jogszabályok szerint kell kézbesíteni.<sup>226</sup>

**MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ**  
**Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

## Sajátos szükségleteik

A kamaszok/ fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyed tanulóknak unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

## Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

Számos dolgot tehetünk, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy **egyes szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

## (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találsz, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**6. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**  
9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára  
Téma: Fogyasztóvédelem a szolgáltatásokban,  
a szolgáltatások tudatos igénybevételének „szabályai”  
A pénzügyi szolgáltatásokról

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmassítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

**„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program**

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	<b>A mai foglalkozás témája ismerkedés a szolgáltatások fogyasztóvédelmi vonatkozásaival</b>	
1.	<b>A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Kíséreljük meg értelmezni a szolgáltatások fogalmát, jellemzőit, csoportjait, csoportosításait</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg személyes példákkal, sztorikkal fűszerezve</b>	
2.	<b>A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az értékesítéshez kapcsolódó, valamint a közüzemi szolgáltatások</b>	<b>11-20 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>kíséreljük meg értelmezni az egyes fogalmakat, van-e összefüggés, kapcsolat az egyes fogalmak között?</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A pénzügyi és biztosítási szolgáltatások tevékenysége</b>	<b>21-30 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>A foglalkozás negyedik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A hírközlési (vezetékes, mobil), valamint az internet szolgáltatókról</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg személyes példákkal, sztorikkal fűszerezve</b>	
5.	<b>Összefoglaló</b>	<b>A szolgáltatások és ami mögöttük van</b>	<b>41-45 perc</b>
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

**Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.**

**„A felkészült fogyasztó a legvédelettebb fogyasztó”**

## **TARTALOMJEGYZÉK:**

**Szolgáltatás, mint különleges termék**

**A szolgáltatások fajtái, csoportosítása**

**Szolgáltatások sajátosságai**

**A szolgáltatások csoportosítása**

**Termék és szolgáltatás vonal**

**A változó minőség okai**

**A szolgáltatások minőségének komponensei**

**Az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások**

**Amit a közüzemi szolgáltatókról tudni kell:**

**A Magyar Energia Hivatal fogyasztóvédelmi feladatai**

**A pénzügyi szolgáltatásokról**

**A biztosítási szolgáltatásokról**

**Az Európai Fogyasztói Központok Hálózatának szerepe a szolgáltatásokkal kapcsolatos panaszok intézésében.**

**Vezetékes távközlési hálózatok esetében: mire ügyeljen a szerződés megkötése előtt?**

**A mobiltelefon szolgáltatókról**

**INTERNET szolgáltatás igénybevétele**

**Milyen sebességű szolgáltatásra van szüksége?**

**Melyek a tipikus csomagban nyújtott szolgáltatások?**

**Milyen postai szolgáltatások vannak?**

**MELLÉKLET - FÜGGELÉK**

**Néhány szolgáltatás igénybevételével kapcsolatban**

**A fogyasztók áramellátása Uniós szabályozás**

**Az egyéb szolgáltatásokról**

**MÓDSZERTANI SEGÉDLET**

## **JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:**

- 1.) Mit értünk szolgáltatás fogalma alatt?
- 2.) Melyek a szolgáltatások sajátosságai?
- 3.) Milyen rendező elvek szerint csoportosíthatjuk a szolgáltatásokat?
- 4.) Mely tényezők alkotják a szolgáltatások minőségének a komponenseit?
- 5.) Melyek az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások?
- 6.) Mely szolgáltatások tartoznak a közüzemi szolgáltatásokhoz?
- 7.) Melyek a Magyar Energia Hivatal fogyasztóvédelmi feladatai?
- 8.) Kik a pénzügyi szolgáltatók?
- 9.) Mit kell tudni a biztosítási szolgáltatókról?
- 10.) Mire ügyeljünk ha mobilszolgáltatót választunk?
- 11.) Mire ügyeljünk ha internet szolgáltatót választunk?
- 12.) Milyen postai szolgáltatások vannak?
- 13.) Mi az Európai Fogyasztói Központok Hálózatának szerepe a szolgáltatásokkal kapcsolatos panaszok intézésében?

## **SEGÉDLET – IRODALOM– SZÖVEGGYŰJTEMÉNY:**

## Szolgáltatás, mint különleges termék

Először kíséreljük meg áttekinteni, értelmezni a szolgáltatás fogalmát

A szolgáltatás fogalmi meghatározására **többféle megközelítés, értelmezés, magyarázat** van „forgalomban”, attól függően, hogy melyik oldalról közelítjük meg.

**A szolgáltatás fogalma** (marketing szemléletű megközelítésben, megfogalmazói: Simkin, Ferrell, Dibb)

### A szolgáltatás

- ❖ **emberi és/vagy technikai erőfeszítések** eredménye;
- ❖ **személyekre, csoportokra és/vagy tárgyakra irányulnak;**
- ❖ **magukban foglalnak egy cselekvési és egy teljesítési aktust és/vagy folyamatot;**
- ❖ maga az **eredmény egy „megfoghatatlan” termék**, amely fizikai értelemben **nem birtokolható;**
- ❖ maga fizikai értelemben nem birtokolható és a **teljesítés ténye a termék.**

Egy másik marketing megközelítés értelmében (Philip Kotler szerint):

**Cselekvés vagy teljesítmény**, amelyet egyik fél felajánlhat a másikkal, ami lényegében:

- nem tárgyasult és
- nem eredményez tulajdonjogot

semmi felett.

A *fogyasztóvédelemről* szóló **1997. évi CLV. törvény** a következő fogalmi meghatározást adja:

*„A szolgáltatás olyan tevékenység, amely a fogyasztóval kialakított közvetlen kapcsolat keretében elégíti ki a fogyasztó szükségletét úgy, hogy a szolgáltatás nyújtása és igénybevétele időben részben vagy teljesen egybeesik.”*

A *szolgáltatási tevékenység megkezdésének és folytatásának általános szabályairól* szóló **2009. évi LXXVI. törvény 2. § (2)** bekezdése az alábbi meghatározásokat tartalmazza:

*„szolgáltatási tevékenység: bármely önálló, üzletszerűen – rendszeresen, nyereség elérése érdekében, gazdasági kockázatvállalás mellett – végzett gazdasági tevékenység, kivéve a termelő tevékenységet és a közhatalom gyakorlását”,*

*„szolgáltató: a szolgáltatási tevékenységet folytató vállalkozás”.*

## A szolgáltatások fajtái, csoportosítása

A szolgáltatások különböző rendező elvek szerint **csoportosíthatóak**, így – többek között: **szerkezet, helyszín, a személyesség foka, tárgya, jellege, termelés, továbbá egyéb szempontok szerint is.**

A nyújtott szolgáltatás szerkezete szerint lehet:

- ✓ **alap szolgáltatás;**

- ✓ **kiegészítő** szolgáltatás (amely az alap szolgáltatás nélkülözhetetlen része vagy a kínálat gazdagítása);
- ✓ **származtatott alapszolgáltatás** (egy másik szegmens részére alapszolgáltatás)

#### Szolgáltatásnyújtás **helyszíne szerint megkülönböztetünk:**

- ✓ **üzemi** (üzem jellegű, rutinszerűek) és
- ✓ **műhely típusú** (egyedi jellegű).

#### Személyesség foka szerint lehet

- ✓ **tömeges** (ezek általában üzem jellegűek, mint pl.: az áramszolgáltató, vagy a távhőszolgáltatás),
- ✓ **csoportos** (pl.: társasutazás, utas-szállítás) és
- ✓ **személyes** (pl.: masszázs, taxi-szolgáltatás).

#### Szolgáltatások tárgya szerint lehet

- ✓ **dologra** (már használatban levő, vagy új dolgokat teszik szükségletek kielégítésére alkalmasabbá, pl. javítószolgálat, tisztítás...);
- ✓ **személyre irányuló** (emberek helyzetében hoz létre kedvező változást, pl. kulturális és oktatási szolgáltatások).

#### A szolgáltatás jellege alapján megkülönböztetünk:

- ✓ **fizikai-anyagi** jellegű, illetve;
- ✓ nem anyagi, **szellemi** szolgáltatást.

#### Termelés szerint

- ✓ **termelő**, valamint
- ✓ **nem termelő**.

#### Személyi szolgáltatás lehet:

- ✓ **egyéni** vagy
- ✓ **kollektív** jellegű

#### Szolgáltatás fogyasztóját be lehet-e azonosítani

- ✓ **piacosítható** (címezhető ismert, a szolgáltatásért díjazás kérhető),
- ✓ **nem piacosítható** (felhasználási köre meghatározhatatlan).

#### Megvalósulás, az igénybevétel időbeli ritmusa szerint:

- ✓ hosszú ideig, **folyamatosan megvalósuló** szolgáltatás (pl. jogvédelem, biztosítás);
- ✓ **nem folyamatos**, de **ismétlődő** szolgáltatás (pl. karbantartás);
- ✓ **egyszeri**, alkalmilag előforduló **egyedi** szolgáltatás (pl. vendéglátás, jogi szolgáltatások).

#### Kézzelfoghatóság szerint:

- ✓ **kézzel fogható** (pl. cipész, órás),
- ✓ **nem kézzel fogható** (pl. tanácsadás, biztosítás).

#### Szállíthatóság szerint

- ✓ **szállítható** (pl.: bankműveletek, film)

- ✓ **nem szállítható** – adott helyen használhatók fel, ahol közvetlen kapcsolat jön létre a fogyasztó és termelő között.

### **Egyéb csoportosítás szerint megkülönböztetünk:**

- ✓ **tevékenység tartalma szerint** (kommunális, vendéglátás, utazás, szállítás, pénzügyek és biztosítás, jogi és gazdasági, testápolás, tisztítás, kulturális, egészségügyi, oktatási, népjóléti, hatósági, stb.)
- ✓ **szektorok szerint** (alapja az **ágazati és nemzetgazdasági** mérlegrendszer)
- ✓ **statisztikai számbavétel, besorolás szerint**
- ✓ (SZJ – Szolgáltatások Jegyzéke, nemzetközi összehasonlítás)

### **Szolgáltatások sajátosságai**

A szolgáltatások sajátosságai is **többféle rendezőelv** szerint **csoportosíthatóak**:

#### **Megfoghatatlanság**

- **nincs konkrét fizikai megjelenési formája;**
- **nem vizsgálható meg közvetlenül;**
- meghatározói **nem paraméterek.**

#### **Romlékonyság, illékonyság**

- **nem tárolható;**
- felhasználáskor **„eltűnik”.**

#### **Heterogenitás, ingadozó minőség**

- **a minőség mindig változó, függ:**
  - szolgáltatást nyújtó **személyek „minőségétől”;**
  - a nyújtás **időpontjától** és
  - **helyétől.**

#### **Elválaszthatatlanság**

- **a szolgáltatás nyújtása és felhasználása:**
  - **egy (azonos) időben,**
  - **egy (azonos) helyen,**
  - **az eladó és a vevő jelenlétében történik;**
- az **előállító a végső forgalmazó;**
- a **vevő a végső felhasználó.**

### **A szolgáltatások csoportosítása**

A szolgáltatások két fő, markáns csoportját különböztethetjük meg:

- 1.) **gazdasági, illetve**
- 2.) **társadalmi**

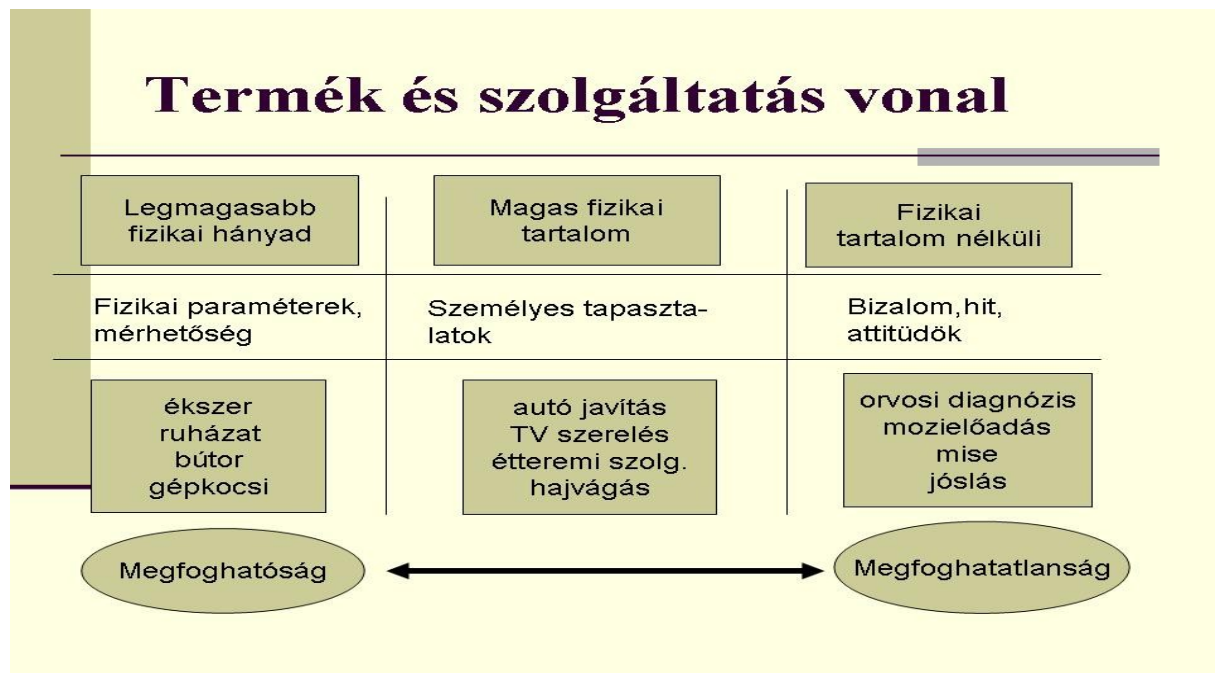
## A gazdasági szolgáltatásokhoz soroljuk:

- **biztosítás** (biztosítók),
- **hitelnyújtás és pénzeszközök kezelése** (bank, takarékszövetkezet),
- **üzemeltetés, karbantartás, javítás,**
- **szállítmányozás** (szállítmányozó cégek) logisztika,
- **munkaerő közvetítés,**
- **közlekedés,**
- **idegenforgalom**

## A társadalmi szolgáltatásokhoz soroljuk:

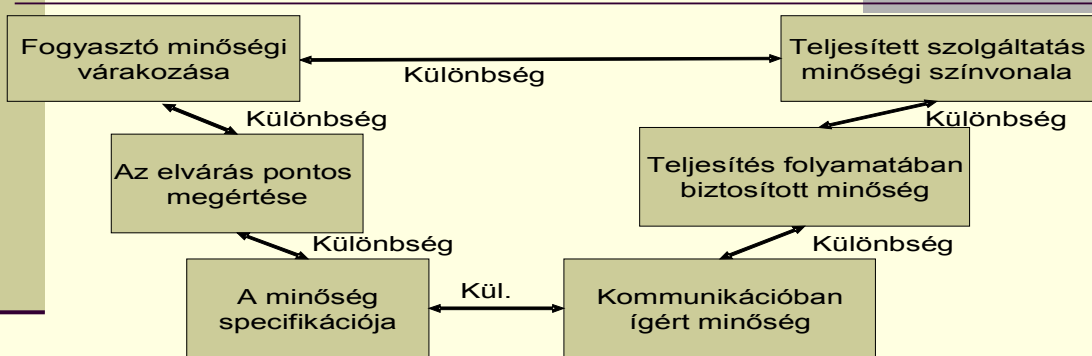
- **oktatás, nevelés** (iskolák, egyéb oktatási intézmények),
- **orvoslás, egészségmegőrzés, rekreáció** (egészségügyi intézmények),
- **lelki támasz** (egyházak, pszichológusok),
- **honvédelem** (hadsereg);
- **tájékoztatás** (média),
- **igazgatás** (kormányzat, önkormányzat, adóhivatal, állami bank),
- **szórakoztatás** (színházak, televízió, rádió, internet, könyv- zenekiadás),
- **igazságszolgáltatás.**

## Termék és szolgáltatás vonal



## A változó minőség okai

## A változó minőség okai



### A szolgáltatás minősége sohasem felel meg az elvárásnak

- A specifikált és kommunikált **minőség a teljesítés során is változhat** (folyamatszerű teljesítés)
- A **minőséget sok, nagyrészt szubjektív tényező (komponens) befolyásolja**

### A szolgáltatások minőségének komponensei

## A szolgáltatások minőségének komponensei



### „Kapcsolódó” szolgáltatások

Szerepe:

- **Értéknövelő** (így válik termékké);
- **Minőség-javító**;
- **Versenyképesség fontos eleme.**

### **Az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások**

Jellemzően a kereskedelem által alkalmazott technikákat, eszközöket, módszereket és elemeket (mint például: műszaki cikkek – színes Tv-készülék, videó-kamera, mélyhűtőszekrény, automata mosógép stb., illetve személygépkocsi vásárlása során) szemlélteti az alábbi ábra.

Értelemszerűen különböző variációkban fordulhatnak elő.

Nagyon ritkán alkalmazható valamennyi elem egy konkrét termék értékesítése során.

## **Az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások**

<b>Értékesítés</b>		
<b>Előtt</b>	<b>Alatt</b>	<b>Után</b>
<b>Ajánlattétel</b>	<b>Engedmények</b>	<b>Visszatérítés, visszavétel</b>
<b>Technikai konzultáció</b>	<b>Bonuszok</b>	<b>Csere</b>
<b>Mintaküldés</b>	<b>Hitelnyújtás</b>	<b>Garancia</b>
<b>Ingyenes kipróbálás</b>	<b>Vevőszolgálat</b>	<b>Műszaki szerviz</b>
	<b>Használati utasítás, tanács</b>	<b>Javítás</b>
		<b>Beüzemelés</b>

**Fogyasztóvédelmi szempontból az alábbi szolgáltatásokat tekintjük át:**

<b>EGYÉB SZOLGÁLTATÁSI TERÜLETEK</b> (Külön törvények alapján)	
<b>CSOPORTJAI</b>	<b>JELLEMZŐI, TÍPUSAI</b>

<b>KÖZÜZEMI SZOLGÁLTATÓK</b>	- közműves ivóvíz, - közműves szennyvízelvezetés - villamos energia, - vezetékes földgázszolgáltatás - távhőszolgáltatás
<b>KÖZSZOLGÁLTATÁSOK</b>	- temetkezési, - kéményseprés, - hulladékszállítás
<b>ELEKTRONIKUS HÍRKÖZLÉSI SZOLGÁLTATÁS</b>	- Internet, - kábel-TV, - mobiltelefon, - egyetemes elektromos szolg.
<b>EGYÉB SZOLGÁLTATÓK</b>	- fodrász-kozmetika, - ruhatisztítás - kölcsönző - egyéb szolgáltatások
<b>Pénzügyi, biztosítási szolgáltatások</b>	

## **Amit a közüzemi szolgáltatókról tudni kell:**

### **Közüzemi szolgáltatások**

Mindennapi életünk során a **leggyakrabban úgynevezett közüzemi szolgáltatásokkal találkozunk**. Az egyes fogyasztók:

- ✓ **villamos energiát** használnak,
- ✓ **gázt** vesznek igénybe,
- ✓ **vizet** használnak,
- ✓ **hulladékot termelnek**, stb.

A **közüzemi szerződés rendeltetése** az, hogy a fogyasztók alapvető közzolgáltatásokban részesüljenek. Ilyen esetben a **szolgáltató** meghatározott időponttól:

- a fogyasztó igénye szerint különböző típusú **közzolgáltatást nyújt**, amelyért
- a **fogyasztónak meghatározott díjat** kell fizetnie.

**Közüzemi szolgáltatásnak minősül** különösen:

- ✓ a **villamos energia**, -
- ✓ a **gáz**-,
- ✓ a **távhő**-,
- ✓ a **víz**-,
- ✓ a **szennyvíz**-,
- ✓ a **hulladékkezelési**,
- ✓ a **köztisztasági**

szolgáltatás.

Más szerződésektől eltérően a **közüzemi szolgáltatót szerződéskötési kötelezettség terheli**. Mindez azért van így, mert olyan **közzükségletet elégítenek ki** ezáltal, amelynek többnyire csak egy szolgáltatója van, és ezen szolgáltatásokat feltétlenül biztosítani kell a fogyasztók számára létszükségletük érdekében.

**Így kötelező:**

- ✓ a **földgázszolgáltatás nyújtása**,

- ✓ a **villamos energia** szolgáltatása,
- ✓ az **ivóvíz** szolgáltatás,
- ✓ a **szennyvíz elvezetése és tisztítása**.

Szintén van olyan eset, amikor a **fogyasztó köteles a szerződés megkötésére**, ennek eklatáns példája a **kéményseprő-ipari közszolgáltatás**.

Az **egyes helyi önkormányzatok** továbbá **helyi rendeleteikben** megállapíthatják az **egyes szolgáltatásokra vonatkozó**, a hatályos jogszabályoknak megfelelő **részletszabályokat**.

**Fontos tudni, hogy ezen rendeletek nem támadhatóak meg békéltető testület, vagy éppen bíróság előtt a fogyasztók által, a helyi önkormányzatok rendeleteit csupán az Alkotmánybíróság semmisítheti meg.**

**A közüzemi szolgáltatással egy tartós jogviszony jön létre a felek között. A szolgáltató folyamatosan és biztonságosan köteles közüzemi szolgáltatást nyújtani, míg a felhasználó időszakonként díjat köteles fizetni az igénybevételért.**

**A fogyasztókat döntően érinti az úgynevezett piacnyitás, mely:**

- a villamosenergia-piac területén 2003. január 1-jétől,
- a földgázpiacé pedig 2004. január 1-jétől

kezdődött és azóta egymás mellett él a szabályozott és a versenypiac.

**Mindkét vezetékes energiaellátási területen 2004. július 1-jétől minden nem háztartási fogyasztó számára van lehetőség a versenypiacon beszerezni az energiaszükségleteit.**

**A teljes piacnyitást követően – ez 2009-ben is folyamatban van – már a lakossági fogyasztók is szabadon választhatják meg, hogy kitől vásárolnak energiát.**

**A háztartási fogyasztók választásuk szerint a jelenlegi közüzemi szolgáltatáshoz hasonló egyetemes szolgáltatást vehetnek igénybe.**

**A teljes piacnyitással az energiapiacra megszűnt a hatósági ár, de az egyetemes szolgáltatás továbbra is szabályozott árú marad.**

## **A Magyar Energia Hivatal fogyasztóvédelmi feladatai**

A közüzemi szolgáltatások tekintetében **döntő fontossággal bír a Magyar Energia Hivatal**, amely:

- ✓ a **villamosenergiáról** szóló 2001. évi CX. törvény,
- ✓ a **földgázellátásról** szóló 2003. évi XLII. törvény,
- ✓ a **távhőszolgáltatásról** szóló 2005. évi XVIII. törvény, valamint
- ✓ egyéb kormány-és miniszteri rendeletek

alapján látja el tevékenységét.

**A Magyar Energia Hivatal Fogyasztóvédelmi Osztálya** vesz részt az egyes szolgáltatók:

- **üzletszabályzatainak, azok módosításának jóváhagyásában,**
- **határozatokat ad ki ezekkel kapcsolatban,**

**vizsgálja**

- **a fogyasztói elégedettség szintjét,**
- **a szolgáltatás minőségét,**
- **az ellátás folytonosságát,**

- a garantált szolgáltatások és
- a szolgáltatási színvonal működését, stb.

A Hivatal:

- közreműködik továbbá a fogyasztókat érintő jogszabályok véleményezésében, és
- kapcsolatot tart a fogyasztói érdekek képviselőit ellátó társadalmi szervezetekkel.

A Magyar Energia Hivatal egyedi fogyasztói panasz tekintetében ugyanakkor nem jár el, azaz ebben az esetben:

- ✓ a békéltető testületek, illetve
- ✓ bíróságok

járhatnak el a fogyasztó és a szolgáltató közötti vitás ügy eldöntése érdekében.

## Amit a pénzügyi és biztosítási szolgáltatásokról tudni kell

### A pénzügyi szolgáltatásokról

Fogyasztóvédelmi szempontból a szolgáltatások között **kiemelkedő fontosságúak a pénzügyi, biztosítási szolgáltatások.**

Előbbiek éppen annak okán, hogy a **fogyasztók, ügyfelek kiszolgáltatottabb helyzetben vannak más szolgáltatásokhoz képest az egyenlőtlen szerződéses jogviszonyban a hitelintézetekkel, bankokkal szemben.**

Nem véletlen, hogy a **fogyasztóvédelemről szóló törvény külön fejezetben szabályozza a fogyasztási kölcsön kérdéskörét.**

A fogyasztási kölcsönök körébe négy különböző típusú hitelkonstrukció tartozik:

- az **áruhitel** esetében már a vásárlás helyén hozzájuthat a fogyasztó a hitelhez, és így az áruhoz. **Gyors, de egyben a legdrágább fogyasztási hitel** is;
- a **második forma a személyi kölcsön**, mely **szabadon felhasználható**, és **forintban**, valamint **devizában is igényelhető**;
- A **harmadik típus** az az eset, amikor a fogyasztó vásárlásait **folyószámlahitelből finanszírozza**, ilyenkor a **hitelkeret szabadon megállapítható**, és a **keret újra és újra feltölthető**;
- Végül meg kell említeni azt a formát, amikor **hitelkártyával egy bizonyos ideig ingyen használja a bank pénzét a fogyasztó**, és egy ideig **kamatot sem kell fizetni rá.**

A fentiek miatt a **hitelezőket szigorúbb szabályok kötik** így:

- felelősen **fel kell mérniük a kölcsönt kérők igényeit**, és
- a kölcsön minden elemére vonatkozóan **teljes körű tájékoztatást kell adniuk.**

Ahhoz, hogy a **fogyasztási kölcsönszerződés érvényes legyen**, a szerződést:

- ✓ **írásba kell foglalni** és
- ✓ **annak egy példányát át kell adni a fogyasztó részére.**

A **fogyasztó** ezeken felül **minden esetben élhet azzal a joggal**, hogy a **lejárat előtt teljesít (végtörlesztés)**, ebben az esetben a vállalkozás köteles a hiteldíjat arányosan csökkenteni.

Ezeken túlmenően:

- a **Polgári törvénykönyv (Ptk)**, illetve
- a **hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról** szóló 1996. évi CXII. törvény szabályozza a **bank- és kölcsönszerződések kérdéskörét**.

**Utóbbi jogszabály 2009-es módosítása írja elő kötelezően** a hitelintézetek számára, hogy általános szerződési feltételei között sorolja fel azon okokat, melyek bekövetkezése esetén egyoldalúan, akár a fogyasztó hátrányára is módosíthatják a fogyasztókkal kötött hitelszerződéseket.

## **A biztosítási szolgáltatásokról**

Akárcsak a hitelügyletek, úgy **a biztosítások is életünk mindennapi részévé váltak.**

A **biztosítások több fajtáját különböztetjük meg**, így – többek között:

- ✓ a **vagyombiztosításokra**,
- ✓ a **felelősségbiztosításra**, illetve
- ✓ az **életbiztosításra**, vagy éppen
- ✓ a **balesetbiztosításra** is

**különböző szabályok vonatkoznak.**

Ami **mindegyik típusban közös**, az az, hogy a biztosítási szerződés alapján a biztosító:

- egy **meghatározott jövőbeni esemény** (biztosítási esemény) **bekövetkeztétől** függően
- bizonyos **összeg megfizetésére**, vagy
- más **szolgáltatás teljesítésére kötelezi** magát.

Eközben **a másik fél, a biztosított** (vagy más szerződő fél) **díj fizetésére vállal kötelezettséget**. Ilyen biztosítási esemény lehet például:

- ✓ egy, a szerződésben **meghatározott károsító esemény**,
- ✓ **halál bekövetkezte**,
- ✓ egy **életkor elérése**, vagy
- ✓ testi sérülést, rokkantságot vagy halált okozó **baleset**.

A **biztosítási szerződésekről** a Ptk., illetve a biztosítókról és a biztosítási tevékenységről szóló 2003. évi LX. törvény **tartalmaz részletes rendelkezéseket**.

A **fogyasztókat védő szabály**, hogy a **biztosítási szerződés a felek írásbeli megállapodásával jön létre**.

**Fontos szabály**, hogy a pénzügyi, biztosítási – és egyébiránt a közüzemi, valamint külön törvényben meghatározott – **vállalkozások kötelesek**:

- ✓ a **fogyasztói panaszok intézésére**,
  - ✓ a **fogyasztók tájékoztatására**
- ügyfélszolgálatot működtetni.**

Az **ügyfélszolgálat minden esetben köteles** a panaszt írásban megválaszolni tizenöt napon belül, kivéve, ha a fogyasztó a panaszát személyesen jelentette be és a vállalkozás azonnal kielégítette igényét.

**Telefonos ügyfélszolgálat esetén:**

- ✓ a beszélgetést rögzíteni kell,
- ✓ a hangfelvételt pedig öt évig meg kell őrizni, és
- ✓ a fogyasztó kérelmére ki kell adni.

## **Az Európai Fogyasztói Központok Hálózatának szerepe a szolgáltatásokkal kapcsolatos panaszok intézésében.**

### **Mi a feladata Európai Fogyasztói Központok Hálózatának?**

Az elsődleges feladat a **határon átnyúló fogyasztói panaszok rendezésének elősegítése**. A hálózatnak **minden tagállamban** – valamint **Norvégiában és Izlandon is** – van egy **központja**, ahova határon átnyúló panasz esetén fordulhatnak a tagállam fogyasztói.

### **Mi a határon átnyúló fogyasztói panasz?**

A **külföldi vásárlással, szolgáltatás igénybevételével kapcsolatosan felmerülő fogyasztói panaszokat** nevezzük **határon átnyúló fogyasztói panaszoknak**.

### **Miért van erre szükség?**

Határon átnyúló fogyasztói panaszok esetén a vásárlás, illetve a **szolgáltatás helyszíne szerinti jogszabályok az irányadók**, és az igényünket is a **másik tagállambeli fórum előtt tudjuk csak érvényesíteni**.

### **Hogyan történik az ügyintézés?**

Külföldi vásárlással, szolgáltatással kapcsolatos **panaszbejelentést a fogyasztó a nemzeti Fogyasztói Központban tehet**, ahol a panasz **angol nyelvre történő fordítását** követően, **megküldésre kerül a lefordított anyag a másik tagállam Fogyasztói Központjába**.

A gazdálkodó szervezet székhelye szerinti tagállam irodája közvetlen megkereséssel fordulhat a gazdálkodó szervezethez. **Ha a megkeresés eredményes, általában nincs szükség további lépésekre**, és a fogyasztói panasz rendezése eredményesen zárul.

**Amennyiben nem vezet eredményre**, tájékoztatást nyújt az igényérvényesítési lehetőségekről, különös tekintettel az alternatív vitarendezési eljárásokról, valamint azok feltételeiről, mely **a hazai Fogyasztói Központon keresztül jut el a panaszoshoz**.

**Fogyasztói Központok eljárása írásbeliségen alapul**. A fogyasztók személyesen vagy írásban (ez lehet elektronikus és hagyományos levél is) fordulhatnak a Fogyasztói Központhoz, de konkrét megkeresés esetén, elsősorban a fordítási feladatok miatt, **elengedhetetlen az írásos forma**.

### **Vezetékes távközlési hálózatok esetében: mire ügyeljen a szerződés megkötése előtt?**

#### **A szolgáltatók összehasonlítása**

*A vezetékes szolgáltatók eltérő módon kínálhatnak bizonyos alapvető és kiegészítő szolgáltatásokat, ezért érdemes a szolgáltatásaikat összehasonlítani.*

A vezetékes szolgáltatók eltérő módon kínálhatnak bizonyos alapvető és kiegészítő szolgáltatásokat.

Bizonyosodjon meg arról, hogy azt a szolgáltatót választja, amely az Ön igényeihez és elképzeléseihez legközelebb álló szolgáltatásokat a legmegfelelőbb módon nyújtja. Nincs értelme egy feltűnően olcsó szolgáltatás igénybevételére, ha az Ön számára alapvetően fontos elemek hiányoznak belőle.

Amint azt már említettük, az egyes szolgáltatók összehasonlításában nagy segítséget nyújthat az NHH „Tantusz” nevű szolgáltatás és tarifa összehasonlító programja.

**A szolgáltatók elsősorban a következő területeken kínálnak önnek eltérő választékokat:**

- ▶ **a szolgáltatás nyújtása** – mennyire és mennyi idő alatt tesz eleget a szolgáltató a szerződésben vállalt kötelezettségeinek;
- **a szolgáltatás megbízhatósága**– mekkora a bejelentett hibák száma;
- **javítási szolgáltatás** – mennyi idő alatt a bejelentett hibák mekkora hányadát javítják ki;
- **panaszkezelés** – a panaszkezelés módja és a panaszok orvoslásának hatékonysága (mennyi idő alatt a panaszok hány %-át orvosolják);
- **számlázási pontosság** – a számlák áttekinthetősége és a számlázással kapcsolatos panaszok orvoslása.

## **A mobiltelefon szolgáltatókról**

### **A jó választás feltételei, Melyik szolgáltatót válasszam?**

*A mobilszolgáltatók közötti rendkívül erős verseny olyan széles szolgáltatási kínálatot teremt, hogy a fogyasztó azt alig képes áttekinteni.*

A mobilszolgáltatók közötti rendkívül erős verseny olyan széles szolgáltatási kínálatot teremt, hogy a fogyasztó azt alig képes áttekinteni.

A Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) nyilvántartása szerint ma Magyarországon a következő szolgáltatók nyújtanak működő mobiltelefonos szolgáltatást:

- Magyar Telekom Távközlési Nyrt. / T-Mobile (üzletág)
- Pannon GSM Távközlési Zrt.
- Vodafone Magyarország Mobil Távközlési Zrt.

Mielőtt a fenti szolgáltatók közül bármelyiket kiválasztaná, **a következő lényeges szempontokat érdemes figyelembe vennie:**

**Lefedettség** – rendelkezik-e a szolgáltató a Ön igényeinek megfelelő lefedettséggel? Földrajzi értelemben elérhető-e a szolgáltató hálózatán keresztül az Ön által rendszeresen hívott partnerek? Vannak-e a szolgáltatónak megfelelő partnerei az esetleges nemzetközi hívások lebonyolításához?

**Hozzáférhetőség** – mennyire egyszerű vagy bonyolult a szolgáltatás használata? Van-e a szolgáltatónak az Ön problémáit megoldani kész megfelelő vevőszolgálata?

**Csomagok** – ha a szolgáltató különböző szolgáltatási csomagokat ajánl van-e azok között az Ön igényeinek megfelelő?

**Ár** – mekkora az Ön által igénybe venni kívánt szolgáltatások teljes havi költsége és hogy viszonyul ez a versenytársak szolgáltatásának költségeihez?

Az NHH **TANTUSZ Mobil** programja egy olyan mobiltarifa-összehasonlító rendszer, amely a szolgáltatók által kínált több száz tarifacsomag legfontosabb elemeinek összehasonlításával megkönnyíti az Ön számára a választást. A program használata érdekében mindenképpen gondolja végig, hogy milyen gyakorisággal milyen szolgáltatásokat kíván igénybe venni.

## INTERNET szolgáltatás igénybevétele A jó választás feltételei

### Milyen szolgáltatás felel meg Önnek a legjobban?

A lakosság számára a következő szolgáltatások érhetők el a leggyakrabban:

„**Betárcsázós**” (**dial-up**): ez a szolgáltatás hagyományos telefonvonalon keresztül működik és egy modem segítségével keskenysávú hozzáférést biztosít. A folyamatos kapcsolatra nem alkalmas, a kommunikáció és a letöltés meglehetősen lassú. A keveset internetezőknak ajánlott.

**ISDN**: az ISDN (Integrated Services Digital Network ) használata lehetővé teszi, hogy egyetlen speciális csatlakozáson keresztül egyszerre telefonáljon és adatokat küldjön/fogadjon. Állandó kapcsolat nincs, a csatlakozáshoz speciális modem kell, a technológia nem túl gyors,



keskenysávú hozzáférést nyújt,

**ADSL**: az ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber's Line) a dial-up-nál illetve az ISDN-nél sokkal nagyobb sebességű, állandó kapcsolatot biztosító, szélessávú hozzáférés. Ajánlott, ha sokat és gyorsan szeretné használni az internetet.

**Kábelnet**: nem a telefonvonalon, hanem a kábeltévé hálózaton keresztül tesz lehetővé állandó, szélessávú hozzáférést, gyors adatátvitellel.

**Vezeték nélküli**: a műholdas, mikrohullámú, mobiltelefonos vezeték nélküli szolgáltatások elsősorban ott elterjedtek, ahol nem áll rendelkezésre megfelelő vezetékes, vagy kábeltévé hálózat.

### Milyen sebességű szolgáltatásra van szüksége?

**Sávszélességen** egy adott információ csatornán, egységnyi idő alatt átvihető adatmennyiséget, illetve maximális adatsebességet értjük.

**Mérszám**a a kbit/s, Mbit/s. (Ahogy az adatátvitel technikai lehetőségei egyre fejlődnek a jövőben Gbit/s-os sebesség is lehetséges.)

Meg kell különböztetnünk a le és -feltöltési sebesség. Mivel az átlagos felhasználó sokkal több adatot tölt le, mint fel, elsősorban a letöltési sebesség érdekli.

A **behívós kapcsolat** a csatorna jellegéből adódóan a keskeny sávszélesség jellemzi. A maximális adatátviteli sebesség 14.600 - 57.600 bit/s lehet. Nem jelent állandó kapcsolatot. Telefonszámát generál.

Az **ISDN a telefonhálózaton keresztül csatlakozik** a telefon főközpontokra. Mivel nem mindenütt van technikai lehetőség az ilyen kapcsolat kialakítására előzetesen információt kell kérnie a szolgáltatótól. Sokkal gyorsabb, mint az analóg telefonos modem. Nem állandó jellegű kapcsolat. A maximális adatátviteli sebesség 128 kbit/s le- és feltöltés.

Az **ADSL** (aszimmetrikus digitális előfizetői kapcsolat) a már meglévő telefonvezetéken növeli a sávszélességet. Az **adatátvitel** (internet) és a telefon egyszerre működhet. A maximális adatátviteli sebesség 3008 kbit/s le- és 480 kbit/s feltöltés.

A **kábelt** a **kábeltvé hálózaton keresztüli** állandó, szélessávú hozzáférés, melynek maximális adatátviteli sebessége a letöltésnél 1536 kbit/s, a feltöltésnél pedig 224 kbit/s.

A **mikrohullámú** kapcsolat vezeték nélküli, nagy sávszélességű állandó hozzáférést biztosít.

A **mobiltelefonos** internet kommunikáció az egyik leggyorsabban fejlődő ágazat. Többféle módszerrel többféle adatátviteli sebességet kínál:

- az első megoldás a **GPRS** (General Packet Radio Service) rendszer volt, amelynek elméleti sebessége 56 kbps
- az **EDGE** (Enhanced Data rates for Global Evolution) a GSM hálózat leggyorsabb adatátviteli lehetőségét nyújtva 240 kbps sebességgel képes adatokat továbbítani
- a **3G/HSDPA/HSUPA** (High Speed Downlink/Uplink Packet Access) szolgáltatásokkal a harmadik generációs hálózaton elméletileg rövidesen elérhető lesz a 14 Mbps letöltési és 1,44 Mbps feltöltési sebesség. (Jelenleg a maximális letöltési sebesség 7,2 Mbps)

## Melyek a tipikus csomagban nyújtott szolgáltatások?

A csomagban nyújtott **szolgáltatásoknak sokféle fajtája ismeretes**, így a teljes körű felsorolásuk szinte lehetetlen.

A csomagban nyújtott szolgáltatásoknak sokféle fajtája ismeretes, így a teljes körű felsorolásuk szinte lehetetlen. A fogyasztók számára ezek a szolgáltatások az egyenként igénybe vett szolgáltatásokkal szemben rendszerint kedvezőbb áron érhetőek el. A csomagok a szolgáltató számára is költségtakarékos megoldást jelentenek.

A fogyasztók egyre jelentősebb csoportja **egyre több pénzt takarít meg** azzal, hogy **telekommunikációs csomagot vesz igénybe**. A szolgáltatások élvezetének ez a módja kényelmesebb is, hiszen Ön csak egy szolgáltatóval áll kapcsolatban és egyetlen számlát kell fizetnie.

**Leggyakrabban a következő szolgáltatási csomagokkal találkozhat:**

- ▶ Vezetékes és mobiltelefon
- ▶ Vezetékes telefon és internet
- ▶ Mobiltelefon és internet
- ▶ Vezetékes telefon, internet, digitális televízió

Több országban megjelentek olyan újabb típusú szolgáltatások is, ahol például valamely energiaszolgáltató kínál kommunikációs csomagot.

Magyarországon a vezetékes telefont és internetet tartalmazó csomagok a legnépszerűbbek, de igen gyorsan nő a többi csomagban nyújtott szolgáltatás felhasználása is. Az előzőekben említett tagadhatatlan előnyök mellett a csomagban nyújtott szolgáltatásokkal járhatnak kellemetlenségek is. Sokszor hosszabb időre kell hűségnyilatkozatot tennie, de az is gond lehet, hogy egyetlen szolgáltató rossz teljesítése következtében az összes szolgáltatással nehézségei lesznek. Mielőtt egy csomagban nyújtott szolgáltatást venne igénybe, mind az előnyöket, mind a hátrányokat érdemes mérlegelnie.

Bár kifejezetten a csomagok összehasonlítására vonatkozó összehasonlító programot nem talál, a megfelelő szolgáltatások összehasonlításában, kiválasztásában és a csomagok értékelésében igen nagy segítségére lehet a **Nemzeti Hírközlési Hatóság** honlapján található „**Tantusz**” nevű tarifa összehasonlító program.

## Milyen postai szolgáltatások vannak?

*A postáról szóló törvény meghatározza a postai szolgáltatások körét.*

A **postáról szóló 2003. évi CI. törvény** alapján postai szolgáltatás minden olyan tevékenység, amely postai küldemény felvételére, feldolgozására, továbbítására és kézbesítésére irányul, ellenszolgáltatás fejében. Ezek a tevékenységek általában egyetlen ellátási folyamatban valósulnak meg, de postai szolgáltatást végez az is, aki csak egy-egy résztvékenységet önállóan végez.

**Postai küldeménynek számít minden – jogszabályban meghatározott tömeg- és mérethatároknak megfelelő – megcímezett levél, címzett reklámküldemény, nyomtatvány vagy postacsomag.**

A mai magyar szabályozás a postai szolgáltatásokat két csoportba sorolja:

- vannak **egyetemes postai szolgáltatások** és
- léteznek **egyéb postai szolgáltatások** is.

Az egyetemes szolgáltatásokat a szolgáltató köteles úgy nyújtani, hogy az **ország egész területén** megkülönböztetés mentesen megvalósítsa a napi egyszeri küldemény kézbesítést és gyűjtést.

Az egyéb szolgáltatások tipikus formái a következők:

- ✓ futárposta,
- ✓ gyorsposta,
- ✓ integrált posta és
- ✓ dokumentumcsere szolgáltatás.

Az Unió ide vonatkozó irányelve célul tűzte ki a postai szolgáltatások **piacának felszabadítását**. Ennek megfelelően postai szolgáltatást ma már – a posta törvényben pontosan meghatározott ún.: **fenntartott szolgáltatások kivételével** – bármely természetes vagy jogi személy és jogi személyiséggel nem rendelkező cég nyújthat a hírközlési hatóság által kibocsátott egyetemes szolgáltatási engedély alapján, illetőleg bejelentés és hatósági nyilvántartásba vételt követően.

## Fogyasztói ellenőrző lista

*A verseny azzal is jár, hogy a fogyasztóknak egyre nehezebb megválasztaniuk a számukra legelőnyösebb szolgáltatást.*

A postai szolgáltatások piacán, különösen a csomagküldő szolgáltatás terén, ma már hazánkban is érezhető a verseny. Az újfajta szolgáltatásokat és a régiek minőségi fejlesztését ösztönző verseny persze azzal is jár, hogy a fogyasztóknak egyre nehezebb megválasztaniuk a számukra legelőnyösebb szolgáltatást. Egyre nehezebb kiszűrni, hogy a fogyasztókat bombázó információ áradatból mi tekinthető megbízható állításnak és mi a „reklám blöff”.

Az alábbi ellenőrző lista segít Önnek abban, hogy áttekintse a döntése során figyelembe veendő legfontosabb tényezőket. Mielőtt postai szolgáltatást vagy szolgáltatót választana, gondolja végig a következőket:

- ▶ **A szolgáltatás tartalma** – valóban azt a szolgáltatást nyújtják Önnek, amire szüksége van?
- ▶ **A szolgáltatás hozzáférhetősége** – könnyen elérhető a szolgáltató az Ön otthonától vagy munkahelyétől? Kijönnek a küldeményért vagy Önnek kell elvinnie a feladási helyre?

- **Területi lefedettség** – biztosan képes a szolgáltató az Ön által megjelölt célba eljuttatni a küldeményt?

- ▶ **Ár** – hogyan viszonyul a szolgáltató díjtétele a versenytársak áraihoz? Fedez-e ez a díjtétel az Ön számára fontos többletszolgáltatást (ingyenes csomagolás, biztosítás stb.)?
- ▶ **Kézbesítési idő** – mennyi idő alatt jut célba a küldeménye és milyen többletköltsége van a gyors kézbesítésnek?
- ▶ **Minőség** – mennyire megbízható az ajánlott szolgáltatás? Van olyan statisztika, amely alapján megítélhető a szolgáltatás megbízhatósága és minősége?
- ▶ **Különleges ajánlatok** – nyújt-e előnyöket a szolgáltató, ha Ön rendszeresen veszi igénybe a szolgáltatásait?

## MELLÉKLET - FÜGGELÉK

### Néhány szolgáltatás igénybevételével kapcsolatban

A fogyasztók áramellátása Uniós szabályozás (forrás: [www.dolcetta.hu](http://www.dolcetta.hu))



Directorate-General Energy and Transport

Az EU több szakaszban szabályozta a villamos energia piac működését.

Az **első csomag** a következő rendelkezéseket tartalmazza:

A [Tanács 90/547/EGK irányelve](#) az átviteli hálózatokon keresztül történő villamosenergia-tranzitról felismerte az egységes belső energiapiac létrehozásának szükségességét, és azt, hogy a belső piac eredményei – különösen a villamosenergia-ágazatban – elősegítik a Közösség energiaágazati célkitűzéseinek továbbfejlesztését.

Az Európai Parlament és a Tanács [96/92/EC irányelv](#) közös szabályokat alkotott a villamos energia termelésére, szállítására és elosztására vonatkozóan. Meghatározta a villamosenergia-ágazat szervezésével és működésével, a piachoz való hozzáféréssel, a versenytárgyalási felhívásoknál alkalmazandó feltételekkel és eljárásokkal, valamint az engedélyek kiadásával és a rendszerek működésével összefüggő szabályokat.

A **második csomagban** további szabályokat alkottak az alábbi területeken:

Az Európai Parlament és a Tanács [2003/54/EK irányelve](#) megszabja a villamos energia belső piacára vonatkozó közös szabályokat. Ennek értelmében minden tagállamnak a szabad verseny irányába történő, fokozatos piacnyitás érdekében a lehető leghamarabb el kell hárítania a tagállamok közötti különbségeket. Ennek értelmében minden tagállam:

- ▶ köteles biztosítani, hogy az elosztó- és az átviteli hálózatokat – vertikálisan integrált vállalkozások esetén – külön jogi személyek üzemeltessék;
- ▶ a szabályozó hatóságokkal együtt arra kell törekednie, hogy a teljes belső piacon minél egységesebb feltételek valósuljanak meg, és a feljogosítás szintje azonos legyen és egy adott tagállamban székhellyel rendelkező villamosenergia-ipari vállalkozás minél könnyebben köthessen szerződést egy másik tagállamban a feljogosított fogyasztók villamos energiával való ellátására;
- ▶ megállapítja a szabályozó hatóság feladatait, illetékességét és adminisztratív jogosultságát.

Az Európai Parlament és a Tanács [2001/77/EK irányelve](#) a belső villamosenergia-piacon a megújuló energiaforrásokból előállított villamos energia támogatásáról szól. Ez az irányelv, annak érdekében, hogy a megújuló energiaforrásokból előállított villamos energia középhosszú távú nagyobb piaci részarányhoz jusson, valamennyi tagállamot kötelezi arra, hogy tüzzön ki a megújuló energiaforrásokból előállított villamosenergia-fogyasztásra vonatkozó nemzeti célelőirányzatokat

Az Európai Parlament és a Tanács [1228/2003/EK rendelete](#) a villamos energia határokon keresztül történő kereskedelme esetén alkalmazandó hálózati hozzáférési feltételekről. A rendelet értelmében méltányos, a költségeket tükröző, átlátható és közvetlenül alkalmazható szabályokat kell bevezetni a határokon átnyúló díjszabás és a rendelkezésre álló rendszerösszekötő kapacitások felosztása vonatkozásában, annak érdekében, hogy az átviteli hálózatokhoz tényleges hozzáférést lehessen biztosítani a határokon átnyúló ügyletek céljából.

Az Európai Parlament és a Tanács [2004/8/EK irányelve](#) a hasznos hőigényen alapuló kapcsolt energiatermelés belső energiapiacra való támogatásáról és a 92/42/EGK irányelv módosításáról szól. Célja az, hogy a belső energiapiacra a primer energia megtakarításán és a

hasznos hőigényen alapuló, nagy hatásfokú kapcsolt hő- és villamosenergia-termelés támogatására és fejlesztésére vonatkozó keretrendszer létrehozása révén fokozza az energiahatékonyságot és javítja az energiaellátás biztonságát, tekintetbe véve a sajátos nemzeti körülményeket, különösen az éghajlati és gazdasági feltételekkel kapcsolatosakat.

**Az alábbiakban felsorolt szolgáltatásokkal kapcsolatban, a fentiekben idézetteknél bővebb információkat talál: a [www.dolceta.hu](http://www.dolceta.hu) honlapon.**

#### **Háztartási energia szolgáltatás**

- ✓ Elektromos áram
- ✓ Gázszolgáltatás
- ✓ Távfűtés

#### **Távközlés és telekommunikáció**

- ✓ Vezetékes hálózatok
- ✓ Mobiltelefon szolgáltatás
- ✓ Internet
- ✓ Csomagban nyújtott szolgáltatások

#### **Közlekedés**

- ✓ Légit közlekedés
- ✓ Vasút
- ✓ Helyközi autóbusz közlekedés
- ✓ Városi közlekedés

#### **Postai szolgáltatások**

#### **Víz- és szennyvíz szolgáltatás**

## MÓDSZERTANI SEGÉDLET

**Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

**Számos dolgot tehetünk**, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarország/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarország/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

**ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!**

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**7. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**

**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**

**Téma: Fenntartható fejlődés, fenntartható fogyasztás,  
ökológiai fogyasztóvédelem, környezettudatos vásárlás,  
tudatos vásárlóvá válás**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmassítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

**„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program**

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	A foglalkozás tárgya, témája: a fenntarthatóság, az ökológiai és tudatos vásárlás kapcsolatrendszere	
1.	<b>A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A fenntartható fejlődés és problematikája, a fenntartható fejlődést szolgáló termékek.</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
2.	<b>A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A fenntartható fejlődés és a fenntartható fogyasztás kapcsolatrendszere</b>	<b>11-20 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A fogyasztói társadalom és a tudatos vásárló érdekellentétei, ki a tudatos vásárló?</b>	<b>21-30 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>A foglalkozás negyedik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az etikus fogyasztás, a bojkott-kampányok kiváltói, a háztartási ökológia jellemzői</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>Összefoglaló</b>	<b>Fogalmak és ami mögöttük van?</b>	<b>41-45 perc</b>
5.	<b>Javaslat házi feladatra, otthoni munkára,</b>	<b>Gyűjtsenek össze környezetkárosító cégekről és technikákról anyagokat. Írjanak egy rövid sajtóhírt az esetről, a jelenségről.</b>	
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.

**„A felkészült fogyasztó a legvédelettebb fogyasztó”**

**TARTALOMJEGYZÉK:**

**Fenntartható fejlődés**

**A fenntarthatóság elvi alapja**

**Önfenntartó rendszerek**

**Környezetbarát termékek**

Az öko-címkék szerepe  
Lehet-e fenntartható a fejlődés?  
A fenntartható fejlődést szolgáló főbb termékek  
A fenntartható a fejlődés meghatározása  
Indikátorok  
Az elv gyakorlati megvalósítása  
Mi a fenntartható fogyasztás?  
Ökológiai fogyasztóvédelem  
Bölcsőtől a sírig  
Alapvető tanácsok  
Milyen legyen a háztartásunk  
Mi a tudatos vásárlás, ki a tudatos vásárló?  
Mit tehetünk a fogyasztói társadalomban?  
A Tudatos Vásárló 12 pontja  
Etikus fogyasztás, háztartási ökológia  
Etikus fogyasztás  
A bojkott-kampányok kiváltói  
Háztartási ökológia  
Mire ügyeljünk a lakóház tervezésekor és építésekor  
A szobák berendezésénél javasolt „technikák”  
Mire ügyeljünk a konyhában  
Mire ügyeljünk a fürdőszobában  
Milyen legyen a kertünk (ha van)  
Mire ügyeljünk ha közlekedni akarunk?  
Mire vigyázzunk az irodában?  
**MÓDSZERTANI SEGÉDLET**

#### JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:

- 1.) Mit értünk fenntartható fejlődés alatt?
- 2.) Melyek az önfenntartó rendszerek?
- 3.) Melyek a környezetbarát termékek?
- 4.) Mi a „öko-címkék” szerepe?
- 5.) Mi a fenntartható fogyasztás célja, szerepe?
- 6.) Mit értünk ökológiai fogyasztóvédelem alatt és mi a célja?
- 7.) Miben nyilvánul meg az ökológiai fogyasztóvédelem?
- 8.) Mi a tudatos vásárló és ki tekinthető tudatos vásárlónak?
- 9.) Melyik a tudatos vásárló 12. pontja?
- 10.) Mit értünk etikus fogyasztás alatt?
- 11.) Mi a bojkott, és a bojkott-kampányok célja?
- 12.) Mi a háztartási ökológiai és miben nyilvánul meg?
- 13.) Mire ügyeljünk a lakóházunk építésekor, berendezésekor és környezete alakításakor?

#### **SEGÉDLET – IRODALOM– SZÖVEGGYŰJTEMÉNY:**

##### **Fenntartható fejlődés**

(A Wikipédiából, a szabad enciklopédiából) (Forrás: wikipédia.hu)

A **fenntartható fejlődés** (*sustainable development*) – a földek, a városok, az üzletek, a társadalmak stb., olyan fejlődési folyamat ami:

- „*kielégíti a jelen igényeit anélkül, hogy*
- *csökkentené a jövőendő generációk képességét, hogy kielégítsék a saját igényeiket*”,

ahogy az az **Egyesült Nemzetek Szervezetének 1987-es Brundtland-jelentésében** szerepelt.

Az **egyik tényező**, amit le kellene küzdenie, a **környezet elhasználódása**, de ezt úgy kell véghezvinnie, hogy **közben ne mondjon le:**

- ✓ **sem a gazdasági fejlődés,**
- ✓ **sem a társadalmi egyenlőség és**
- ✓ **igazságosság igényeiről.**

Az ENSZ számos dokumentuma foglalkozott a kérdéssel, legutóbb például a „*2005 World Summit Outcome Document*” a fenntartható fejlődés „*egymással összefüggő és egymást erősítő pilléreit*” a következőkben állapítja meg:

- ❖ **gazdasági fejlődés,**
- ❖ **társadalmi fejlődés és**
- ❖ **környezetvédelem.**

Többek számára a téma szoros kapcsolatban áll a **gazdasági növekedésnek** azon igényével, hogy lehetővé tegye:

- ✓ a **gazdaság hosszú távú növekedését** anélkül, hogy
- ✓ a **természeti erőforrások** túlhasználátának a hosszú távú fejlődés látná kárát.

Mások számára magának a **növekedésnek a koncepciója is problematikus**, lévén a **Föld erőforrásai végesek.**

Az **ivóvízhiány** miatt a mezőgazdaságoknak ki kell dolgozniuk a saját **fenntartható öntözési** programjukat.

## **A fenntarthatóság elvi alapja**

Életrendünk akkor fenntartható, ha **anyagforgalma körkörös**, azaz illeszkedik a természet rendjébe.

**A fenntarthatóság elsősorban az erőforrásainktól függ.**

A fizika egy alapvető állítása szerint **folyamatok körfolyamatokká alakíthatóak**, ha kívülről elég energiát viszünk be a rendszerbe.

**Körfolyamattá alakítás** során a bevitt energia hulladékhővé alakul. Ezért **bármilyen gyártási eljárás** és az azt követő felhasználás körfolyamattá zárható, amennyiben van elég energia.

**Bőséges erőforrások birtokában életrendünk könnyen fenntarthatóvá tehető**, gyakorlatilag függetlenül attól, mekkora bolygónk népessége.

**Az idő, energia,** és ismeret a **fizika törvényei** szerint szorosan összefüggenek.

**Minél kevesebb energiánk van** a körfolyamattá alakításhoz, annál **lassúbb lesz a körfolyamat.**

**Tökéletesnek** tekinthető **körfolyamat létrehozásához**, ahol nincs befektetett energia és hulladék, sem képződik, végtelen sok idő kellene.

**Sok energia és ismeret** birtokában gyorsan el lehet végezni valamit.

**Ha sok az időnk**, akkor **nem feltétlen szükséges sok tudás**, mert a kísérletezés-szerencse módszerét alkalmazva megtalálhatjuk a megoldást.

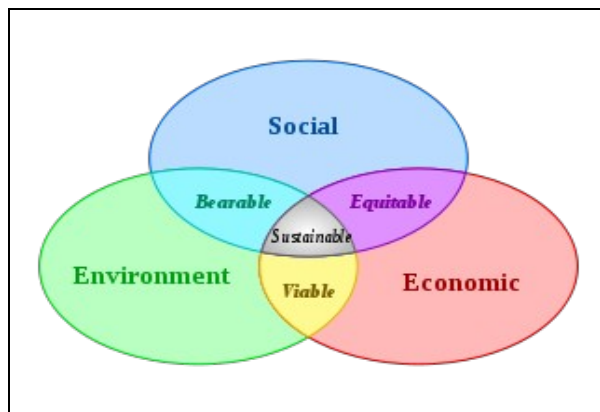
Jelenleg **az emberiségnek már nincs túl sok ideje** arra, hogy megtaláljuk a megoldást. Pillanatnyilag **még van elég erőforrás, de már nem sokáig**.

**Számos véges erőforrás** – kőszén, kőolaj, földgáz, urán – **kitermelésének tetőzése a XXI. század első két évtizedében várható**.

## Önfenntartó rendszerek

Az önfenntartó rendszerek kialakulásának és fennmaradásának **két feltétele van**:

- **az egyik**, hogy a **rendszer elemei kölcsönhatásban legyenek egymással**. Sokszor elegendő már az is hogy az elemek a **közvetlen szomszédjaikkal** legyenek kölcsönhatásban. A **kölcsönhatás jellege lehet összetartó és taszító** is, de hosszú távon az **összetartás** kell, hogy domináljon.
- **a másik feltétel az, hogy a rendszer legyen nyitott**, azaz álljon kölcsönhatásban a környezettel.



A fenntartható fejlődés vázlata

Az önfenntartó rendszernek **szoros kapcsolatban kell állnia a környezettel, amivel anyagot és energiát cserél**.

**Kapcsolódó elemek és környezeti tényezők:**

- ✓ Élővilág
- ✓ Piac
- ✓ Társadalom
- ✓ Mezőgazdaság
- ✓ Erőforrások.

**Világunk jelenleg jóval több erőforrást használ, mint amennyit a fenntarthatóság megenged.**

Ebből következően a jelenlegi gazdasági rendszer **csak jelentős többlet-erőforrásokkal képes működni**.

Ha ezek az erőforrások kimerülnek, a **gazdaság komoly veszélybe kerülhet**.

Mivel az **erőforrás-felhasználás 87%-át ősmaradványi energiahordozók** képviselik, ezek fogyasztása rejti a legnagyobb kockázatot.

A legújabb bizonyítékok alapján a **könnyen kitermelhető ősmaradványi hordozókat már kitermeltük.**

Ezek közül is a legnyilvánvalóbb a **kőolaj fogyasztása**. E kérdésben nem is annyira az adott erőforrás, (pl.: a kőolaj mező) nagysága a mérvadó, hanem sokkal inkább az, hogy **meddig érdemes kitermelni az adott mezőt**, ezt méri az EROEI mérőszám, tehát pl. azt, hogy egy hordó kőolaj felhasználásával hány hordó kőolaj nyerhető ki.

### Fogyasztás, környezet és fenntarthatóság

A megújuló erőforrások fogyasztása	A környezet helyzete	Fenntarthatóság
több, mint amit a természet újratermelni képes	a környezet pusztul	nem fenntartható
a természet újratermelő kapacitásával azonos mértékű	környezeti egyensúly	fenntartható, nem változó állapot
kevesebb, mint amit a természet újratermelni képes	a környezet megújul	fenntartható fejlődés

### Környezetbarát termékek

A **növekvő népesség növekvő anyagi jóléte** csak úgy képzelhető el, ha a környezeti erőforrások egyre kisebb igénybe vételével folyik a termékek előállítása. Illetve, ha reflektálunk arra, hogy a boldogságunk, jóllétünk milyen mértékben függ/független termékek beszerzésétől/fogyasztásától, (lásd pl.: *happiness economics*).

**Egyes cégek erőfeszítéseket tesznek** arra, hogy termékeik előállítása során, a **termék életideje** során vagy az után **minél kisebb környezeti terhelést okozzanak**. Ezzel azonban **óvatosan kell bánni**, mert sokan visszaélnék vele. Ilyenkor beszélünk az ún. „**zöldrefestés**”-ről, amikor **egy cég csak a szavak szintjén környezetbarát**, s terméke mit sem változik, vagy pl. környezetbarát célokat támogató **alapítványt hoz létre**, miközben fő tevékenysége rengeteg természeti, társadalmi kárt okoz.

**Más cégek természetesen őszinték és hitelesek**, érdemes tájékozódni.

### Az öko-címkék szerepe

Jelenleg az EU-ban a **termékek hátoldalán, csomagolásán** különböző „öko-címkével” találkozhatunk, jelentésük nagyon különböző. A leggyakoribbak:

- ✓ a **Möbius hurok**,
- ✓ a **Zöld Pont** (Der Grüne Punkt),
- ✓ a **Ricoh Group újrahasznosítás** címkéje,
- ✓ az **Európai Unió „öko-címkéje”**,
- ✓ a „Nordic Swan” (*Északi Hattyú*) és
- ✓ a **magyarországi cédrus-fa** védjegy.

### Lehet-e fenntartható a fejlődés?

Számos környezetvédő bírálta a „fenntartható fejlődés” kifejezést, mondván, hogy **oximoron**, mert a **gazdasági fejlődés** és a hozzá rendelt elméletek és szabályozások az erőforrások **állandó fogyasztásában gondolkodnak**, mintha az erőforrások **mindenkor**

(Megjegyzés: **oximoron jelentése: a látszólag egymást kizáró ellentétek humoros célú összekapcsolása. Pl.: "Testvérünk voltál és lettél apánk."**)

hozzáférhetőek volnának.

**Sok erőforrást**, mint például: a **kőolajat** és a **földgázt az emberiség sokkal nagyobb ütemben fogyasztja**, mint ahogy természetes úton újratermelődik, így egyre fogyatkozik a készletük.

A kifejezés ellen azzal érvelnek, hogy **az üzleti életben a „fenntartható fejlődés”** szókapcsolatot úgy használják, mintha:

- ✓ a **jelenlegi fajta gazdasági fejlődés is fenntartható volna**, vagy mintha
- ✓ a **kapitalizmus környezetbarát volna**,

**félretolva** útjukból **olyan embereket**, akik nem a **gazdasági**, hanem a **környezeti értékeket** hangsúlyozzák.

A **megújuló energiaforrások**, az **újrafelhasználás**, a **szolgáltatások** megfelelő megszervezése gazdasági értelemben is **lehetővé tud tenni fejlődést**:

- ✓ vagy a **korlátozott erőforrások használata nélkül**,
- ✓ vagy **kismértékű, kis környezeti hatással járó használatukkal**.

Az utóbbi eset is **lehet nem fenntartható**, ha az **erőforrások lassú fogyasztása** meghatározatlanul hosszú ideig tart.

**Ha pedig a fejlődés alatt nem feltétlenül értjük az anyagi növekedést és az emberiség számbeli növekedését**, hanem inkább az **emberiség szellemi fejlődésére gondolunk**, akkor ez **elvileg lehetséges a Föld élővilága állapotának megőrzése mellett is**.

Helyesebbnek tűnik a **fenntartható gazdálkodás**, mint **elfogadható alapelv rögzítése**, amellyel **elkerülhető a "fejlődés" szó erőltetetten megengedő értelmezése**.

A **fenntartható fejlődés megítélése** persze azon is múlik, hogy **melyik szerzőből indulunk ki**.

Gyulai Iván pl. megkülönbözteti.

- ✓ a **fenntartható növekedést**
- ✓ a **fenntartható fejlődéstől**,

mondván, hogy **előbbiben többek igyekszünk lenni, utóbbiban jobbak**.

Szerinte **nem érdemes külön fenntartható mezőgazdaságról, vagy fenntartható fogyasztásról beszélni**, e helyett a **társadalmi berendezkedés egésze lehet fenntartható, vagy fenntarthatatlan**.

Ez az **egészleges megközelítés** azért is fontos, mert **jelenleg pont az a rossz gyakorlat, hogy a világ megközelítése:**

- ✓ **túlságosan szektorokra bontott, és**
- ✓ **az egyes szektorális beavatkozások egymás kárára valósulnak meg,**

pl. a **természetvédelmi célt szociális cél rovására** valósítanak meg, vagy a leggyakoribb, hogy **gazdasági célt a természeti és társadalmi szektor rovására** érnek el.

E helyett **rendszerben kellene gondolkodni**: olyan rendszert létrehozni, amelyben:

- ✓ a **természeti**,
- ✓ **társadalmi és**
- ✓ **gazdasági**

**célok egyaránt megvalósulnak.**

### **A fenntartható fejlődést szolgáló főbb termékek**

**Önmagában semmilyen termék nem képes arra, hogy a fenntartható társadalmat létrehozza.**

A fenntarthatósághoz **elsősorban értékrend váltásra van szükség**, az alábbi, **vegyes megítélésű technológiák** kis lépcsőt jelenthetnek, amelyek bevezetése közben folyamatosan **figyelni kell a mellékhatásokra** is. Kapcsolódó fogalmak:

- **megújuló energiaforrások**
- **bioetanol**
- **biodiesel**
- **biomassza**
- **biogáz**

**Megújuló energiaforrás**: olyan:

- **közeg,**
  - **természeti jelenség,**
- melyekből **energia nyerhető ki**, és amely akár **naponta többször ismétlődően rendelkezésre áll**, vagy jelentősebb emberi beavatkozás nélkül **legfeljebb néhány éven belül újratermelődik**.

A megújuló energiaforrások **jelentősége**, hogy **használatuk összhangban van a fenntartható fejlődés** alapelveivel, tehát alkalmazásuk **nem rombolja a környezetet**, ugyanakkor nem is fogják vissza az emberiség fejlődési lehetőségeit.

Szemben a **nem megújuló energiaforrások** (kőszén, kőolaj, földgáz stb.) használatával, **nem okoznak olyan halmozódó káros hatásokat** mint:

- az **üvegházhatás,**
- a **levegőszennyezés, vagy**
- a **vízszennyezés.**

A **szél- és napenergia-technológiák alkalmazása** lehetőséget ad arra is, hogy **az ember saját maga állítsa elő az otthonában használt**:

- **villamos energiájának,**
- **üzemanyagának és**
- **vizének**

**egy részét, vagy akár az egészét.**

A **fosszilis tüzelőanyagoktól** való elhatárolódás különösen fontos, egyrészt a **globális felmelegedés megállítása miatt**, másrészt a közelgő **olajhozam-csúcs** fenyegetése miatt.

A **legfontosabb megújuló energiaforrások**:

- **napenergia (naperőmű)**
- **napelem**
- **napkollektor**
- **vízenergia (vízerőmű)**

- árapály-energia
- hullám energia
- szélenergia
- geotermikus energia
- biomassa
- bioetanol
- **biodiesel**

A **bioetanol** kifejezés alatt olyan, nagyrészt **etil-alkoholból** (etanolból) álló **üzemanyagot** értünk, melyet: **biológiailag megújuló energiaforrások** (növények) **felhasználásával nyernek** abból a célból, hogy

- **benzint helyettesítő**, vagy
- annak **adalékként** szolgáló **motor-üzemanyagot kapjanak Otto-motorokhoz**.

A **bioetanol gyártásának alapanyaga** általában

- vagy **magas cukortartalmú növény** (például cukorrépa, cukornád),
- vagy olyan anyagot tartalmazó növény, melyet **kémiai-biológiai reakciók sorozatával cukorra** lehet alakítani (például **keményítőtartalmú növények**: kukorica, búza, burgonya stb., vagy **cellulóz tartalmú növények**: fa, fűfélék, gabonaszárak, szalma).

A **biodízel** növényi olajokból vagy (állati) zsírokból **rövid láncosságú mono alkohollal** (u.n. metanollal, vagy etanollal) **áteszterezéssel** (transzeszterifikációval) előállított észter alapú bioüzemanyag dízelmotorok számára, ami önmagában, fosszilis hajtóanyag helyettesítéseként, vagy azzal keverve annak póttanyagaként használható.

Ennek **használata** azért **előnyös**, mert a **kőolajjal szemben**, aminek a képződése évmilliók eredménye, a **biodízel** alapanyagai viszonylag **gyors biológiai folyamatoknak az eredménye**.

A **biomassa** kifejezés alatt tágabb értelemben a **Földön lévő összes élő tömeget** értjük.

A **mai** elterjedt **jelentése: energetikailag hasznosítható növények, termés, melléktermékek, növényi és állati hulladékok**.

A **tüzelhető biomasszák** jellemzően viszonylag **alacsony nedvességtartalmúak** (Pl.: szárítás) és ennek megfelelően **magas fűtőértékűek**.

A tüzelhető biomasszákkal szemben fontos **követelmény**, hogy az éghetetlen hamutartalmuk olyan vegyi összetevőkből álljon, amelyek nem roncsolják szét a kazánberendezést, illetve nem olvadnak rá a fűtőfelületekre, valamint nem okoznak jelentős levegőszennyezést.

A **legjellemzőbb tüzelt biomassza-fajták** : **tűzifa apríték** (erdei lágó v. keménylombos erdőkből előállítva, fűrészüzemi hulladékokból, illetve **lágófa-energiaültetvényekből** (például **nyárfa**) előállítva, fűrészpor (fűrészipari melléktermék), **szalma, energiafű**, illetve ezekből előállított **pellet**.

A **biogáz** **szerves anyagok** mikrobák által **anaerob körülmények között** történő **lebontása** során képződő gázelegy. Körülbelül 45-70% **metánt** (CH<sub>4</sub>), 30-55% **szén-dioxidot** (CO<sub>2</sub>), **nitrogént** (N<sub>2</sub>), **hidrogént** (H<sub>2</sub>), **kénhidrogént** (H<sub>2</sub>S), ammóniát és egyéb maradványgázokat tartalmaz (pl.: sziloxán, metil-merkaptánt (CH<sub>3</sub>SH)).

## A fenntartható a fejlődés meghatározása

A **fenntartható fejlődés** lényegét tekintve **megegyezik** Környezet és Fejlődés Világbizottság 1987-es jelentésében leírt **harmonikus fejlődéssel** csak az elnevezés változott meg.

Igaz azonban, hogy **ma nincs a Föld minden országában egységesen elfogadott meghatározás**.

Az alábbi néhány megfogalmazás a **legközismertebb**, közülük az első a legelfogadottabb:

- 1.) **Olyan fejlődés**, amely úgy elégíti ki a mai generációk igényeit, hogy közben **nem befolyásolja károsan a következő generációk ugyanazon igényei kielégítését**.
- 2.) Olyan tevékenység, amely **a mai generációk életminőségének** (életszínvonalának) **emelését teszi lehetővé** anélkül, hogy elvennie a jövő generációtól a lehetőséget legalább ugyanilyen életszínvonal elérésére.
- 3.) A földi környezetünk megszabta a **határok között élni**.
4. a) **Törődni azzal** (a világgal), amit **mi soha nem fogunk meglátni**.
4. b) **Törődni azzal, mi fog utánunk történni**.
- 5.) **Nem becsapni gyermekeinket és unokáinkat**.

## **Indikátorok**

Teljesen természetes, hogy **szeretnénk, ha a jövőben a gyerekeinknek lenne:**

- **Szép lakása** (ami jól berendezett, környéke biztonságos) a fűtés- és villanyszámlát könnyen ki tudják fizetni.
- **Lehetősége** igényeiknek megfelelő **oktatásra és képzésre**.
- Olyan **munkahelye, ahol nem kell félni az elbocsátástól**.
- Lehetősége **egészséges életmódra**, és általában olyan körülmények között élni, amelyek **nem rontják az egészséget** (tisztá víz, levegő, talaj).
- Olyan **természeti környezete**, amelyben **szabadon csodálhatja a növény- és állatvilág** sokféleségét és szépségét.
- **Könnyen elérhető üzletek**, amelyekben igényei szerint, olcsón vásárolhat.
- Lehetősége a **kulturálódásra és a sportra**.
- **Könnyű hozzáférhetősége** a szükséges **információkhoz** és lehetősége a **döntéshozatalban való részvételre**.
- Egy **segítőkész helyi (kis)közösség**.
- Egy **biztonságos (nagy)közösség**, amely **félelemtől és bűnözéstől mentes**, és amely nem csak önmagával, hanem **az ország és a Föld egész lakosságának igényeivel és a következő generációk igényeivel is számol**.

Ha meg akarjuk valósítani a fenti gondolatokat, **szükségünk van indikátorokra** (jelzőkre), amelyek **megmutatják, jó úton járunk-e**.

Az indikátorok **önmagukban nem mondják meg, mit kell tennünk**, csak **mutatják az utat a fenntarthatóság irányába**.

**Segítenek megláttatni**, hogy **mi történik** ezzel kapcsolatban a **saját közösségünkben**. Általában elfogadott dolog indikátorokat használni annak jelzésére, hogyan haladunk előre a céljaink elérése érdekében.

Az indikátoroknak ugyanakkor **nevelési szerepük** is van. Az igazi értékük mégis abban rejlik, hogy **nem csak kijelölik az utat**, hanem a megvalósítás során **segítenek a prioritások meghatározásában is**.

**Képzeljünk el egy olyan jövőt**, amelyben **mindenki harmóniában él** közvetlen környezetével, nem okoz kárt sem lokálisan sem globálisan.

Mindennapi élete során **igényeit úgy elégíti ki**, hogy azzal **nem csökkenti az eljövendő generációk ugyanazon igénye kielégítésének esélyét**.

Ennek megvalósítását segíti az alábbi 13 indikátor:

- 1.) A **különböző forrásokat hatékonyan használjuk**, és a **hulladékok mennyiségét** a lehető legkisebbre csökkentjük újrahasználat és újrahasznosítás által.
- 2.) A **környezetszennyezést olyan mértékre csökkentjük**, hogy az már **nem káros** az élő szervezetekre.
- 3.) A **természetet védjük** és sokféleségét nagyra értékeljük.
- 4.) Amennyire az csak lehetséges, a **helyi igényeket helyi forrásokból elégítjük ki**.
- 5.) Mindenkinek lehetősége van **elfogatható életkörülmények között élni**, elérhető áron közlekedni, tiszta vízhez, megfelelő mennyiségű élelemhez és lakáshoz jutni.
- 6.) Mindenkinek lehetősége van számára **elfogadható munkához jutni**, amelyet egy sokszínű gazdaság biztosít. **Egyenlő munkáért lehetőleg egyenlő fizetség jár**, és ugyanakkor értékes az önkéntes, egymásért vagy közösségért végzett munka is.
- 7.) Az **emberek egészségét elsősorban tiszta és nyugodt környezetük biztosítja**. Az egészségügyi ellátás feladata megelőzés is, nemcsak a betegség kezelése.
- 8.) Miközben az emberek hozzájutnak a szolgáltatásokhoz és a különböző javakhoz, **nem okoznak kárt mások és környezetük számára**.
- 9.) Az **emberek félelem nélkül élnek saját közösségükben és nem tartanak a bűnözéstől, a személyes agressziótól**, egyenlőtlen versenyhelyzetektől, a nemi és származás szerinti megkülönböztetéstől.
- 10.) Mindenki hozzájuthat a **különböző információkhoz**, tudáshoz, szakmai ismeretekhez annak érdekében, hogy teljes értékű embernek érezze magát az adott társadalomban.
- 11.) Valamilyen szinten mindenkinek lehetősége van arra, hogy **részt vegyen a döntéshozatalban**.
- 12.) Mindenkinek **lehetősége van művelődésre, pihenésre, szórakozásra**.
- 13.) Az adott település, amelyben a közösség él, úgynevezett "emberléptékű", ahol **a sokféleséget és változatosságot nagyra értékelik és védik**, a szürkeséggel, az egyhangúsággal szemben. A dolgok használati és pénzben kifejezett értékén **túl nagyra értékelik azok szépségét és harmóniáját**.

## Az elv gyakorlati megvalósítása

Mielőtt nekilátunk a fenntartható fejlődés gyakorlati megvalósításának, nagyon fontos belátnunk azt, hogy **a fenntartható fejlődés nem azonos a környezetvédelemmel**.

A **környezeti problémák nem kezelhetők elkülönülten a szociális és gazdasági problémáktól**, ha azokat fenntartható módon kívánjuk megoldani.

Nekünk olyan **új kultúrára van szükségünk**, amelyben a **különböző igényeket integrálni tudjuk**.

### Kelet-Európa

**Óriási műszaki és gazdasági lehetőségek vannak az energiahatékonyságra az egész régióban.** Ha ebből akár csak egy keveset megvalósítanánk, bezárhatnánk **az összes veszélyes reaktorainkat a régióban nagyobb gazdasági visszaesés nélkül**. Például Ukrajnában, az energiahatékonyságból nyerhető **reális megtakarítás nagyobb lenne, mint a Csernobili erőmű együttes termelése**.

A **reaktorok nagyon hirtelen bezárása** megkívánhatja hatékony **gázturbinák bevezetését**, addig is, amíg az összes felhasznált források hatékonysága nem növekszik.

A hosszabb távú lehetőségek **megújuló energiára, biomassza, víz, napfűtés, nap-elektromosság és szélenergia** alapokon meglehetősen nagyok és gyakran költséghatékonyak is ma már.

**Bele kell vágni egy erőteljes kutató-, fejlesztő- és ösztönző programba**; ez az **üvegházhatást** is csökkentené. Ami hiányzik, az a kelet-európai és OECD kormányok politikai akarata, hogy

befektessenek a legköltséghatékonyabb eljárásokba és a gyakorlati ösztönzőket ezek alkalmazása felé irányozzák át. (Sustainable Energy News)

## Magyarország

"A megújuló energiaforrások részesedése az ország energiaellátásából kb. 2%, a vízierőműveket is beleértve, mely mértéket a kormány stratégiája szerint 1995-re 5-6%-ra kell növelni. Mialatt a biomasszában és a geotermikus forrásokban rejlő lehetőségek jóslások szerint csak rövid távra jelentenek megoldást, **hosszabb távon a nap- és szélenergiát** hasznosító technológiák is megfontolás tárgyát képezik.

### A megújuló energiaforrások alkalmazási lehetőségei Magyarországon

A megújuló energiaforrások gyűjtőfogalom alatt az alábbi energiaforrásokat értjük:

- ✓ napenergia;
- ✓ szélenergia;
- ✓ biomassza;
- ✓ geotermikus energia;
- ✓ óceánok energiája (hullám, ár-apály, áramlás, só- koncentráció-különbség, hőgradiens, sarki jég);
- ✓ vízi energia;

A Magyarországon leginkább szóba jöhető megújuló energiaforrásokat az alábbiakban tekintjük át vázlatosan:

- A szél energiájának hasznosítási lehetőségét korlátozza az a tény, hogy az Alpokkal és a Kárpátokkal körülhatárolt hazánkra az alacsony (2-6 ms) szélesség jellemző. E kis szélességnél a szél energiataralma nem éri el a  $150 \text{ Wm}^2\text{-t}$ , a szélgépekkel való energiatermelés gazdaságosságához viszont  $500\text{-}600 \text{ Wm}^2\text{-re}$  volna szükség.
- A kis szélesség tartományban már induló szélkerekeket az állatitáson kívül alkalmazni lehet egyedülálló épületek akkumulátoros áramellátására, öntözési, vízátelési célokra, halas- és szennyvíz tavak oxigéndúsítására, villanypásztor áramellátására, stb." (Tímárné Horváth Veronika, BME)

## Mi a fenntartható fogyasztás?

([Tudatos Vásárló](http://tudatosvasarlo.hu), forrás://tudatosvasarlo.hu)

A fenntartható fogyasztás azt jelenti, hogy felelősségteljesebb viselkedéssel megoldásokat keresünk a társadalmi és környezeti egyensúlyhiányokra.



A fenntartható fogyasztás szervesen összefügg:

- a termeléssel és az elosztással,
- a termékek és szolgáltatások használatával, illetve
- feleslegessé válásával.

A fenntartható fogyasztás alapvető feltétele, hogy a termékek teljes életciklusát figyelembe vegyük, újragondoljuk a termékek, szolgáltatások:

- ✓ nyersanyagainak,
- ✓ előteremtése,
- ✓ tartalma,
- ✓ gyártási technológiája,
- ✓ az ahhoz használt energia,
- ✓ a szállítás,
- ✓ a csomagolás és
- ✓ ezernyi további tényező

mind-mind hatással van a természeti környezetre és az emberekre is.

A cél az, hogy:

- biztosítsuk az összes földlakó alapvető szükségleteinek kielégítését,
- elérjük a mértéktelenség csökkenését, és
- elkerüljük a környezeti károkat.

A fenntartható fogyasztás szerves része a fenntartható fejlődésnek:

*„... olyan fejlődés, amely biztosítja a jelen szükségleteinek a kielégítését anélkül, hogy megátolná a jövő generációk szükségleteinek a kielégítését.”*

A változtatás eszközeinek megteremtése:

- a kormányok,

- szabályozó testületek,
- civil szervezetek és
- üzleti vállalkozások

#### **felelőssége.**

Mégis, a **fogyasztóknak, állampolgároknak világszerte kulcsszerepük van** abban, hogy e csoportokat **jobb és gyorsabb cselekvésre készítsék.**

A fenntartható fogyasztás összes meghatározása hangsúlyozza, hogy **elsődleges fontosságú a fogyasztás mennyiségének csökkentése**, azonban a legnagyobb kihívást a fogyasztás más és hatékonyabb módjainak kialakítása jelenti.

**Sok esetben pedig a fogyasztási lehetőségek újraelosztására van szükség.**

**A világon több mint 2 milliárd embernek van szüksége** annál többre, mint amihez hozzájut – csak a túléléshez.

**Másoknak pedig felelősségteljesebben kellene választaniuk.** Végző soron ez azt jelenti, hogy:

- kevesebb erőforrásra lesz szükség, és
- csökken a környezetszennyezés mértéke,
- miközben a Föld lakosságának teljesülnek az igényei és vágyai.

A fenntartható fogyasztás egyik megközelítési módja a „4-es és 10-es tényező”-elmélet, amely szerint a **következő évtizedekben kétszer jobb élet mellett fele ennyit kellene felhasználnunk értékes erőforrásainkból.**

**2050-ig az iparosodott országoknak a mostani erőforrás-termelékenység tízszeresét kell elérniük.**

A termelési és fogyasztási módoknak **először 4, majd 10-szeresen hatékonyabbá** kell válniuk ahhoz, hogy mindenki tartósan és egyenlő(bb)en férjen hozzá az erőforrásokhoz.

**A legtöbb definíció tartalmazza a következő elemeket:**

- ✓ az emberi **szükségletek kielégítése**;
- ✓ jó **életminőség és elfogadható életszínvonal**;
- ✓ az **erőforrások megosztása gazdagok és szegények között**;
- ✓ **a jövő generációk** figyelembe vétele;
- ✓ a „**bölcsőtől a sírig**” – hatás érzében tartása fogyasztáskor;
- ✓ az **erőforrás-felhasználás, a szemét és a szennyezés minimalizálása.**

## Ökológiai fogyasztóvédelem

Az ökológiai fogyasztóvédelem elsősorban a **termékek és szolgáltatások környezet- és egészségvédelmi hatásainak vizsgálatával**, az ezekhez kapcsolódó **információk közvetítésével és fogyasztói érdekek megjelenítésével** foglalkozik. Vagyis:

- ✓ a **reklám-fogyasztás-hulladék** összes kapcsolódó területével, továbbá
- ✓ a **háztartási ökológiával**,
- ✓ a **nem ionizáló sugárzás**,
- ✓ az **etikus fogyasztás** és
- ✓ a **termékbiztonság** (főleg az élelmiszerbiztonság) problémáival –  
hogy csak a legfontosabbakat említsük.

A **cél** – az ország fogyasztóvédelmi koncepciójához igazodva – egy **olyan tudatos fogyasztói értékrend kialakítása**, amelyben a fogyasztók vásárlási döntéseiknél figyelembe veszik és mérlegelik:

- a **környezet és az egészségvédelem szempontjait**, valamint
- a **jövő generáció érdekeit is**.

Ehhez az **állampolgárokat szembesíteni kell** mai fogyasztói szokásaik/magatartásuk következményeivel.

**Minden fogyasztói döntéshez elegendő információt** kell szolgáltatni a termékek:

- **előállításának** – használatának **egészségügyi** vonatkozásairól,
- **elfogyasztásának ökológiai következményeiről** – de
- a lehetséges **környezetbarát alternatívákról** is.

A **jó környezet helyes fogyasztói döntéseket feltételez** – ezekhez viszont a fogyasztóknak:

- ✓ megfelelő **piaci rálátásra**,
- ✓ széleskörű **termék-információkra** és
- ✓ az **alapvető ökológiai összefüggések ismeretére**  
van szükségük.

**Az igény:**

- ✓ **reklámokkal való manipulálása**,
- ✓ az **állandó és fokozódó fogyasztásra** késztetés,
- ✓ az **eldobó termékek általánossá tétele** természeti erőforrásaink gyors felélését,
- ✓ a **környezeti elemek fokozatos elszennyezését**,
- ✓ a **hulladékhegyek rohamos növekedését** vonta maga után.

Egy piacgazdaságban a termelési lánc végén álló **fogyasztó vásárlási döntései** – elméletileg – **meghatározó jelentőséggel** bírnak:

- ✓ az **áruválaszték** milyenségére,
- ✓ a **termelési folyamatok mikéntjére**, de még
- ✓ a **csomagolási** fajtákra nézve is.

Elméletileg... **A helyi piacok visszaszorulásával** a valóságban mindezt egyre inkább a multinacionális vállalatok és nagykereskedelmi üzletláncok határozzák meg – **a fogyasztó mára a piac legkiszolgáltatottabb szereplője lett.**

**A nyugati tapasztalatok alapján a fenti feladatokban nagy szerepet vállalhatnak:**

- a független fogyasztóvédelmi illetve
- a környezeti tanácsadó szolgálatok.

Ezek közvetlen kapcsolatba kerülnek a fogyasztókkal, és így:

- ✓ alkalmuk nyílik alaposabban megismerni a vásárlói döntéseik motivációit,
- ✓ felhívni a figyelmet azok ökológiai következményekre és
- ✓ elbeszélgetni a lehetséges alternatívákról.

## **Bölcsőtől a sírig**

Az ökológiai fogyasztóvédelem a fogyasztói társadalommal szemben:

- a fenntartható társadalmat,
- a környezettel harmonikus életmódot népszerűsíti,
- az élet alapvető feltételét,
- a természetet akarja megvédeni.

Ennek érdekében **elsődleges szempont:**

- az elővigyázatosság elve, illetve
- a közvetett társadalmi és
- környezeti hatások beépítése az árba.

**Felelős fogyasztóvédelmi szemlélettel:**

- a termék minőségét,
- a szerződéses feltételeket, s
- a teljes gyártási folyamatot az elejétől a végéig

figyelembe veszi.

**Az alapvető létszükségleti cikkekhez való hozzáférés** elvárható, de az anyagi javak mennyiségi növekedése helyett:

- az életminőség,
- a fogyasztás csökkentésének

szükségességét kell hangsúlyozni.

**Az életminőség ugyanis nem feltétlenül az anyagi fogyasztás függvénye.**

**A vásárlási választás szabadsága** egyébként:

- nemcsak a fogyasztó demokratikus joga,
- hanem elsőrendű gazdasági-környezeti érdek is,

hiszen a kritikus fogyasztó választásával segíthet:

- megelőzni a természeti javak - nyersanyagok esztelen pazarlását és
- hozzájárulhat a termék gyártásánál illetve
- az elhasznált termék ártalmatlanítása során történő környezet-károsítás csökkentéséhez.

**Háztartásunkban nap mint nap számos apró, ámde fontos fogyasztói döntést hozunk,** mellyel közvetlenül, vagy közvetve:

- nem csak a természeti környezet állapotát,

➤ hanem **saját magunk és családunk közvetlen egészségét is** befolyásoljuk:

- a **táplálkozás,**
- a háztartási **vegyi anyagok,**
- a **kozmetikumok** használata,
- az **építőanyagok** és
- **technológiák alkalmazása**

számos alternatívát rejt, érdemes hát megfontolnunk:

- **mit és hogyan milyen anyagból vásárolunk?**

## **Alapvető tanácsok:**

### **Válasszunk helyit és természetet!**

Házunk építéséhez válasszunk:

- ✓ **természetes, helyi alapanyagot,**
- ✓ **alkalmazkodjunk a helyi hagyományok, kultúrák építészeti jellegéhez.**

**Kerüljük a környezetkárosító vegyi anyagok** felhasználásával előállított:

- ✓ építőanyagokat,
- ✓ festékeket,
- ✓ bútorokat,

mert ezek **hosszú távon egészségünket is károsíthatják.**

**Otthonunk tervezésekor, kialakításakor** már előre próbáljuk **csökkenteni** a működtetéssel járó **energiafelhasználást:**

- **mérjük fel a passzív napenergia hasznosító területeket,**
- **szigeteljük a nyílászárókat és a ház falát,** ha az szükséges.
- **Alkalmazzunk napkollektort** a meleg víz előállítására,
- **szélkerékkel emeljünk ki vizet** a felszín alól, ha van erre alkalmas területünk.

**Mérhető és jól szabályozható fűtési rendszert alkalmazzunk,** tájékozódjunk:

- a **faelgázosítás,**
- a **geotermikus és**
- a **gázfűtés**

**előnyeiről és hátrányairól.**

**Nagyobb ablakfelületek esetén kevesebbet kell világítani.**

Bizonyos **szobanövények tisztítják és párásítják a helyiségek levegőjét.**

**Gyakran és rövid ideig szellőztessünk.**

## **Milyen legyen a háztartásunk**

**Mérlegeljük, hogy milyen elektromos eszközre van szükség** mindennapjainkban:

- az **elektromos szeletelő-gép,** vagy
- a **„konyhamalac”**

egy átlagos méretű háztartásban **könnyen nélkülözhetők.**

**A sugárzó eszközöket** (mikrohullámú sütő, számítógép) **kellő távolságban alkalmazzuk,** ha mindenképpen szükséges.

**Hűvös helyre állítva a hűtőszekrény:**

- **eleve kevesebb energiát fogyaszt,**

- **hosszabb utazások idejére teljes** kikapcsolása indokolt.

Válasszunk minél magasabb energiaosztályú (A, vagy B) elektromos berendezéseket és pl. víztakarékos mosógépet.

A hagyományos tartósítási eljárásokkal (befőzés, aszalás) saját, **megbízható táplálékot** tehetünk a család asztalára.

Keressük a visszaváltható csomagolóanyagban árusított termékeket, kerüljük az ásványvizek fölösleges fogyasztását.

A háztartási hulladék nagy része (papír, szerves-anyag) **helyben hasznosítható** szelektíven.

A konyhai zöldség- és gyümölcsmaradék, a kerti zöldhulladék,

Alapvetően **csökkentsük fogyasztási szükségleteinket: takarékosan bánjunk az erőforrások használatával** nyersedék komposztálható.

**Javul:**

- **a talaj tápanyagtartalma,**
- **talajszerkezete, ráadásul**
- **harminc százalékkal kevesebb szemét kerül a hulladékgyűjtő edénybe.**

**Kerüljük:**

- **a vegyi anyagok használatát,**
- **válasszunk természetes alapanyagból készült tisztító- és mosószereket, festékeket.**

### **Tudnunk kell:**

**Egyéni fogyasztói elvárásainkkal sikeresen befolyásolhatjuk:**

- ✓ **a piaci szereplőket,**
- ✓ **kereskedőket,**
- ✓ **gyártókat**

annak érdekében, hogy

- ✓ **egészségesebb,**
- ✓ **természetesebb,**
- ✓ **környezetkímélőbb**

**termékeket forgalmazzanak.**

A Környezeti Tanácsadó Irodák Hálózata az ország 21 pontján várja az érdeklődő lakosokat személyesen, telefonon, Interneten stb.: [www.kothalo.hu](http://www.kothalo.hu). A Tudatos Vásárlók Egyesületének Tudatos Vásárló című szaklapja és honlapja ([www.tve.hu](http://www.tve.hu)) szintén segíthet ökológiai fogyasztóvédelmi dilemmáink megoldásában. További infók a következő internet oldalakon: [www.kothalo.hu](http://www.kothalo.hu); [www.okoszolgalat.hu](http://www.okoszolgalat.hu); [www.tudatosvasarlo.hu](http://www.tudatosvasarlo.hu); [www.ofe.hu](http://www.ofe.hu); [www.biokultura.hu](http://www.biokultura.hu); [www.zoldtech.hu](http://www.zoldtech.hu)

## Mi a tudatos vásárlás, ki a tudatos vásárló?

Erre a kérdésre a klasszikus fogyasztóvédelemnek is megvan a maga válasza, amelyet azonban mi hiányosnak, egyoldalúnak érzünk.

Kicsit sarkítva: a klasszikus fogyasztóvédelem szerint tudatos vásárló az, aki nem hagyja, hogy átverjék.

Aki tisztában van fogyasztói jogaival, és él is velük.

Aki tájékozódik:

- ✓ az árakról,
- ✓ a termékek minőségéről,
- ✓ a kapcsolódó szolgáltatásokról, és
- ✓ a legjobb ajánlatot választja ki.

Mindez valóban fontos.

Mi azonban azt gondoljuk, hogy a tudatos vásárlás ma többet kell, hogy jelentsen annál, hogy képviseljük és érvényesítjük saját jogainkat és érdekeinket.

Fontos, hogy etikailag és környezetileg is tudatosak legyünk, ami azt jelenti, hogy saját magunkon túl másokra is tekintettel vagyunk.

Ezek a mások:

- ✓ lehetnek ma élő emberek, vagy
- ✓ a jövőben megszületendő gyermekeink,
- ✓ unokáink, vagy
- ✓ nem emberi létezők:
  - állatok,
  - növények,
  - sőt, ökológiai rendszerek.

Mi, tudatos vásárlók tehát olyan fogyasztói döntéseket próbálunk hozni, amelyekkel nem csak mi járunk jól, hanem – fogalmazzunk egyszerűen – a világ is.

Döntéseink alapvető értékeket tükröznek:

- hitünket az igazságosságban,
- a méltányosságban,
- az ökológiai felelősségben.

## Miért fontos ez?

Fogyasztói társadalomban élünk, szokták mondani.

Ez valami olyasmit jelent, hogy a gazdaság, de a társadalom is jórészt a fogyasztás körül szerveződik.

A vállalatok igyekeznek kitalálni, vagy még inkább befolyásolni azt, hogy mi tetszene a fogyasztóknak, hiszen végső soron ez a piaci siker záloga.

De a fogyasztás már jóval több, mint egyszerű gazdasági tevékenység:

- társadalmi,
- kulturális, sőt
- pszichológiai

jelentőséggel bír.

A reklámok és a kereskedelmi média manapság jobban befolyásolja azt, hogy:

- **mit gondolunk,**
- **hogyan beszélünk a világról,** mint a „magaskultúra”.

**Személyes identitásunk** pedig gyakran kibogozhatatlanul összefonódik a vásárolt termékek imidzsével.

**A fogyasztás tehát jóval több, mint pusztán materiális tevékenység.**

Rendben van: akkor legyen is több!

**Minden embernek szüksége van** arra a tudatra, hogy amit csinál, annak **értelme, értéke** van. A maguk módján a **reklámok is ezt igyekeznek velünk elhitetni**: szerintük egy **autó megvásárlása** tulajdonképpen **önmegvalósítás**, amely révén olyan magasabb rendű értékeket kapunk kézhez tárgyasult formában, mint a **szabadság és az önállóság**.

Mi, **tudatos vásárlók** megpróbálunk **túltekinteni a reklámok ködfüggönyén**, és elgondolkodni azon, hogy **mit is teszünk akkor, ha ezt vagy azt a terméket megvásároljuk**.

**Mi a valódi értelme és értéke annak a terméknek?**

Talán éppen a **gyerekmunkát** vagy **más emberi szenvedést támogatunk** egy távoli országban?

Esetleg egy **olyan céget**:

- amely a **génmanipulációban** érdekelt;
- amely **kozmetikai célokra is állatkísérletek** folytat?

A megvásárlása több **hulladékot és szemetet termel**, mint amennyi csekély élvezetet az elfogyasztása jelent?

Vagy ellenkezőleg: **olyan termékről van szó**, amely:

- nemcsak **egészséges**, de
- az előállítása is **környezetkímélő módon történt**; és
- olyan vállalat gyártotta, amely **felelős magatartásával tűnik ki?**

A **fogyasztói társadalom** azonban nemcsak azt jelenti, hogy:

- **a fogyasztás jelensége fontos**, hanem azt is, hogy
- **mennyiségét tekintve is jelentős**.

A **modern gazdaság** a globalizáció révén **behálózza az egész világot**.

Legalább két **alapvető probléma** említhető ezzel kapcsolatban:

- Az **egyik az**, hogy a **messziről jött termékről keveset tudunk**. Pedig talán elborzadnánk, ha tudnánk, hogy
  - a **csokoládénkhöz a kakaót gyermekrabslolgák** szüretelték, vagy
  - hogy a **márkás sportcipő** milyen elképesztően **megalázó és kizsákmányoló munkakörülmények között** készült valahol Délkelet-Ázsiában.
- A **másik alapvető probléma az**, hogy a **mai gazdaság ökológiailag nem fenntartható**.

**Minden komoly környezetvédelmi kutatás azt mutatja ki**, hogy:

- **túl sok anyagot, energiát veszünk ki** a környezetünkből, és
- **túl sok szennyezést, hulladékot engedünk bele** vissza.

Mindeközben **visszafordíthatatlan ökológiai károkat okozunk**. A számítások szerint azonban az **ökológiai katasztróféért korántsem pusztán az emberiség növekvő létszáma a felelős**, hanem sokkal inkább **a fejlett országok pazarló életmódot folytató lakossága**:

- az **összes anyag- és energiafelhasználás 80 %-a**
- a **világ összlakosságának mindössze 20 %-át adó fejlett országokban** (köztük hazánkban) **realizálódik!**

Megfordítva: **az emberiség 80 %-ára jut az erőforrások 20 %-a...**

Ne higgyük azt, hogy az, ami tőlünk távol, vagy a világ környezeti állapotával történik, az nem lesz hatással ránk!

A **globalizáció** nem csak azt jelenti, hogy:

- **a messzi földön előállított termékek eljutnak hozzánk**, de azt is, hogy
- így vagy úgy, de a **drámai társadalmi vagy környezeti következményekkel is szembe kell néznünk egyszer**.

## **Mit tehetünk a fogyasztói társadalomban?**

Változtathatunk! **Mi más reményt keltő van a fogyasztói társadalomban**, mint az, hogy **vásárlói döntéseink befolyásolhatják a dolgok menetét?**

Néha gyorsan, és látványosan, mint néhány **sikeres fogyasztói bojkott-mozgalom** példája bizonyítja.

Néha pedig **lassabban**, de reméljük mélyrehatóan, mint azt:

- az **organikus mezőgazdálkodás**, vagy
- a **nap- és szélenergia hasznosításának**

**terjedése mutatja.**

**Ne gondoljuk, hogy tehetetlenek vagyunk!**

Az **ősi igazság most is áll: egyedül talán nem sokat tehetünk**, de ha akarunk, tetteink összeadódnak másokéival, **messzire juthatunk**.

Még az is meglehet, hogy függetlenül attól, hogy **mások mit tesznek, jó érzés helyesen cselekedni...**

Ahogy **Spinoza fogalmazott: a „boldogság nem az erény jutalma, hanem maga az erény”.**

**Személyes meggyőződésünk**, hogy a mai gazdaságnak és benne a **fogyasztásnak alapvetően át kell alakulnia ahhoz, hogy társadalmilag és ökológiailag fenntartható legyen.**

Ezért a változásért **mindenki máshogy tud tenni.**

**Vásárolni** azonban **mindannyian** vásárlunk. Szinte **inkább vagyunk fogyasztók**, mint **állampolgárok**, hiszen választani jó, ha **5 milliónyian megyünk el, vásárolni** azonban **ennél jóval többen**: a legkisebb gyermekeket leszámítva **úgyiszlóván mindenki.**

**Magyarországon** uszkve **kilencmillió ember hoz naponta**, de legalább hetente valamilyen **vásárlói döntést**. Ez óriási erő.

**Ha e döntéseknek csak egy része** – reméljük növekvő része – **tudatos etikailag és környezetileg, az már sokat számít.**

A Tudatos Vásárlók Egyesületének az a szándéka, hogy **felhívja a figyelmet az etikailag és környezetileg tudatos vásárlás jelentőségére.**

Elsősorban kérdéseket szeretnének felvetni, de válaszokat is igyekeznek megfogalmazni. Komoly és fontos dolgokról beszélnek, de ezt szeretnének nem túlkomolykodva, és főleg nem fontoskodva tenni. Úgy gondolják, hogy ami fontos, az ugyanakkor érdekes is lehet.

**A tudatos vásárlás pedig nem csak elkötelezettséget kíván, hanem örömmel is jár.**

Szeretnék, ha minél többen bekapcsolódnának ebbe az együttgondolkodásba.

Honlapukon igyekeznek hasznos információkat, és az általuk megismert tényeket közzétenni, sőt, dolgoznak a tudatos vásárlói adatbázison is.

Ugyanakkor remélik, hogy a honlap nem marad meg az egyoldalú kommunikáció eszközének. Várják a javaslatokat, ötleteket, hozzászólásokat úgy a honlap tartalmára vagy felépítésére vonatkozóan, mint magára a tudatos vásárlás lehetőségére, gyakorlatára nézve. Nem kell mindenben egyetérteni: remélik fórumaikon érdekes és konstruktív viták bontakoznak majd ki.

Egy alapvetést azonban el kell fogadnunk: **a pénzünk szavazat – akár akarjuk, akár nem.**

## A Tudatos Vásárló 12 pontja

### 1. A pénzeddel szavazol!

A vásárlás a Te döntésed. Eldöntheted, mit és kit támogatsz, mit nem. Nem kell támogatnod:

- ✓ a környezetszennyezést,
- ✓ vegyszerezést,
- ✓ gyermekmunkát,
- ✓ a buta,
- ✓ káros és
- ✓ felesleges dolgok

tömeges gyártását.

### 2. A szemét a legdrágább!

A szemét értelmetlen pénzkidobás Neked és terhelés a környezetnek: **mindig gondold végig, mennyit dobsz majd ki abból, amit megveszel.**

### 3. Vásárolj cetlivel!

Vásárlás előtt **írd össze, mire van szükséged.** A nagy üzletek profi módszerekkel csábítanak felesleges pénzköltésre. **Ne hagyatkozz „polctrükkökre”.**

### 4. Vásárolj helyben!

A nagy bevásárlóközpontok helyett **vásárolj piacon, vagy helyi boltban.** Kutasd fel a jó helyeket.

### 5. Mennyi műanyagot viszel haza?

Vigyél magaddal:

- táskát, szatyrot,
- ne fogadj el zacskót mindenhol.

Válaszd az **egyszerűen csomagolt** árukat.

Keress a **visszaváltható**, illetve **újrahasznosított csomagolást.**

### 6. Keresd az eredetit!

**Ne dőlj be a szép külsőnek és a vicces dumának:** kerüld:

- a nem természetes alapanyagból,
- vegyszerek segítségével,
- gyárilag előállított ételeket.

### 7. Olvasd el a címkéket!

Az **élelmiszerek és kozmetikumok** rengeteg **káros** (és felesleges) **anyagot tartalmazhatnak.**

**Ne kezd magad vegyszerrel,** se kívülről, se belülről, ha vegyszer nélkülöt is kaphatsz.

### 8. Erőszakmentes szépség

Válassz olyan **kozmetikumokat,** amelyeket **állatkínzás nélkül tesztelnek,** illetve nem tartalmaznak állati eredetű anyagokat.

### 9. Tartós használat!

**Kerüld az eldobható dolgokat,** ezek tömeges előállítása és kidobása **energiapazarlással** és **környezetszennyezéssel** jár.

### 10. Válaszd a friss hazait!

Friss, hazai idényzöltséget és **-gyümölcsöt** vegyél:

- az üvegházi, több tízezer kilométert utaztatott,
- mesterségesen érlelt,
- agyoncsomagolt és tartósított áruk helyett.

## 11. Helyi termékeket vedgyél!

Keress a lakóhelyed közelében készülő dolgokat. Így:

- a helyi környezetet támogathatod, valamint
- kevésbé járulsz hozzá a szállítással járó környezetterheléshez.

## 12. Nem mindegy!

Ha nincs is tökéletes termék, keresheted mindig a jobbat.

Legyél tudatos: járj utána, hogy:

- ki állítja elő,
- mit tartalmaz,
- mibe csomagolják,
- hová kerül.

## **Etikus fogyasztás, háztartási ökológia**

(Szerző: [Móra Veronika](#), forrás: [www.humus.hu](http://www.humus.hu))

### **Etikus fogyasztás**

Az etikus fogyasztás a környezettudatos vásárlásnál szélesebb érvényű megközelítés, amely azonban szintén a fogyasztó "elvi" piacbefolyásoló hatalmának kiaknázására épít. **Célja**, hogy a **fogyasztói döntések révén megváltoztassa a vállalatok:**

- **társadalmi,**
- **emberi jogi** vagy
- **környezeti**

szempontból **etikátlan politikáját és tevékenységeit.**

A megközelítés **kifejlesztője** és legfőbb **képviselője** a nagyvilágban a nagy-britanniai székhelyű **Ethical Consumer Research Association (ECRA)**.

Az **ECRA magazinja**, az **Ethical Consumer** minden számában **egy-egy termékcsoporthoz** vesz **górcső** alá, azonban nem magukat a termékeket, hanem az előállító vállalat, a **márkatulajdonos tevékenységét** elemzi, az alábbi szempontrendszer szerint:

### **A környezet**

- **Környezetvédelmi jelentés:** **közzétesz-e** a vállalat rendszeres **jelentéseket** környezetvédelmi teljesítményéről? **Vannak-e** ebben jól meghatározott **fejlesztési célok?**
- **Szennyezés:** más hasonló cégekhez képest **milyen mértékű szennyezést bocsát ki** a vállalat? **Kell-e fizetnie**, és ha igen milyen gyakran és mekkora **környezetvédelmi bírságokat?**
- **Atomenergia:** **részt vesz-e** a vállalat **atomenergiával** kapcsolatos **beruházásokban** (uránbányászat, atomerőművek, radioaktív hulladék lerakása és reprocesszálása), szállít-e ilyenekhez berendezéseket, alkatrészeket?
- **Egyéb:** **alkalmaz-e a vállalat egyéb környezetkárosító eljárásokat**, amelyek pl. erdő-irtással, élőhelyek elpusztításával járnak, használ-e sokat **bírált anyagokat** (pl. PVC, freonok)? **Lobbizik-e a környezetvédelmi szabályok szigorítása ellen?**

### **Állatok**

- **Állatkísérletek:** végez-e a vállalat **állatkísérleteket** (nem orvosi célból), **forgalmaz-e állatkísérletek felhasználásával előállított termékeket?**
- **Nagyüzemi állattartás:** foglalkozik-e a vállalat **ipari állattartással**, **gyárt-e** vagy **forgalmaz-e** ehhez szükséges **felszereléseket** (pl. ketrecek, csőrívágó készülékek), illetve **forgalmaz-e ilyen tartásból eredő húst, tojást, szőrmét?**
- **Egyéb állati jogok:** **érdekelt-e** a vállalat **állatokat** egyéb módon **kizsákmányoló tevékenységekben** (vágóhíd, cirkuszok, állatkertek)?

### **Emberek**

- **Elnyomó rendszerek:** vannak-e a vállalatnak érdekeltségei, beruházásai olyan országokban, ahol **diktatúrák vannak hatalmon**, illetve kereskedelmi kapcsolatai ilyen rendszerekkel (pl. Burma, Irak, Észak-Korea, Afganisztán stb.)?
- **Munkajogok:** megszegi-e a vállalat, vagy valamelyik egysége, üzeme **a munkások jogait** (fizetés, munkaidő, munkakörülmények)? Alkalmaz-e **kényszermunkásokat, gyermekmunkát**? **Korlátozza-e a szakszervezetek tevékenységét**, a kollektív szerződést? Alkalmaz-e **faji, szexuális megkülönböztetést**?
- **Felelőtlen marketing:** **forgalmaz-e a vállalat veszélyes vagy egészségkárosító termékeket?**
- **Fegyverek:** gyárt vagy forgalmaz-e a vállalat **fegyvereket és hadászati eszközöket**? Szállít-e **alkatrészeket, felszereléseket** hadseregeknek?

## Extrák

- **Géntechnológia:** előállít-e illetve **forgalmaz-e a vállalat genetikailag módosított élőlényeket** (kivéve orvosi felhasználásra)?
- **Bojkott-felhívás:** **közzétett-e valaki bojkottfel-hívást** az adott cég tevékenysége miatt?
- **Politikai támogatás:** **nyújtott-e a vállalat adományt politikai pártnak**, vagy pártokhoz kötődő szervezeteknek?

Mind a **15 szempontot háromfokú skálán értékelik** (legjobb, közepes, legrosszabb). A táblázatos formájú közlés lehetővé teszi, hogy **az olvasó** az általa lényegesnek tartott **aspektusok szerint válasszon**, de az összesített értékelés alapján **a magazin maga is ajánl "legjobb vételeket"**. A tapasztalat általában azt mutatja, hogy **a nemzetek feletti vállalatok a legtöbb esetben elmarasztalhatók** a fentiek valamelyike miatt, a magazin általában a kisebb (brit) céget termékeit javasolja.

Az ECRA az értékeléshez **szükséges információkat nyilvánosan hozzáférhető forrásokból szerzi be:**

- ❖ vállalati jelentésekből,
- ❖ hatósági adatokból,
- ❖ listákból,
- ❖ újsághírekből,
- ❖ környezetvédő és
- ❖ emberi jogi szervezetek közzétett kutatásaiból.

**Adatbázisa** ([www.ethicalconsumer.org](http://www.ethicalconsumer.org).) **több mint 20 000 vállalatot tartalmaz világszerte**, bár némileg **Nagy-Britanniára összpontosítva**.

Hasonló tevékenységet végez az Egyesült Államokban a **Multinational Monitor** ([www.essential.org/monitor](http://www.essential.org/monitor)) nevű szervezet, illetve a **holland SOMO** is.

**Az ECRA küldetése, hogy a tudatosítsa a fogyasztók erejét, ezért az etikus fogyasztók legfontosabb eszköze a bojkott.**

Bár nálunk még kevés ilyen irányú kísérlet történt, külföldön széles körben alkalmazzák.

## A bojkott-kampányok kiváltói

A **legtöbb bojkott** ugyan **nem eredményez mérhető forgalom-csökkenést**, egy jól megtervezett kampány **jelentősen csorbíthatja a cég hírnevét, arculatát**, ami rákényszerítheti a bírált tevékenység beszüntetésére/megváltoztatására.

Néhány híres bojkott-kampány:

- **Nestlé:** a vállalat a nyolcvanas években került támadások kereszttüzébe a csecsemőtápszerek felelőtlen reklámozása miatt. Különösen a fejlődő országban folytattak agresszív kampányokat (beleértve ingyenes minták osztogatását, kórházak szülészeti osztályának meglátogatását és támogatását), azt a látszatot keltve, hogy a tápszer jobb az anyatejes táplálásnál. Ez különösen:
  - az alacsonyan iskolázott szegények körében, olyan területeken,
  - ahol nincs elegendő tiszta ivóvíz nagyon veszélyes.

A többéves bojkott hatására Az Egészségügyi Világszervezet etikai kódexet hozott létre az anyatej pótló tápszerek forgalmazására és reklámozására vonatkozóan.

A sors furcsa fintora, hogy a Nestlé néhány évi "jó magaviselet" után a mai napig a kódexet megszegő módon jár el.

- **Shell Oil:** a vállalat az elmúlt évtizedekben több bojkott-hadjárat célpontja volt:
  - a dél-afrikai apartheid rendszer támogatása, illetve
  - a dél-nigériai olajkitermelés környezetkárosítása illetve
  - a katonai rezsimmal való együttműködés miatt (ilyen módon közvetetten bűnös volt a környezetszennyezés ellen harcoló Ken Saro-Wiwa író és társainak kivégzésében is).

A közelmúltban nagy nyilvánosságot kapott a Brent Spar kiöregedett tengeri olajfűró-torony elsüllyesztése, amelynek hírére egész Európa megmozdult – végül a Shell elállt a tervtől, és a költségesebb szárazföldi szétszerelés mellett döntött.

- **McDonalds:** a gyorsétterem-lánc már hosszú ideje a bojkott-felhívások egyik célpontja:
  - mind a braziliai őserdők kivágásával zajló legeltetés,
  - mind a hulladéktermelés,
  - mind a munkások jogainak megszegése,
  - mind pedig egészségtelen menüik reklámozása miatt.

Noha nem közvetlenül a bojkotthoz tartozik, de a néhány évvel ezelőtti **angliai rágalmozási per** jól mutatja a vállalatok érzékenységét: egy kétoldalas szórólap miatt citálták bíróság elé annak terjesztőit.

A két aktivista (a London Greenpeace, egy kis helyi szervezet tagjai) azonban **nem adta fel** és az ügyből az angol jogtörténet leghosszabb pere lett, ahol tanúk százainak beidézésével **bizonyították a szórólap minden egyes mondatának igazát**. Bár a McDonalds a pert végül részben megnyerte, a tárgyalóteremben elhangzottak nyilvánosságra kerülése sokat ártott a vállalat jó hírének.

A fenti példák jól illusztrálják, hogy bojkott-kampányt szinte bármilyen jogsértő vagy etikátlan vállalati tevékenység miatt érdemes lehet indítani, és ezek sokszor nem várt, szélesebb politikai következményekkel járnak, mint az eredeti kitűzött cél. Ebben azonban rendkívül nagy szerepe van:

- a nemzetközi szolidaritásnak és
- együttműködésnek, ami az Internet segítségével ma már könnyen kivitelezhető.

## Háztartási ökológia

Amint az az eddigiekből is kitűnhet, mindennapi életünk valamennyi területe, tevékenysége környezeti hatással jár.

Ez természetesen **elkerülhetetlen**, de **csökkentésére, minimalizálására törekednünk kell**. Háztartásunkban, közvetlen környezetünkben számos olyan kisebb-nagyobb erőfeszítéssel elvégezhető változtatás van, amelyekkel **csökkenthetjük "ökológiai lábnyomunkat"**. Nemcsak:

- a **természeti környezet** hosszú távú **épségének megőrzése**, de
- **saját egészségünk** miatt, hiszen
- **háztartásunk környezet-szennyezése** közvetlenül **visszahat** ránk is.

Ez tehát az a terület, ahol nemcsak hogy kis ráfordítással, de közvetlen **érdekekben tudunk változtatni**.

**A problémák alapvetően 3 területen jelentkeznek:**

- az **energiafelhasználás**,
- az **anyaghasználat** és
- a **hulladék**.

**A háztartások energiaigénye az ország energiafelhasználásának durván 36%-át teszi ki**, nem elhanyagolható mennyiségről van tehát szó.

Nem mindegy, hogy:

- **mennyi energiát használunk fel**, és az sem hogy
- **ez honnan származik**.

**A lakások energiafelhasználásának 70%-a a fűtés**, amelynek fajtáját sok esetben nehéz megváltoztatni, de **energiatakarékos intézkedésekkel jelentős csökkenést érhetünk el**. Nem mindegy az sem, hogy **hogyan világítunk**, és hány elektromos berendezés, háztartási gép van otthonunkban. **Ezek egy része**, a "szokásos" háztartásvezetés mellett **egyszerűen felesleges**.

Ma **egyre több olyan háztartáskönnyítő eszközzel lát el bennünket a piac**, amelyek csak **egyetlenegy célt szolgálnak**, de ehhez képest **legyártásuk, használatuk rengeteg energiát és anyagot pazarol el**. (Mottó: *a legegyszerűbb olajsütő: lábos, tésztaszűrő, gáztűzhely.*)

**A hűtőszekrényeken és mosógépeken ma már kötelező feltüntetni az energia-** (illetve utóbbi esetben a víz-) **felhasználást**, amit a címkéken **A-tól F-ig osztályoznak**.

Bár az **A-B kategóriás, takarékos berendezések akár kétszer annyiba is kerülhetnek**, mint egy D vagy E kategóriás, érdemes kiszámolni, hogy **hosszabb távon melyik mennyibe kerül**.

**Tekintsük át, hogy háztartásunk mely területein, milyen problémák jelentkeznek**, és ezeket – az adott lehetőségeken belül hogyan orvosolhatjuk:

(Megjegyzés: Minderről sokkal részletesebben ír Könczey Réka-S. Nagy Andrea: Zöldköznapi kalauz c. könyve – kiadja Föld Napja Alapítvány, Budapest – , "receptekért" azt érdemes megnézni)
--

## **Mire ügyeljünk a lakóház tervezésekor és építésekor**

- **Építkezésnél megfelelő tájolással**, falak és a földem **szigetelésével** csökkenthető az **energiaszükséglet**, további lehetőségként **passzív napenergia-hasznosító területeket** (pl. télikertet) is beilleszthetünk otthonunkba. **Házunk legyen tájba illő épület**.

- **A melegvíz-szükséglet** (részleges) **fedezése napkollektor** felszerelésével is lehetséges. Ezt akár magunk is megépíthetjük (így olcsóbb).
- **A fűtés típusának helyes megválasztása** is fontos (gáz illetve villamos). Bármilyen is a fűtés, **fontos, hogy szabályozható és mérhető legyen** (saját órával). A tapasztalatok szerint már maga a mérés ténye is a **takarékosságra ösztönöz**, de egyéb kiegészítő lépéseink eredményét is így tudjuk lemérni.
- **A nyílászárók szigetelése** utólag is javíthatja a fűtés hatékonyságát.
- **Vidéki körülmények** között egyéb **megújuló energiaforrásokat** is hasznosíthatunk (pl. fafűtés, vízkimelés szélkerékkel).
- **A fűtést egy-két fokkal nyugodtan csökkenthetjük**, nem feltétlenül kell 25 °C-ban élni: gazdaságos és a levegőszennyezés csökkentéséhez is hozzájárul. A fűtőtest mögé felszerelt **hőtükör** (adott esetben egyszerű alufólia) **növeli a hatékonyságot**.
- További szempont a lehetőség szerint **minél kevésbé környezetkárosító építőanyagok kiválasztása** mind az **építkezésnél** (pl.: egyre népszerűbb a vályogtégla vagy modernizált változata, a stabilizált földtégla), mind a **felújításánál** (pl.: vizes alapú festékek, lakkok használata az oldószerek helyett). Speciális kérdés **a mérgező anyagú, azbeszttartalmú palatető kiváltása**.

### **A szobák berendezésénél javasolt „technikák”**

- **Nagyobb** (de jól szigetelt, dupla) **ablakokkal kevesebb világítótest** kell.
- **Több helyi fényforrás** egy központi helyett **jobb megvilágítást** és **kevesebb fogyasztást** eredményez; ma már széles körben elérhetőek **az energiatakarékos izzók** is.
- **A szobanövények javítják a levegő páratartalmát** és a lakásban élők közérzetét. Hasznos a **szobai párologtatás** is.
- **A számítógépet, TV-t** és egyéb elektromos berendezéseket úgy helyezzük el, hogy **elektromágneses sugárzásuk minél kisebb mértékben érjen el minket** (pl. ne az ágy környékére). A TV-t elhelyezzük egyáltalán?!
- **Szellőztetés: röviden, de alaposan** – energia-takarékosabb.
- **Ágyunk helyzete: ne a fejünk legyen az ablak alatt**
- **Az öltözködésben a gyapjú és vászon** lehetőség szerinti **előnyben** részesítése a műszál helyett.

### **Mire ügyeljünk a konyhában**

- **Szelektív hulladékgyűjtés és kezelés:** a legtöbb helyen legalábbis a papír elkülönítése és elszállítása megoldható. Nézzünk utána a **helyi hulladék-udvaroknak**, másodnyersanyag-gyűjtőknek!
- **A szemét térfogatát** – és így a szemétdíjat is – egyszerűen **csökkenthetjük** (különböző papírdobozok összehajtogatása mielőtt kidobjuk).
- **Mosogassunk környezetkímélő vegyszerrel** a vízszennyezés csökkentésére. Egy normális méretű háztartásba aligha érdemes mosogatógépet venni.
- **A vegyszerhasználat általános csökkentése** is viszonylag könnyen elérhető. A legtöbb **modern tisztítószer jól kiváltható, hagyományos, szelíd módszerekkel** (pl. **ecet, citromlé, szódabikarbóna**), amelyek a legtöbb tisztítandó felületre alkalmasak.
- **A hűtőszekrény hűvös helyre** állítva kevesebbet fogyaszt. Télen pedig az egész világ egy nagy hűtőszekrény!
- **Energiatakarékos tűzhely beszerelése** (pl. gáztűzhely hatékonyabb a villanynál).

- **Mikrohullámú sütő helyett a gáztűzhely** használata, egyéb felesleges konyhai ketyerék elkerülése.
- **Készételek, fagyasztott ételek kerülése**, helyettük lehetőleg **minél több friss áru**, lehetőség szerint **helyi** illetve **bioélelmiszer használata**. Törekedjünk a **húsfogyasztás csökkentésére** – nemcsak egészségünk miatt. Ismert, hogy a világon **megtermelt gabona 40%-át háziállataink eszik meg**, így a húsevés hozzájárul az alultápláltsághoz is a világ más részein. A nagyüzemi állattartás módszerinek csődjét pedig talán említeni sem kell.
- **A zacskós tej** kevesebb hulladékkal jár, mint a dobozos, a **betétdíjas üveg** pedig még annál is kevesebbel.
- Szükség esetén **vizsgáltassuk be ivóvizünk minőségét, ha kell szűrjük**.

### Mire ügyeljünk a fürdőszobában

- A **tisztító és tisztálkodó szerekre** itt is az érvényes, ami a konyhában. A mosószer-felhasználást csökkenthetjük **mosószóda hozzáadásával**: vízlágyító hatása miatt feleslegessé teszi a Calgon-félék használatát is.  
Mosószódából és -szappanból magunk is **keverhetünk házi mosóport**.  
**Az ecetes víz** kiválóan megfelel öblítőszer helyett, és allergiát sem okoz.
- A **kozmetikumok használatának csökkentésében** csak önkorlátozásunk szab határt! A gyógyszertárakban olcsón kaphatóak:
  - a **helyben kevert, egyszerűbb összetételű testápoló és egyéb krémek**, valamint
  - a **természet patikájából** is készíthető sokféle **kérem, pakolás, sampon** stb.
 Ne felejtjük el, hogy a kozmetikumok túlnyomó részét **állatokon kísérletezik ki** – keressük a **nyuszis emblémát**. Ez jelzi az "**erőszakmentes**" termékeket.
- A **víztakarékos WC-tartály** egyszerűen felszerelhető és látványos csökkenést okoz.
- **Fürdésnél használjunk levegős zuhanyt** (levegőt kever a kiáramló vízhez, így ugyanolyan érzethez kevesebbet használ el). A zuhanyzás egyébként is **harmadannyi víz felhasználásával** jár, mint a kádban való pancsolás.
- Végül **néhány apróság**:
  - **fogmosásnál ne folyjon a víz**.
  - **Fogkrém helyett** használjunk inkább **fogport**, amelyet magunk is elkészíthetünk, de zeolit alapú porokat vásárolhatunk is.
  - **WC-papír és papír-zsebkendő** terén **részesítsük előnyben a festetlen, újra-papír termékeket**, hagyjuk a többretegű mintás változatokat meg másnak.

### Milyen legyen a kertünk (ha van)

- **Állítsunk be komposztládát** a kerti és konyhai szerves hulladéknak.
- A **zöldségeskertben használjunk környezetkímélő növényvédő szereket**, lehetőség szerint védjük növényeinket vegyszerek nélkül, **biokertészeti módszerekkel**.
- **Szereljünk fel madáretetőt** (ne felejtjük el **télen rendszeresen feltölteni**) és **-odút**, hagyjunk a kert sarkában bokros területet a **rigóknak, poszátáknak, cinegéknek**.
- **Háziállatainkat** részesítsük a fajuknak **megfelelő bánásmódban**. A **macska- és kutyatáp költséges és pazarló**.
- **Utak szózása helyett** használjunk inkább **homokot**.

- Mondjuk el mindezt **szomszédjainknak is!**

### **Mire ügyeljünk, ha közlekedni akarunk?**

- **Helyi viszonylatban tömegközlekedési** eszközök és **kerékpár** előnyben részesítése
- **autót használjuk minél ritkábban**, de ha mégis:
  - **csak nagyobb családi utazásokhoz**, szállításokhoz;
  - **telekocsi rendszer**: több család használjon megosztva egy autót;
  - **gáz vagy hibrid** üzemeltetéssel;
  - a **régi modellekre szereljünk fel háromutas katalizátort** a károsanyag-kibocsátás csökkentésére;
  - **fáradt olaj, használt akkumulátor elkülönített gyűjtése**, és megfelelő helyen való leadása.

### **Mire vigyázzunk az irodában?**

- A **lakások felszerelésére, fűtésére, megvilágítására** vonatkozó szempontok itt is érvényesek, azzal a kiegészítéssel, hogy ez különösen igaz a **számítógépek, fénymásolók kikapcsolására, energiatakarékos modellek** beszerzésére. Azokban a terekben, ahol keveset tartózkodunk, **legyen időkapcsolós világítás**.
- A **papír elkülönített gyűjtése az irodákban** különösen hangsúlyos kérdés, és rendszerint könnyebben megoldható, mint a háztartásokban. Győzzük meg a vezetést, hogy **keressen szállító és feldolgozó vállalkozót** – így mindenki jól jár, és az irodai mennyiségekkel a begyűjtők is szívesebben foglalkoznak. Ne felejtsük el, hogy a papír mindkét oldalára lehet írni, nyomtatni!
- A **fénymásolók, nyomtatók festékkazettája** sok típusnál **újratölthető**. Ezek kidobva **veszélyes hulladéknak** számítanak!
- Hassunk oda, hogy **büféválasztékban természetes, nem előrecsomagolt ételek, teák, gyümölcslevek** szerepeljenek a "múkják" helyett.
- A **büfében** teremtsük meg a lehetőségeket a **mosható pohár és tányér használatára** az eldobható helyett (két- illetve hárommedencés mosogató).
- Noha minimálisan alkalmazható elvárásokat tükröz, a legtöbb cég számára komoly előrelépést jelentene **az ISO 14001 szabvány megszerzése**.

## MÓDSZERTANI SEGÉDLET

**Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

**Számos dolgot tehetünk**, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció és az egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák és más vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**8. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**  
9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára  
Téma: élelmiszerbiztonság, amit az élelmiszerekről  
„tudni illik” a vásárlást megelőzően,  
az élelmiszerek jelölése

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmalmsítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

*„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program*

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	<b>A foglalkozás témája az: élelmiszerbiztonság és ami mögötte van</b>	
1.	<b>A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Élelmiszerbiztonság fogalma. A WHO biztonságos élelmiszerkészítés szabályai. Felmérések eredményei</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
2.	<b>A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az élelmiszerek forgalomba hozatali feltételei. Az élelmiszerkönyv szerepe. Ami a HACCP –ről tudni kell</b>	<b>11-20 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az élelmiszerek hamisítása. Az élelmiszerhamisítások kelléktára</b>	<b>21-30 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
4.	<b>A foglalkozás negyedik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az élelmiszerek jelölése. Fogyasztóvédelem és élelmiszerbiztonság</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK és ami mögöttük van</b>	<b>41-45 perc</b>
5.	<b>Javaslat házi feladatra, otthoni munkára,</b>	<b>Gyűjtsenek össze a hírhedtté vált élelmiszerhamisításokról dokumentációkat. Írjanak egy rövid sajtóhírt az esetről, a jelenségről.</b>	
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

**Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.**

**„A felkészült fogyasztó a legvédelemre szoruló fogyasztó”**

## TARTALOMJEGYZÉK.

### **Élelmiszerbiztonság**

**Élelmiszerbiztonság a WHO (World Health Organization – Egészségügyi Világszervezet) felhívása alapján**

**A WHO biztonságos élelmiszerkészítés szabályai**

**Magyarországi fogyasztók körében elvégzett felmérés eredménye**

**Az Európai Unióban elvégzett felmérés tanulságai**

**Melyek az Európai Unió élelmiszer-biztonsági szabályozásának pillérei?**

**Az élelmiszerláncra és hatósági felügyeletére vonatkozó Magyarországi helyzetkép**

**Honnan ismerhetők meg az élelmiszerláncra és hatósági felügyeletére vonatkozó legfőbb előírások?**

**Élelmiszer mikor és milyen feltételekkel hozható forgalomba?**

**Mi az élelmiszerkönyv és milyen rendben történik a Magyar Élelmiszerkönyv kiadása?**

**Mit lehet tudni a HACCP rendszer történetéről?**

**Mi az a HACCP rendszer?**

**Mit jelent a „veszély” fogalma, milyen veszélyeket kell azonosítani?**

**Mi az a RASFF rendszer és hogyan működik?**

**WHO információs rendszere**

**Kockázat becslés, lehetséges veszélyek felmérése**

**Az élelmiszerek hamisítása**

**Néhány példa a ma kedvelt élelmiszer hamisításokra**

**A fogyasztók tájékoztatására vonatkozó előírások**

**A jelölés és az alkalmazott jelölési módszer**

**Mit kell tartalmaznia az élelmiszer jelölésnek?**

**A kereskedelmi előrecsomagolás esetén feltüntetendő jelölések**

**Fogyasztóvédelem és élelmiszerbiztonság**

**Milyen választ adhatnak a hatóságok a fogyasztók bizalmának megerősítésére?**

**Az élelmiszerek jelölése – ábrák**

**MELLÉKLETEK – TÁBLÁZATOK**

**MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ**

### **JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:**

- 1.) Mit értünk élelmiszerbiztonság alatt?
- 2.) Melyek az EU élelmiszer-biztonsági szabályozásának pillérei?
- 3.) Mikor és milyen feltételekkel hozható forgalomba Élelmiszer?
- 4.) Mi az élelmiszerkönyv rendeltetése és milyen rendben történik a Magyar Élelmiszerkönyv kiadása?
- 5.) Mit lehet tudni a HACCP rendszer történetéről?
- 6.) Mi az a HACCP rendszer?
- 7.) Mit jelent a „veszély” fogalma, milyen veszélyeket kell azonosítani?
- 8.) Mi az a RASFF rendszer és hogyan működik?
- 9.) A fogyasztók tájékoztatására vonatkozó előírások
- 10.) Mit kell tartalmaznia az élelmiszer jelölésnek?
- 11.) Kereskedelmi előrecsomagolás esetén milyen jelöléseket kell feltüntetni a termékeken?
- 12.) Milyen fogyasztóvédelmi vonatkozásai vannak az élelmiszerbiztonságnak?
- 13.) Mi az élelmiszerhamisítás célja, miként előzhető meg?

## SEGÉDLET – IRODALOM– SZÖVEGGYŰJTEMÉNY:

### Élelmiszerbiztonság

#### Élelmiszerbiztonság a WHO (World Health Organization – Egészségügyi Világszervezet) felhívása alapján:

A FAO/WHO *Codex Alimentarius*-a a következőket fogalmazta meg az élelmiszerbiztonsággal kapcsolatban:

*„Annak biztosítása a termelés, az előállítás és a forgalmazás teljes folyamatában, hogy az élelmiszer nem veszélyezteti a fogyasztó egészségét, ha azt a rendeltetési célnak megfelelően készíti el és fogyasztja.”*

#### A WHO biztonságos élelmiszerkészítés szabályai

A WHO az alábbiakat ajánlja a háztartások számára a biztonságos élelmiszerek készítéséhez, előállításához:

- Süsd, főzd át alaposan az ételt;
- Hamar fogyaszd el;
- Tárold megfelelő hőmérsékleten;
- A maradékot csak újraforrosítás után fogyaszd;
- A nyersanyagot és a főtt ételt elkülönítve tárold;
- Rendszeresen, alaposan moss kezet;
- Tartsd tisztán a konyhát;
- Védj az élelmiszert rovaroktól, rágcsálóktól;
- Csak tiszta ivóvizet használj.

#### Magyarországi fogyasztók körében elvégzett felmérés eredménye

Az élelmiszerbiztonság fontosságával kapcsolatban elvégzett közvélemény kutatás eredménye, a megkérdezettek:

- 50 %- a nagyon fontosnak
- 46 %-a fontosnak tartja azt, és mindössze
- 4 %-nak véleményes szerint nem tartja fontosnak.

#### Az Európai Unióban elvégzett felmérés tanulságai

- ❖ 8-ből 7 fogyasztó (87,55 %) nem hisz az élelmiszerek előállítóinak;
- ❖ 5-ből 4 fogyasztó (80 %) nem hisz az EU-nak;
- ❖ 4-ből 3 fogyasztó (75 %) nem hisz a nemzeti hatóságnak.

A fenti véleményekben nyilvánvaló szerepet játszanak, játszottak a különböző, az Európai Unió piacán az élelmiszerek hamisításával kapcsolatban napvilágra került hírek és botrányok (mint pl.: a dioxinos csirke, a kerge marhakór, a borhamisítás, a coca-cola botrány stb.). Magyarországon a fűszerpaprika hamisítása borzolta fel a kedélyeket.

Visszatérve a felmérésre:

- a megkérdezettek több mint 80 %-a az élelmiszerek gyakoribb és szigorúbb ellenőrzését igényelte, követelte!

## **Melyek az Európai Unió élelmiszer-biztonsági szabályozásának pillérei?**

Az Európai Unió átfogó élelmiszer-biztonsági stratégiával rendelkezik, amely

- az élelmiszerbiztonságon túlmenően
- állat- és növény-egészségügyi, valamint
- állatjóléti

kérdésekkel is foglalkozik. A stratégiának köszönhetően az élelmiszerek útját a termelőtől a fogyasztóig (*használt fogalom: a termőföldtől az asztalig*) – akár több uniós tagországon keresztül is – nyomon lehet követni. Ez a kereskedelem zavartalansága mellett azt is biztosítja, hogy változatos ételek kerülhessenek az európai polgárok asztalára.

Az Európai Unióban mind a tagállamok által előállított, mind a külső országokból behozott élelmiszereknek szigorú követelményeknek kell megfelelniük.

Az uniós élelmiszer-stratégia három pillérre épül:

- az élelmiszerek és takarmányok biztonságát célzó jogszabályokra,
- tudományosan megalapozott döntéshozatalra, valamint
- a szabályok érvényesítését és betartásuk ellenőrzését szolgáló intézkedésekre.

A közösségi jog átfogó szabályozást biztosít, amely az élelmiszerekkel – többek között az élelmiszer-higiéniával – kapcsolatos kérdéseken túl a takarmányokra is kiterjed.

A valamennyi élelmiszerre és takarmányfélére vonatkozó általános szabályozás mellett az Európai további intézkedéseket foganatosított azokon a területeken, ahol a fogyasztók részére célzott védelmet indokolt biztosítani. Ilyenek:

- a növényvédő szerek,
- a táplálék-kiegészítők,
- a színezékek,
- az antibiotikumok és
- a hormonok

használata.

Az Európai Unió ezen túlmenően szabványokat is meghatározott, amelyek korlátozzák az élelmiszerekhez adható vitaminok, ásványi anyagok stb. mennyiségét.

A közösségi szabályozás az élelmiszerekkel kapcsolatba kerülő termékekre, így például a műanyag csomagolóeszközökre is kiterjed.

## **Az élelmiszerláncra és hatósági felügyeletére vonatkozó Magyarországi helyzetkép:**

## Honnan ismerhetők meg az élelmiszerláncra és hatósági felügyeletére vonatkozó legfőbb előírások?

Az emberek biztonságos élelmiszerrel történő ellátásáról, valamint a teljes élelmiszerlánc egységes és folyamatos hatósági felügyeletéről az Országgyűlés az Európai Unió szabályozásával összhangban – *”az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletről”* szóló – **2008. évi XLVI. törvényben** rendelkezett.

**A szabályozás célja:**

- a **végso fogyasztók egészségének, a fogyasztók és az élelmiszer-vállalkozások érdekeinek védelme**, valamint:
  - a **biztonságos**, illetve
  - a **megfelelo minőségű élelmiszer** előállításához, továbbá
  - az élelmiszerek nemzetközi kereskedelméhez**szükséges garanciák biztosítása;**
- az **élelmiszerláncban** a lehetséges **kockázati tényezők számának csökkentése** érdekében – figyelemmel a lakosság egészséges és biztonságos élelmiszerrel való ellátására – a **helyi, illetve regionális kistermelői élelmiszer-előállítás és értékesítés elősegítése;**
- az **állatok egészségének megőrzése, az emberek egészségét is veszélyeztető, valamint**
  - **nagy gazdasági kárt okozó járványos állatbetegségek megelőzésének és leküzdésének biztosítása,**
  - az **élő állatok és állati eredetű termékek nemzetközi kereskedelmének biztosításához szükséges garanciák elérése, továbbá**
  - az **állatgyógyászati termékek biztonságos előállításának, kereskedelmének, felhasználásának biztosítása;**
- a **növények, növényi termékek megóvása** a károsító szervezetektől, valamint
  - a **növényvédelemmel kapcsolatos veszélyek megelőzése, illetve**
  - **elhárítása** az ember és az állat egészségét,
  - a **környezet és a természet védelmét szolgáló intézkedések elsőbbségének biztosításával, valamint**
  - a **növényvédelemmel összefüggő biztonsági szabályok betartásával;**
- az **emberi fogyasztásra kerülő, valamint**
  - az **élelmiszerek alapanyagául szolgáló, továbbá**
  - a **takarmányozásra szánt növények szennyezésektől mentes termőföldön történő termesztésének elérése;**
- az **állatok, közvetve az ember egészségét nem veszélyeztető, biztonságos és megfelelő minőségű takarmány felhasználása révén a takarmány-felhasználók érdekeinek,**
  - a **végso fogyasztók biztonságának védelme,**
  - a **környezetvédelmi szempontok érvényre jutásának elősegítése.**

## Élelmiszer mikor és milyen feltételekkel hozható forgalomba?

Élelmiszer csak akkor hozható forgalomba, ha jelölése:

- **magyar nyelven,**

- közérthetően,
- egyértelműen,
- jól olvashatóan

**tartalmazza** a jogszabályokban, valamint az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusaiban **meghatározott információkat** az ott meghatározottak szerint (**élelmiszer-jelölési előírások**).

Az **élelmiszer-jelölés** és az alkalmazott **jelölési módszer**, továbbá az élelmiszerek **megjelenítése** (formája vagy alakja, csomagolása, bemutatásának módja, kellékei) **nem tévesztheti meg a végső fogyasztót:**

- az **élelmiszer tulajdonságai** – így különösen az élelmiszer:
  - természete,
  - azonossága,
  - jellemzői,
  - összetétele,
  - mennyisége,
  - eltarthatósága,
  - származási helye vagy eredete, illetve
  - előállítási vagy termelési módja
- tekintetében,**
- azáltal, hogy az élelmiszernek **olyan hatást vagy tulajdonságot tulajdonít, amelyekkel az valójában nem rendelkezik,**
- annak állításával vagy olyan **benyomás keltésével, hogy az élelmiszer különleges tulajdonsággal rendelkezik, ha ugyanezekkel a tulajdonságokkal minden más hasonló élelmiszer is rendelkezik.**

Az **élelmiszer-jelölés és az alkalmazott jelölési módszer** – ha jogszabály vagy közvetlenül alkalmazandó európai uniós jogi aktus eltérően nem rendelkezik – **nem tulajdoníthat** az élelmiszernek:

- betegség megelőzésére,
- gyógyítására vagy
- kezelésére vonatkozó tulajdonságokat, illetve
- nem keltheti ezen tulajdonságok meglétének benyomását

## **Mi az élelmiszerkönyv és milyen rendben történik a Magyar Élelmiszerkönyv kiadása?**

A Magyar Élelmiszerkönyv:

- az élelmiszerkönyvi **előírások**, valamint
- élelmiszerkönyvi **irányelvek**

**gyűjteménye.**

A földművelésügyi és vidékfejlesztési miniszter a Magyar Élelmiszerkönyvet közzéteszi az általa vezetett minisztérium:

- hivatalos lapjában és
- honlapján.

Az élelmiszer-szabályozást a nemzetközi szervezetek – mindenekelőtt a *FAO/WHO Codex Alimentarius* – előírásaival összhangban, illetve ajánlásaira tekintettel kell kialakítani

**A Magyar Élelmiszerkönyv előírásainak és irányelveinek tervezetét a Magyar Élelmiszerkönyv Bizottság dolgozza ki.**

**A Magyar Élelmiszerkönyv három kötetből áll az alábbi tagolásban, szerkesztésben:**

- **az I. számú kötete** az egyes élelmiszerekre, illetve az élelmiszerek vagy élelmiszer-összetevők egyes csoportjaira vonatkozó:
  - **élelmiszer-minőségi,**
  - **élelmiszer-jelölési és**
  - **élelmiszer-biztonsági (élelmiszer-higiéniai),**
 az **Európai Unió kötelező jogi aktusainak átvételével készült, illetve nemzeti termék-előírásokra és rendelkezésekre vonatkozó kötelező előírásokat,**
- **a második kötete** a **nemzetközi szervezetek ajánlásai** és a hazai adottságok figyelembevételével készült **ajánlott irányelveket,**
- **a harmadik kötete** – a Hivatalos Élelmiszer-vizsgálati Módszergyűjtemény – az **Európai Közösség irányelveinek átvételével készült vizsgálati módszer előírásokat,** továbbá ajánlott vizsgálati módszer **irányelveket**

**tartalmazza**

A földművelésügyi és vidékfejlesztési miniszter a Magyar Élelmiszerkönyv tervezete alapján a **Magyar Élelmiszerkönyv kötelező előírásait rendeletben írja elő,** irányelveit pedig:

- a Hivatalos Értesítőben, valamint
- a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium hivatalos lapjában

teszi közzé, illetve annak

- **mindenkor hatályos szövegét a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium honlapján egységes szerkezetben megjelenteti**

## **Mit lehet tudni a HACCP rendszer történetéről?**

A HACCP rendszert eredetileg a hatvanas években az amerikai űrkutatási program keretében fejlesztették ki azzal a céllal, hogy az űrhajósokat szennyezés mentes, biztonságos élelmiszerekkel lássák el az űrutazás során.

Az új szemléletű élelmiszer-biztonsági rendszer elveit 1971-ben hozták nyilvánosságra.

Az élelmiszer-biztonsági rendszert:

- **konzervipari termékeknél már 1973-tól alkalmazzák,** de
- **az általános élelmiszer-ipari alkalmazás a nyolcvanas évek közepén kezdett terjedni.**

**Ma már a nemzetközi szervezetek is ajánlják használatát.**

Az *FAO/WHO Codex Alimentarius* Bizottság HACCP irányelveit 1993-ban adták ki. Ezt tekintik a HACCP módszertan nemzetközi alapidokumentációjának.

A HACCP alkalmazása az Európai Unió országaiban az Európai Tanács 93/43/EK irányelve alapján 1995 decembere óta kötelező.

**Magyarországon az élelmiszerekről szóló 1995. évi XC. törvény** végrehajtásáról rendelkező 1/1996. (I. 9.) FM-NM-IKM rendelet tartalmazta az erre vonatkozó első kötelező jellegű előírásokat.

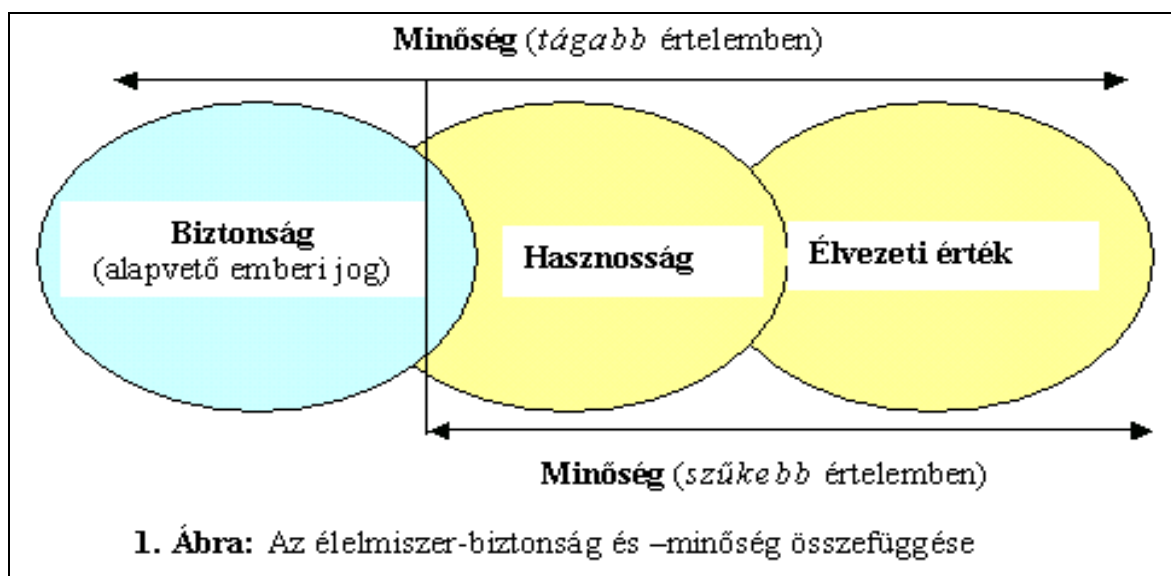
Az élelmiszergyártók mellett **2004. május 1-től** a HACCP rendszer alkalmazása **Magyarországon is kötelező:**

- az élelmiszer-kereskedelmi, valamint
- a vendéglátó és a közétkeztetést végző

**egységekben.**

Az élelmiszer-biztonság garantálása mellett (amit alapvető emberi jogként is említhetünk), **fontos cél az élelmiszer hasznosságának, élvezeti értékének biztosítása is.**

A **minőség tágabb fogalom**, amelynek fontos összetevője – a hasznosság és az élvezeti érték mellett – a biztonság.



Az előbbi definíció alapján a **fő cél**, hogy **nemcsak az élelmiszer-előállítás**, hanem a **forgalmazás során is biztosítsuk** azt, hogy csak azok a veszélyek merüljenek fel minimális mértékben, amelyek elkerülhetetlenek

### **Mi az a HACCP rendszer?**

A HACCP egy angol kifejezésből eredő rövidítés (*Hazard Analysis and Critical Control Points - Veszélyelemzés Kritikus Szabályozási Pontok*).

A HACCP rendszer **célja**, hogy a **fogyasztók részére értékesített élelmiszer ne legyen az egészségre ártalmas.**

### **A HACCP rendszer lényege, hogy**

- minden élelmiszer-forgalmazó, -előállító **egység vezetésének fel kell mérnie**, hogy tevékenysége során az élelmiszerbe **milyen egészségre ártalmas anyagok (veszélyek) kerülhetnek be;**

- ezekkel az egészségre ártalmas anyagokkal (veszélyek) **a technológia során mi történik** (a veszély megszűnik-e vagy sem, esetleg fokozódik);
- **milyen intézkedéseket kell tenni** annak érdekében, hogy **az egészségre ártalmas anyag (veszély) az élelmiszerbe lehetőleg ne kerüljön be** vagy, ha bekerült, a technológia során **ez ártalmatlan mértékűre csökkenjen, vagy megszűnjön**;
- milyen **saját, belső ellenőrzéseket lehet és kell bevezetni** fentiek elérése érdekében.

### **A rendszer lehetővé teszi:**

1. a lehetséges **hibák felismerését**;
2. a hibák által okozott **káros következmények felmérését**;
3. a potenciális **hibaforrások azonosítását** és
4. a meghatározó **folyamatparaméterek uralását**.

A veszélyelemzésre alapozott, **HACCP jellegű élelmiszerbiztonsági rendszer alapfeltétele**, hogy a **dolgozók tisztában legyenek**:

- a **veszély fogalmával**,
- a leggyakoribb **veszélyforrásokkal** (veszélyelemzés) és
- a veszélyek **megelőzésének, kiküszöbölésének módjaival** (kontroll).

A HACCP rendszer alkalmazásának **eredményeként az ételek és élelmiszerek előállításának és forgalmazásának teljes folyamatában biztosítani kell**:

- a **nyomon követhetőséget** és
- szükség esetén **meg kell tenni minden gyors és hatékony intézkedést** (ha kell az élelmiszerek, áruk visszahívását)

a **fogyasztók egészségkárosodásának megelőzése céljából**.

A **HACCP rendszer sajátossága, hogy adott**:

- **termékre,**
- **termékcsoportra,**
- **technológiára,**
- **az adott körülmények között**

**kell a veszélyelemzést elvégezni és a rendszert kidolgozni.**

Ezért **nem lehetséges egy általános**, minden hasonló tevékenységet végző szervezetre alkalmazható rendszer dokumentáció kidolgozása, hanem **minden esetben az egyedi adottságok, feltételek részletes vizsgálata szükséges.**

### **Mit jelent a "veszély" fogalma, milyen veszélyeket kell azonosítani?**

A **veszély a HACCP rendszer alapján az élelmiszerben jelenlevő**:

- **biológiai,**
- **kémiai,**
- **fizikai anyag vagy**
- **az élelmiszer**

olyan állapota, amely a **fogyasztónál egészségi ártalom kialakulásához vezethet.**

A **veszély tehát mindig egészséget veszélyeztető anyag jelenlétét jelenti az élelmiszerben.**

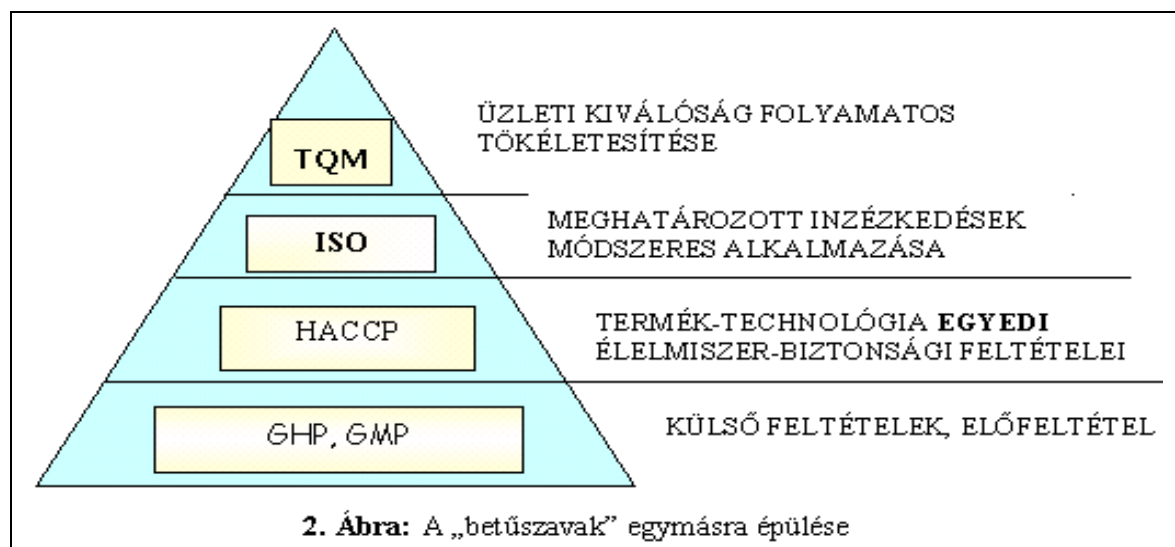
Az egészségre ártalmas anyagok (veszélyek) lehetnek:

- **Biológiai jellegű veszélyek** – az élelmiszerben jelenlevő apró, szabad szemmel **nem látható élőlények**, melyek a fogyasztó szervezetében **fertőzést vagy mérgezést okoznak**. Lehetnek:
  - **baktériumok,**
  - **vírusok,**
  - **bélférges petéi,**
  - **egyéb egysejtű élőlények,**
  - **élősködők (együtt: mikrobák).**
  
- **Kémiai veszélyek** – az élelmiszerbe **bekerülő**, vagy ott termelődő **egészségre ártalmas vegyi anyagok**. Élelmiszerrel történő **elfogyasztásuk esetén**:
  - azonnali **mérgezést** vagy
  - lassan, lappangva, évek alatt kialakuló **idült megbetegedéseket okozhatnak**.
  
- **Fizikai veszélyek** – az élelmiszerben jelenlevő vagy abba bekerülő **idegen anyagok**, amelyek a **fogyasztónál**
  - **sérülést** vagy
  - **undort****idézhetnek elő**.  
Általában az **élelmiszerben szemrevételezéssel láthatók vagy láthatóvá tehetők**.

A **HACCP rendszer** sikeres alkalmazása megköveteli a **multidiszciplináris megközelítést**:

- ✓ mikrobiológiai,
- ✓ népegészségügyi,
- ✓ élelmiszer-technológiai,
- ✓ agronómiai,
- ✓ [környezetgazdálkodási](#),
- ✓ kémiai stb.

szempontból kell **vizsgálni a termelési folyamat egészét**.



A HACCP rendszer kiépítésének alapvető követelménye, hogy az előállítóhely megfelelő higiéniai gyakorlatot folytasson. A fenti, 2. számú ábra szemlélteti, hogy a HACCP rendszer a jó higiéniai (GHP) és gyártási gyakorlatra (GMP) épülhet.

A kiépítés első lépéseként ezek hiányosságait kell feltárni.

A rendszer kiépítésének kezdetekor az elvégzett helyzetfelmérés lehetőséget nyújt az élelmiszer-előállítási gyakorlat hiányosságainak feltárásán kívül a folyamat áttekintésére, a termelési folyamatok racionalizálására.

A rendszer alkalmazásához elengedhetetlen, hogy a vállalkozás vezetői/vezetője ne tanúsítson teljes elkötelezettséget a rendszer működtetésére, hiszen a bevezetni kívánt élelmiszer-biztonsági rendszer megvalósítása:

- ✓ nemcsak **rendeleti** kötelezettségnek való megfelelést jelent,
- ✓ hanem a **fogyasztók egészségéről** és
- ✓ nem utolsósorban saját **vállalkozásának presztízséről is gondoskodik** azzal, hogy
- ✓ a **fogyasztó bizalmát állandó minőségű és biztonságú termékkel megnyeri.**

## Mi az a RASFF rendszer és hogyan működik?

A RASFF (*Rapid Alert System for Food and Feed*) az élelmiszerekre és takarmányokra vonatkozó sürgősségi riasztórendszer, amelynek létrehozását a 178/2002/EK rendelet írta elő.

A rendszer működésének lényege, hogy tagállamok haladéktalanul jelentik az Európai Bizottságnak az élelmiszerekből és takarmányokból származó, az emberi egészséget közvetve vagy közvetlenül érintő veszélyeket.

A rendszer kiterjed:

- a tagállamokra,
- a Bizottságra és
- a Hatóságra (*Európai Élelmiszer-biztonsági Hatóság*).

A tagállamok, a Bizottság és a Hatóság mindegyike a hálózat egyik tagját kapcsolattartással bízza meg. A hálózat működtetéséért az Európai Bizottság felelős.

Amennyiben a hálózat valamelyik tagja élelmiszerekből és takarmányokból eredő, az emberi egészséget veszélyeztető, súlyos, közvetlen vagy közvetett kockázatról szerez tudomást, ezt az információt a sürgősségi riasztórendszer keretében haladéktalanul jelenti az Európai Bizottságnak, az pedig továbbítja az információt a hálózat tagjainak.

Az Európai Unió az elővigyázatosság elve alapján, de tudományos alapon hozza meg élelmiszer-biztonsággal kapcsolatos döntéseit.

Az Európai Bizottság munkáját és a jogszabály-alkotási folyamatot az Európai Élelmiszer-biztonsági Hatóság (*European Food Safety Agency, EFSA*) szaktanácsokkal segíti.

Magyarország Kormánya az élelmiszer- és takarmánybiztonság területén szakmai:

- döntés-előkészítő,
- véleményező,
- javaslattevő,

- információs,
- koordináló,
- az Európai Unió központi szerveivel és
- a tagállamok élelmiszer-biztonsági szerveivel
- 

kapcsolattartást végző szervezetként: a **Magyar Élelmiszer-biztonsági Hivatalt** [66/2003. (V. 15.) Korm. rendelet], **hozta létre, amely egyúttal a RASFF rendszer kizárólagos hazai kapcsolattartási pontja.**

(Forrás: Magyarország.hu)

## WHO információs rendszere

**GPHIN – Global Public Health Intelligence Networks – feladata:**

- az ismert kockázatokkal kapcsolatos információk gyűjtése.

**ERIS – Emerging Risk Identification System**

- Alapelve: „*You are what I'm eat*”.

**Célja:** Segít megállapítani és azonosítani a kockázatot.

## Kockázat becslés, lehetséges veszélyek felmérése

- ✓ Milyen jellegű a termék?
- ✓ Milyen a nyersanyag mikrobiológiai állapota?
- ✓ Milyenek az előállítás folyamatainak mikrobiológiai paraméterei (pH, vízakaktivitás, hőkezelés, szárítás, fermentálás, pácolás, hűtés, fagyasztás stb.)?
- ✓ Milyenek a csomagolás, tárolás, kiszállítás feltételei?
- ✓ Milyenek az árusítás feltételei (kézi, önkiszolgáló stb.)?
- ✓ Hogyan kezeli, vagy nem kezeli a fogyasztó az élelmiszert?
- ✓ Milyen az érintett fogyasztói csoport?

## Az élelmiszerek hamisítása

**Élelmiszerek hamisításáról beszélünk abban az esetben, ha:**

- az élelmiszer **nem az eredetének megfelelő**, hanem **idegen anyagokból bármi módon előállított utánezat**,
- az élelmiszert úgy készítették, hogy **menyisége, összetétele, minősége, eredete, használati értéke szempontjából a fogyasztót megtéveszthet**,
- a **menyiség, összetétel vagy gyengébb minőség** elpalástolása érdekében az élelmiszert **idegen anyagokkal vegyítették**,
- **értékcsökkent vagy romlott** terméket teljes értéküként hoztak forgalomba,
- ha élelmiszert **megtévesztésre alkalmas módon jelöltek**, stb.

## Néhány példa a ma kedvelt élelmiszer hamisításokra:

- **sikeres előállítók termék címkéjének megtévesztően hasonló másolása**, majd **elhelyezése az ismeretlen előállító, gyenge minőségű termékén**;
- **márkás termék** megnevezéséhez **hasonló névvel ellátott gyenge minőségű termék** forgalomba hozatala;
- **szárastészta címkén jelzett tojástartalmának szándékos kihagyása**, tiltott festése,

- **vágott baromfi** bőrének **sárga színezése**;
- **őrölt kávé** keverése **pótanyaggal és kávéként történő értékesítése**;
- húst alig vagy egyáltalán nem tartalmazó élelmiszerek nevében a **húsról történő hivatkozás**;
- **kolbászfélék gyártása különböző fajú állatok húsából**;
- aromából, cukorból, étkezési savból, vízből készült **üdítőitalok gyümölcsitalként történő forgalmazása**;
- **szűrt, tisztított vizek, gyümölcsitalok, különleges gyógyhatásra utaló reklám szöveggel történő értékesítése**;
- **cukorszörp mézként történő forgalmazása**.

## A fogyasztók tájékoztatására vonatkozó előírások

*Az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004. (II.26) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet előírásai szerint*

### Jelölés:

bármely, az élelmiszerre vonatkozó:

- **szó,**
- **jel,**
- **védjegy,**
- **márkanév,**
- **ábra vagy**
- **szimbólum,**

amelyet az élelmiszer

- **csomagolásán,**
- **a dokumentációban,**
- **a címkén,**
- **a feliraton,**
- **a gyűrűn vagy**
- **a galléron**

helyeznek el.

## A jelölés és az alkalmazott jelölési módszer:

- **nem vezetheti félre a fogyasztót az élelmiszer tulajdonságait** – így az élelmiszer fajtáját, azonosságát, jellemzőit, összetételét, mennyiségét, eltarthatóságát, származását vagy eredetét és előállítási 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 benyomását.**
- Az előzőekben **idézett tilalom, illetve korlátozás vonatkozik továbbá**

- az **élelmiszerek megjelenítésére**, különösen az élelmiszer **formájára vagy alakjára, csomagolására**, valamint elhelyezésük módjára, kiállításuk kellékeire, valamint
- az **élelmiszerek reklámozására**.

### Mit kell tartalmaznia az élelmiszer jelölésnek?

Az élelmiszer **jelölésének az alábbi adatokat** kell tartalmaznia:

- a) Az **élelmiszer megnevezése**,
- b) Az **összetevők felsorolása**,
- c) Előre csomagolt élelmiszer esetén annak **nettó mennyisége**,
- d) Az élelmiszer **minőség-megőrzési időtartamának lejárat dátuma**, illetve a mikrobiológiai szempontból gyorsan romló élelmiszer **fogyaszthatóságának időpontja**,
- e) A minőség megőrzéséhez szükséges **különleges tárolási vagy felhasználási feltételek**,
- f) Az **élelmiszer előállítójának** vagy az Európai Gazdasági Térség (EGT) valamely államában székhellyel rendelkező **forgalmazójának neve vagy cégneve és címe**,
- g) Az **eredet vagy a származás helye**, amennyiben megjelölésének hiánya a fogyasztót megtévesztheti az adott **élelmiszer tényleges származása** vagy a valódi eredete felől,
- h) **Felhasználási útmutató**, amennyiben ennek hiányában a fogyasztó nem tudná az élelmiszert megfelelően felhasználni,
- i) Az 1, 2 térfogatszázaléknál több alkoholt tartalmazó italok esetén a **tényleges alkoholtartalom térfogatszázalékban**.
- j) **Allergén összetevők jelölése** (glutén, rákfélék, halak, földimogyoró, szója, tej, laktóz, diófélék, mandula, zeller, mustár, szezám, kén-dioxid, és az abból készült termékek)
- k) **Tételazonosító jelölés**.

### A kereskedelmi előre csomagolás esetén feltüntetendő jelölések

A kereskedelmi egységbe nagyobb tömegű kiszereleésben kiszállított, a bolti kiskereskedelemben megbontott és a helyben előre csomagolt élelmiszerek esetében a következő adatokat kell elhelyezni a termék címkéjén:

- ✓ **Termék megnevezése**
- ✓ **Nettó mennyiség;**
- ✓ **Minőségmegőrzési/fogyaszthatósági idő;**
- ✓ Az élelmiszer **előállítójának** vagy **forgalmazójának cégneve, címe**.

Egy látómezőben kell elhelyezni az alábbi adatokat:

- ✓ megnevezés,
- ✓ tömeg,
- ✓ minőség-megőrzési idő,
- ✓ alkoholtartalom.

### Fogyasztóvédelem és élelmiszerbiztonság

Élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló törvény **gyökeresen átalakította az élelmiszerek fogyasztóvédelmét érintő rendelkezéseit** (2008. szeptember 1.)

**Az új jogszabály megjelenését megelőzően az alábbi szervek voltak jogosultak – a profiljuknak, a tevékenységüknek megfelelő szakmai kérdésekben és területeken – ellenőrzéseket, vizsgálatokat végezni:**

**Az élelmiszer-biztonság teljes vertikumát átölelő, lefedő területen működő ellenőrző/vizsgáló hálózat három tárcához tartozott:**

- ✓ **Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium**
- ✓ **Egészségügyi Minisztérium**
- ✓ **Szociális és Munkaügyi Minisztérium** (előtte az Ifjúsági, Családügyi és Esélyegyenlőségi Minisztériumhoz tartozott)

**Az egyes tárcákhoz tartozó szervezetek az alábbiak voltak:**

#### **Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium**

- ✓ Növény-egészségügyi Szolgálat,
- ✓ Növény és Talajvédelmi Központi Szolgálat,
- ✓ Növény-egészségügyi határkirendeltségek,
- ✓ Állategészségügyi és Élelmiszerellenőrző Szolgálat,
- ✓ Megyei Állategészségügyi és Élelmiszerellenőrző Állomások,
- ✓ Állategészségügyi határállomások,
- ✓ Országos Élelmiszervizsgáló Intézet,
- ✓ Országos Állategészségügyi Intézet,
- ✓ Országos Mezőgazdasági Minősítő Intézet,
- ✓ Állatgyógyászati Oltóanyag-, Gyógyszer- és Takarmányellenőrző Intézet

#### **Egészségügyi Minisztérium**

- ✓ Országos Tisztifőorvosi Hivatal,
- ✓ Országos Közegészségügyi Központ Országos Élelmiszerbiztonsági- és Táplálkozástudományi Intézet
- ✓ Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat

**Szociális és Munkaügyi Minisztérium** (előtte: Ifjúsági, Családügyi és Esélyegyenlőségi Minisztérium)

- ✓ **Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság**
- ✓ (előtte: Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség és a
- ✓ Megyei (fővárosi) Fogyasztóvédelmi Felügyelőségek a megyei Közigazgatási Hivatalok szervezetén belül működtek).

**A törvény hatályba lépését megelőzően a fenti szervezetek közül – a kereskedelemben és a vendéglátásban – az élelmiszerek ellenőrzésére a leginkább feljogosított szervek voltak:**

- a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal (MGSZH),
- az Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat (ÁNTSZ) mellett
- a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH, illetve jogelőd szerve a fogyasztóvédelmi felügyelőség) vizsgálta a kiskereskedelem területén az élelmiszerek:
  - minőségét,
  - csomagolását,
  - származását,
  - reklámozását és
  - a forgalmazás feltételeit.

**Új szabályozást követően:**

**jelentősen leszűkült az ellenőrzésre jogosult szervek köre.**

**A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság jogosítványai is „korlátozódtak”, amely alapján 2008. szeptember 01-t követően:**

- az NFH, mint fogyasztóvédelmi hatóság az élelmiszer-ellenőrzés, minőség ellenőrzés területén csak nagyon szűk körben járhat el (pl.: a megtévesztő jelölések vizsgálatában);
- a feltárás eredménye: ha egy fogyasztóvédelmi felügyelő ellenőriz egy élelmiszer boltban a jogszabályi felhatalmazása alapján, és észleli, hogy pl. bűdös húst árusítanak, **nem járhat el**, azonban szignalizációs kötelezettsége van (az Élelmiszerlánc Biztonsági Hivatal felé);
- **próbavásárlást végezhet, amely a következő területekre korlátozódik:** mérés, számolás, mérleg elhelyezés;
- **ellenőrizheti azt is, hogy az élelmiszerbolt mennyiben tett, tesz eleget az ártájékoztatási kötelezettségének, ennek keretében vizsgálhatja:** az eladási ár, az egységár, a felszolgálati díj kiírását, feltüntetését.

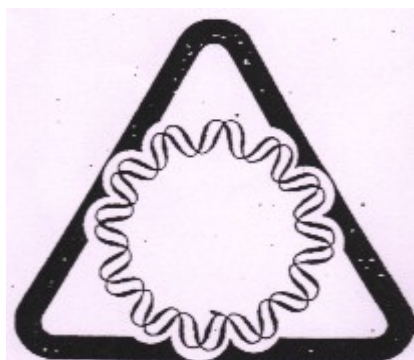
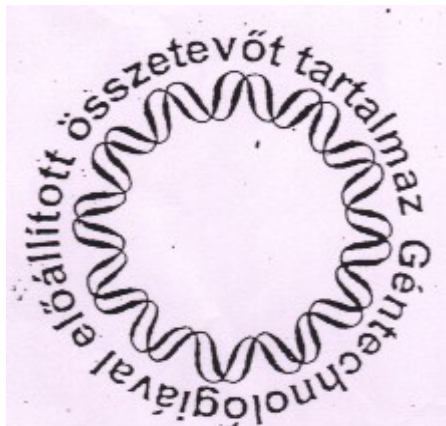
**Milyen választ adhatnak a hatóságok a fogyasztók bizalmának megerősítésére?**

- ✓ **Harmonizált jogi szabályozás,**
- ✓ **Jogi szabályok ismerete és alkalmazása,**
- ✓ **Minőségügyi rendszerek (ISO, TQM, HACCP, ISO 14000).**
- ✓ **Hatósági ellenőrzés megerősítése „Szántóföldtől az asztalig” koncepció az ellenőrzésben,**
- ✓ **Fogyasztó centrikus jelölés,**
- ✓ **Terméktanúsító védjegyek,**
- ✓ **Az áru nyomon követhetőségének biztosítása (tételazonosító jelölés),**
- ✓ **Kockázatelemzés bevezetése,**
- ✓ **Gyors veszélyellenőrzési rendszer kiépítése,**
- ✓ **A nemzeti laboratóriumok összehangolása,**
- ✓ **Fogyasztók tájékoztatása.**

## Az élelmiszerek jelölése - ábrák



*(Géntechnológiával előállított élelmiszert tartalmaz)*

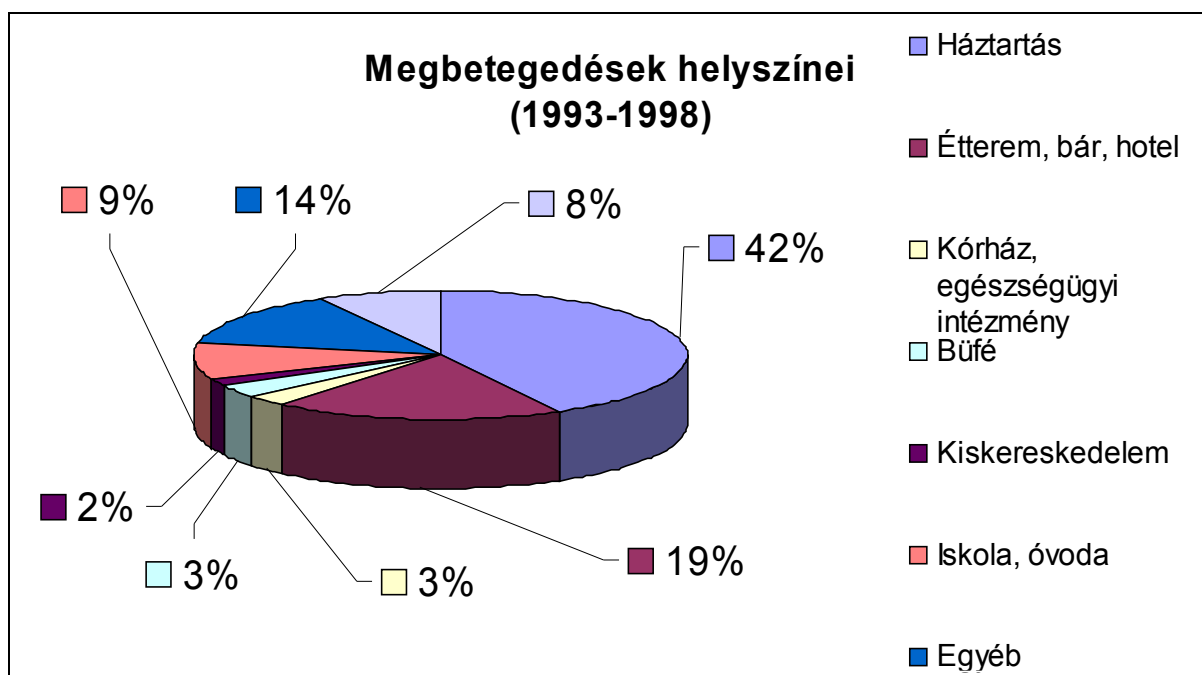


*(Géntechnológiával állították elő, de nem tartalmaz géntechnológiával módosított összetevőket)*

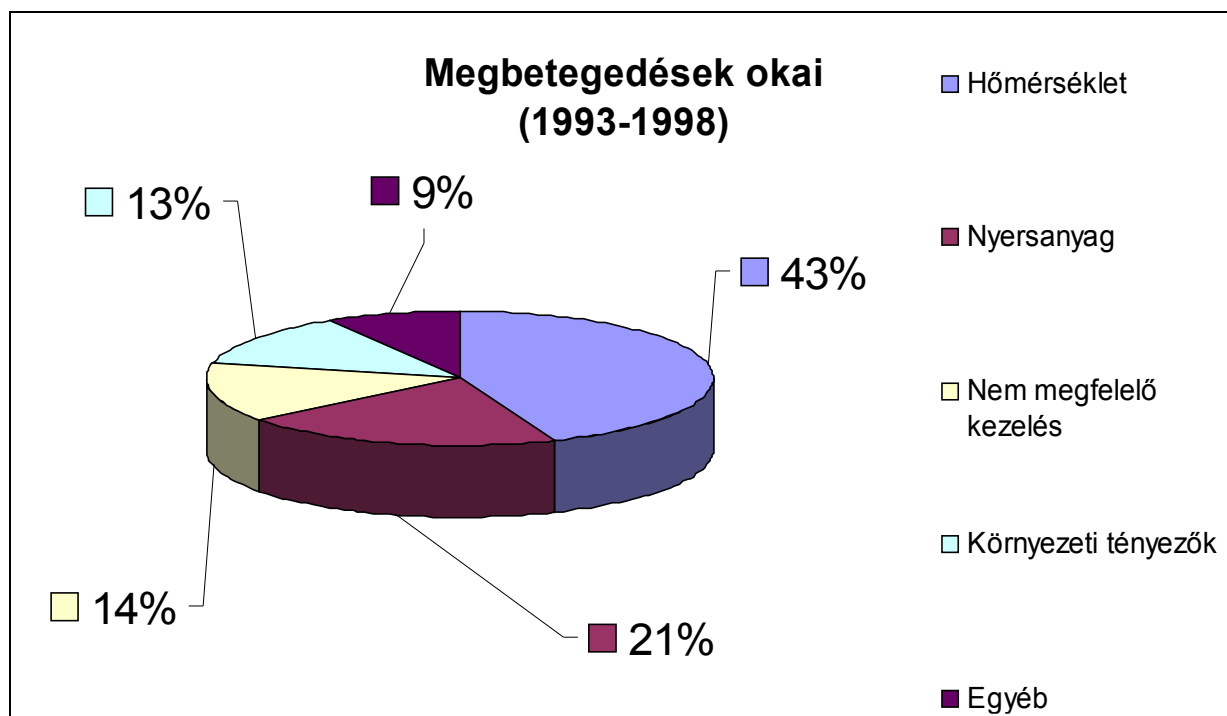
*(Ionizáló energiával kezelt élelmiszer)*



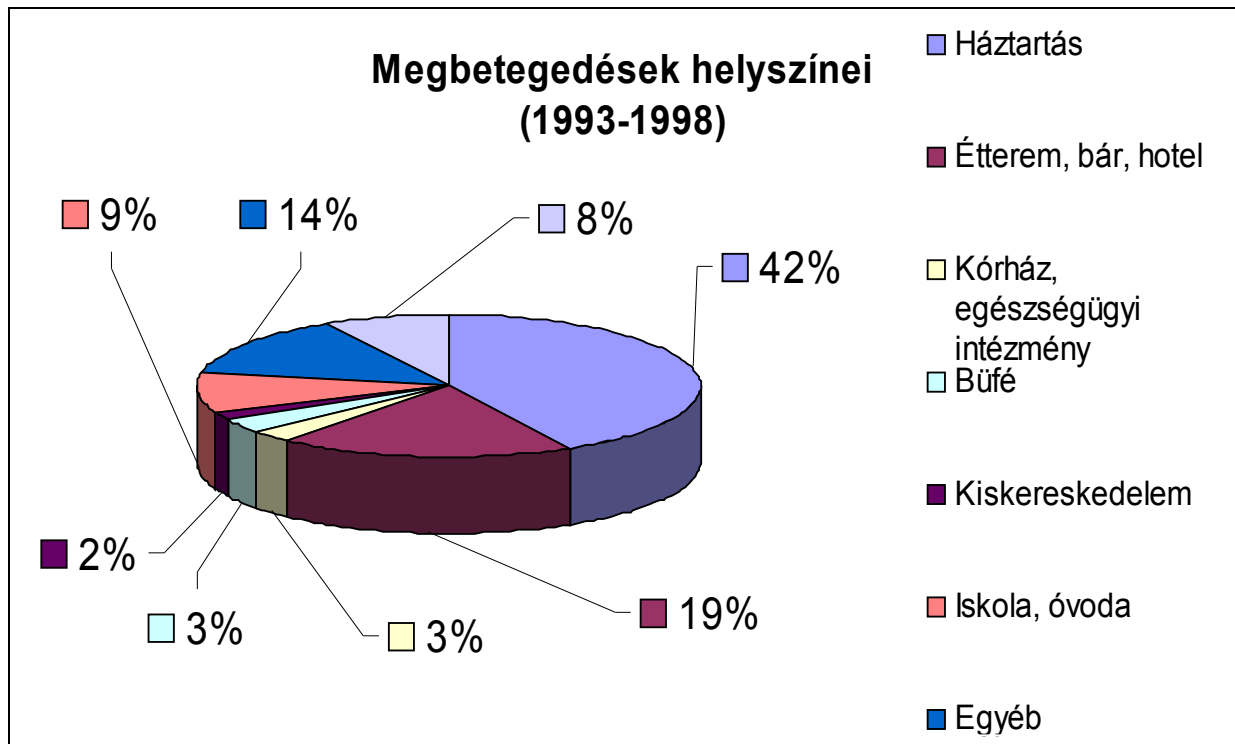
## MELLÉKLETEK – TÁBLÁZATOK



### Élelmiszer megbetegedések okai (1993-1998)



## Megbetegedések eredete (1993-1998)



### MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ

Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)

## Sajátos szükségleteik

A kamaszok/ fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyek tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

## Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

Számos dolgot tehetünk, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

## (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találsz, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**9. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**

**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**

**Téma: a fogyasztók tájékoztatásával kapcsolatos kötelezettségek**

**A címke tartalma. A vásárlói tájékoztató tartalma, célja**

**Termékfelelősség, szavatosság és garancia**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmassítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

**„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program**

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	<b>A fogyasztók tájékoztatása, mint az alapjogok egyike</b>	
1.	<b>A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A fogyasztók tájékoztatásának célja, jelentősége, a tájékoztató tartalma</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
2.	<b>A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az áruk címkézésével kapcsolatos kötelezettségek. Az Uniós és a hazai szabályozás</b>	<b>11-20 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az árak kiírásával, feltüntetésével kapcsolatos kötelezettségek. A használati és kezelési útmutató</b>	<b>21-30 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>A foglalkozás negyedik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>A termékfelelősség, a szavatosságra és a jótállásra vonatkozó szabályok A jótállási, a szavatossági jogok érvényesítésének a sorrendje</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
5.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK és ami mögöttük van</b>	<b>41-45 perc</b>
6.	<b>Javaslat házi feladatra, otthoni munkára,</b>	<b>Gyűjtsenek össze a szülők, a rokonság, az ismerősök körében a tájékoztatás hiányosságairól és annak következményeiről. Írjanak egy rövid (1-2 oldalas) dolgozatot az esetről, a jelenségről.</b>	
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

## **TARTALOMJEGYZÉK:**

**A fogyasztók tájékoztatása**

**Mi a fogyasztók tájékoztatásának a jelentősége?**

**Milyen kötelezettségei vannak a kereskedőnek a fogyasztók tájékoztatásával kapcsolatban?**

**A tájékoztatási kötelezettségeken belül az alábbi előírásokat kell betartani**

**Az áruk címkézésével kapcsolatos kötelezettségek**

**Mit tartalmaz az Uniós szabályozás?**

**Az élelmiszeripari termékek címkézéséről**

**Az élelmiszeripari termékekre vonatkozó speciális előírásokról**

**Az élelmiszerjelölésre vonatkozó jogszabályok várható változásai**

**Zöldségek, gyümölcsök forgalmazásának speciális szabályai**

**Az adalékanyagokról**

**Mit tartalmaz az Uniós szabályozás?**

**Mit tartalmaz a magyar szabályozás?**

**A géntechnológiával módosított szervezetekből álló élelmiszerek árusítása**

**Mit nevezünk GMO-nak?**

**Melyek a GM élelmiszerek forgalmazásának szabályai?**

**Az engedélyezési eljárás menete**

**Az árak kiírásával, feltüntetésével kapcsolatos kötelezettségek**

**Mit tartalmaz az Uniós és a magyar szabályozás?**

**A használati és kezelési útmutató**

**A megfelelőség értékelési kötelezettséggel forgalmazható termékek**

**Az áruk, termékek csomagolására vonatkozó szabályok**

**Különös felelősségi szabályok a tájékoztatási kötelezettségekkel kapcsolatban**

**A gyermek- és fiatalkorúak védelmét szolgáló különös rendelkezések**

**A vásárolt termékek biztonságával, használatával kapcsolatos előírások, jogosítványok, fogyasztói jogok**

**A termékek forgalmazásával kapcsolatos általános követelmény: a Termékbiztonság**

**A gyártókkal szembeni követelmény**

**A forgalmazókkal szembeni követelmény**

**A termékfelelősség szabályai**

**A szavatosságra vonatkozó szabályok**

**A fogyasztó jogai**

**A szavatosság időtartama**

**A jogérvényesítés elévülési ideje**

**A forgalmazó felelőssége és kötelezettségei**

**A termékek jótállására vonatkozó szabályok**

**A jótállás időtartama**

**Önkéntes jótállás, kötelező jótállás**

**A jogszabály alapján kötelező jótállás alá tartozó termékekkel**

**Fogyasztói jogok összefoglalása**

**A jótállási-szavatossági jogok érvényesítésének a sorrendje**

**Mennyi időn belül reklamálhatunk?**

**Mi az a bizonyítási teher és kire vonatkozik?**

**Mi kell a jogérvényesítéshez?**

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

**MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ**

**JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:**

- 1.) Milyen jogosultságot biztosít a fogyasztók tájékoztatásához, tájékozódáshoz fűződő joga?
- 2.) Mi a fogyasztók tájékoztatásának a jelentősége?
- 3.) Milyen kötelezettségei vannak a kereskedőnek a fogyasztók tájékoztatásával kapcsolatban?
- 4.) Mit kell tartalmaznia a címkének?
- 5.) Mit kell tartalmaznia az élelmiszeripari terméken elhelyezett címkének?
- 6.) Melyek a génmanipulált élelmiszerek forgalmazásának szabályai?
- 7.) Mit tartalmaz az Uniós és a magyar szabályozás az adalékanyagokkal kapcsolatban?
- 8.) Milyen, az árak kiírásával, feltüntetésével kapcsolatos kötelezettségeket kell teljesítenie a kereskedőnek?
- 9.) Mi az egységár és a fogyasztói ár közötti különbség?
- 10.) Mi a használati és kezelési útmutató rendeltetése?
- 11.) Kivel szemben érvényesíthetőek, kire vonatkozik a termékfelelősség?
- 12.) Milyen termékekre vonatkoznak a szavatosságra vonatkozó szabályok?
- 13.) Mennyi ideig érvényesíthetőek a szavatossági jogok?
- 14.) Mi értünk a jogérvényesítés elévülési ideje alatt?
- 15.) Mely termékekre vonatkoznak jótállási kötelezettségek?
- 16.) Melyek a jótállási-szavatossági jogok érvényesítésének a sorrendjére vonatkozó szabályok?
- 17.) Mi az a bizonyítási teher és kire vonatkozik?
- 18.) Mennyi időn belül reklamálhatunk?
- 19.) Mely esetben és termékekre érvényesíthető a három munkanapon belüli cserekötelezettség?
- 20.) Mit tehetünk abban az esetben, ha a helyszínen nem tudjuk elintézni a reklamációnkat?

**Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.**

**„A felkészült fogyasztó a legvédelemre szoruló fogyasztó”**

## SEGÉDLET – IRODALOM– SZÖVEGGYŰJTEMÉNY:

### A fogyasztók tájékoztatása

#### Mi a fogyasztók tájékoztatásának a jelentősége?

**Az Európai Unió belső piacán elengedhetetlen**, hogy a fogyasztók:

- segítséget kapjanak az eligazodáshoz az áruk és szolgáltatások kínálatban, illetve
- szükség esetén védelmet a kereskedőkkel és a szolgáltatásnyújtókkal szemben.

**A fogyasztók aktív közreműködése nélkül nem működik a belső piac**, ugyanakkor:

- ✓ a piaci folyamatok alakulását,
- ✓ a termékek eladhatóságát

nagymértékben befolyásolja:

- ✓ a fogyasztók bizalma, illetve az, hogy
- ✓ az adott termék vagy szolgáltatás megfelel-e a fogyasztók igényeinek.

**A fogyasztói érdekek "magas szintű" védelmét az Európai Unió elvárása szerint valamennyi tagállamának biztosítani kell.** [*Szerződés az Európai Közösség létrehozásáról 153. cikk*]

**A fogyasztók egészségének és biztonságának védelme érdekében forgalomba csak biztonságos áru hozható**, amelyről a gyártónak kell gondoskodni.

**Az áruk és szolgáltatások biztonságosságát** ma már elsősorban **nem szabványok határozzák meg**, hanem **maguk a gyártók**.

Az európai elvek szerint a **termékeket megfelelőség-értékelési eljárásnak kell alávetni**, melynek módját jogszabály határozza meg.

**A termék megfelelőségét a CE jelölés tanúsítja.** A termékek többsége **a gyártó megfelelőségi nyilatkozata alapján forgalomba hozható**, csak nagyobb kockázatú termékekre írnak elő jogszabályok kötelező tanúsítást.

Különösen fontos előírás, hogy **biztosítani kell a fogyasztók megfelelő tájékoztatását**, akként hogy:

- ✓ az **alkalmas legyen az áru és szolgáltatás kiválasztásához**,
- ✓ az áru használatához szükséges **információk megismeréséhez**,
- ✓ az **áru tulajdonságainak, minőségének, árának** megismeréséhez, valamint
- ✓ mindazokhoz az **információkhoz**, melyek a **fogyasztói jogok érvényesítéséhez szükségesek**.

**Magyarországon a fogyasztóvédelemről** szóló 1997. évi CLV. törvény tartalmazza az **öt fogyasztói alapjogot**, ezek az alábbiak:

- a fogyasztók egészségének és biztonságának védelme,
- a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme,
- **a fogyasztók tájékoztatása** és oktatása,
- a fogyasztói kárigény érvényesítése,
- a fogyasztók képviselése.

**Milyen kötelezettségei vannak a kereskedőnek a fogyasztók tájékoztatásával kapcsolatban?**

Az Európai Unió szabályoknak megfelelően a következő módokon kell tájékoztatást adni a fogyasztóknak:

- **tájékoztató címke:** a termék tulajdonságaitól, jellegétől függően eltérő adatokkal,
- **használati-kezelési útmutató** (szöveg vagy/és ábra),
- **márkajel,**
- **védjegy,**
- **ár** (jelenleg kötelező a hazai fizetőeszközben történő árfeltüntetés),
- **minőség, megfelelés,**
- **engedélyszám,** ha ezt a külön rendelet előírja,
- **forgalmazott termék használatától, rendeltetésétől, minőségétől függően** (élelmiszer, kozmetikum) **minőség megőrzési-, szavatossági idő,**
- **egyéb** (aktuális kérdés a származási hely).

**Unió szabályozás írja elő,** hogy egyes árukon, illetve az áru kiszolgálási helyén nemcsak a fogyasztói árat, hanem az **egységnyi súlyra, tömegre (kg, l) eső fogyasztói árat is fel kell tüntetni** annak érdekében, hogy a vásárló a termékek árát összehasonlíthassa.

Magyarországon – az EU-s szabályokkal összhangban – is kötelező tájékoztatni a fogyasztókat.

A fogyasztók tájékoztatási kötelezettségeit **általánosságban:**

- a fogyasztóvédelemről szóló törvény tartalmaz előírásokat, azon kívül
- **a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról** szóló 2008. évi XLVII. törvény is.

A kereskedőknek, szolgáltatóknak – az EU-s szabályozással összhangban – a következők szerint kell tájékoztatniuk a fogyasztókat, a vásárlókat, a szolgáltatásokat igénybevevőket:

## **A tájékoztatási kötelezettségeken belül az alábbi előírásokat kell betartani**

### **Az áruk címkézésével kapcsolatos kötelezettségek**

#### **Mit tartalmaz az Unió szabályozás?**

A közösségi szabályozás **egyaránt tartalmaz előírásokat:**

- mind az **élelmiszerekre** (food),
- mind a **nem-élelmiszerekre** (non-food).

**Az élelmiszerek helyes címkézése** elősegíti, hogy a fogyasztók részletes információval rendelkezzenek az adott termék tartalmát, összetételét illetően.

A **kötelező előírásokon túl** a gyártó vagy a forgalmazó **kiegészítő információval is szolgálhat** a fogyasztók számára, amennyiben azok **pontosak és nem vezetnek félre a vásárlót.**

A **jelenlegi szabályozás alapja a 2000/13/EK irányelv,** de ezen túl **speciális előírások, rendelkezések** vonatkoznak **egyes élelmiszer-csoportokra** (így pl. húsfélék, tejtermékek, italok stb.).

A **hatályos uniós jogszabályokról** részletes információ a Bizottság következő oldalán **olvasható:** ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/index\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_en.htm)).

**Az egyéb termékek címkézésének szintén meg kell felelnie** bizonyos követelményeknek, amelyek:

- **garantálják az adott termék biztonságosságát,** valamint

➤ **választási lehetőséget hagynak a fogyasztónak.**

A különböző termékek címkézésére vonatkozó közösségi szabályok a Biztosság **fünt részletezett oldalán** tekinthetők meg.

### **Magyar szabályozás**

A címkézéssel kapcsolatos magyar rendelkezés a jogharmonizációnak köszönhetően megfelel a hatályos uniós jogi aktusnak, melyről „*A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról*” **2008. évi XLVII. törvény** rendelkezik.

Magyarországon a fent említett törvény írja elő, hogy **bármely áru címkéjének tartalmaznia kell az áru:**

- ✓ **pontos megnevezését**, amelyet védjegy vagy fantázianév nem helyettesíthet;
- ✓ **gyártójának vagy forgalmazójának nevét és címét** azonosításra alkalmas módon;
- ✓ **származási helyének megjelölését** abban az esetben, **ha** az adott termék **nem az EGT tagállamaiból származik.**

Az áru jellegétől és rendeltetésétől függően a címkének az előzőeken túl tartalmaznia kell az áru:

- ✓ **méreteit, nettó mennyiségét** az árura **jellemző mértékegységben** vagy **darabszámban**;
- ✓ előállításához **felhasznált összetevőket** (minőségi, mennyiségi összetételét);
- ✓ **rendeltetésszerű használhatóságának vagy minőségmegőrzésének várható időtartamát**;
- ✓ **alapvető műszaki jellemzőit**;
- ✓ **minőségi osztályba sorolását**;
- ✓ **energiafelhasználásának ismérveit**;
- ✓ **környezet-, illetve természetkímélő jellegét**;
- ✓ **megfelelőségi jelölését** vagy engedélyköteles árunál az **engedélyszámot.**

**Ha az áru jellege indokolja, a címkének megfelelő tájékoztatást kell tartalmaznia:**

- ✓ az áru **rendeltetésszerű használatával együtt járó**,
- ✓ az áru előrelátható használati ideje alatt fennálló **veszélyességi tényezőről** úgy, hogy a **fogyasztó a veszélyt képes legyen felmérni és**
- ✓ **megtenni az elhárításához szükséges intézkedéseket.**

**(Például:**

- ✓ **alapvető műszaki jellemzők** esetében (pl. 220 V), vagy a **veszélyesség jellegét** (a lejárt elemeken)
- ✓ a **címke tartalma** megjeleníthető **szöveggel, számmal, képpel, ábrával, jellel** (pl. ruhákon a mosás, vasalás, a textil-kesz segítségével).

### **Az élelmiszeripari termékek címkézéséről**

Az élelmiszerek címkézésére vonatkozó közösségi szabályozás alapja a 2000/13/EK irányelv, melynek célja, hogy a **fogyasztók minden**, a termékkel kapcsolatos **információról tudomást szerezzenek.**

A kötelező előírásokon túl a **gyártó vagy a forgalmazó kiegészítő információval is szolgálhat** a fogyasztók számára, amennyiben azok pontosak és nem vezetnek félre a vásárlót.

A jelenlegi 2000/13/EK irányelv (hiperlink) tartalmaz minden szükséges információt, amit az ételcímkeken jelölni kell.

**A címkén magyar nyelven kell feltüntetni:**

- ✓ a **termék nevét**;
- ✓ **összetevőit**;
- ✓ az **összetevők mennyiségét**;
- ✓ az **előre csomagolt élelmiszerek** esetén a **nettó mennyiséget**;
- ✓ azt az **időpontot**, ameddig **minimum eltartható** (a mikrobiológiai szempontból gyorsan megromló élelmiszerek esetében a pontos dátumot);
- ✓ a **használatra illetve a tárolásra vonatkozó speciális szabályokat** (pl. felbontás után hűtve tárolandó);
- ✓ az **előállító** vagy az EGT valamely államában székhellyel rendelkező **forgalmazó neve vagy cégneve és címe**, (az eredet vagy a származás helye, amennyiben megjelölésének hiánya a fogyasztót megtévesztheti az adott ételcímke tényleges származása vagy a valódi eredete felől)
- ✓ **használati utasítást** abban az esetben, ha az instrukciók nélkül nem lehetne az adott terméket megfelelően alkalmazni;
- ✓ az **1,2 %-nál magasabb alkoholtartalmú italok** esetében a **pontos alkoholtartalmat**.

**(Például:**

- ✓ a **húskészítmények** esetében fel kell tüntetni, hogy az adott készítmény milyen húsból, az állat mely részéből készült.
- ✓ **védjegy vagy fantázianév nem helyettesíthet**, vagyis a Nutellára rá kell írni, hogy mogyorókrém,
- ✓ **gyártójának/ forgalmazójának nevét és címét**, származási helyének megjelölését (pl. a paradicsom hazai, holland, görög vagy spanyol),
- ✓ az **áru méreteit, nettó mennyiségét** (hány gramm őszibarack van a konzervben lévő nélkül)
- ✓ a **felhasznált összetevőket** (pl. tartalmaz-e magnéziumot, guar gumit stb.),
- ✓ **rendeltetészerű használhatóságának** (ne harapj a banánba, előtte húzd le a héját)

A jogszabály néhány része módosításon ment keresztül, aminek eredményeként született meg a 2001/101/EK, a 2003/89/EK, valamint a 2005/26/EK irányelv.

A változások megtekinthetők a Bizottság következő honlapján:

[http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/comm\\_legisl\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/comm_legisl_en.htm)

## **Az ételcímkeipari termékekre vonatkozó speciális előírásokról**

Az általános szabályozáson túl **speciális előírások, rendelkezések vonatkoznak** egyes **ételcímkecsoportokra** (ld. húsfélék, tejtermékek, italok stb.).

A szabályokról részletes információ a Bizottság fent hivatkozott honlapján olvasható.

Tekintsük át az alábbi kérdéseket:

- Az élelmiszerjelölésre vonatkozó jogszabályok változásai
  - **Zöldségek, gyümölcsök,**
- Az **adalékanyagokról,**
- A **géntechnológiával módosított szervezetekből** álló élelmiszerek árusítása

## Az élelmiszerjelölésre vonatkozó jogszabályok várható változásai

A 2000/13/EK rendelet többszöri módosítása is bizonyítja, hogy a mai fogyasztók igényeihez igazodva szükség van egy rugalmas, mindent átfogó szabályozásra.

E célból született meg a Bizottság 2008-as javaslata a fogyasztók számára az élelmiszereken feltüntetendő információkról, amely a szabályozás egyszerűsítése mellett igyekszik mind a fogyasztók, mind az ipar igényeit figyelembe venni.

(A tervezet szerint a 2000/13/EK, 90/496/EK, (87/250EK, 94/54/EK, 1999/10/EK, 2002/67, 2004/77/EK) irányelvek épülnének egybe. )

## Zöldségek, gyümölcsök forgalmazásának speciális szabályai

Az **Unióban valamennyi zöldség-gyümölcs terméknek minimum követelményként** az alábbiakat határozták meg:

- ✓ **épnek,**
- ✓ **egészségesnek,**
- ✓ **megbízható piaci minőségűnek** kell lenni,
- ✓ feltüntetve a **származási országot,** amit

a tagállamok a kereskedelem valamennyi lépcsőfokán ellenőrizhetnek.  
Adott termékekre ennél bővebb tartalmú **szabvány is alkalmazható.**

**A termékek négy minőségi kategóriába sorolhatók:**

- ✓ extra,
- ✓ I. (első),
- ✓ II. (másod) és
- ✓ III. (harmadik) osztályba.

**Kíváncsi, hogy a kereskedelemben kerülő áruk nagy részét az I. osztályú termékek képezik.**

**A II. csoportba sorolt** terményekkel szemben előírás, hogy **megfeleljenek a minimumkövetelményeknek, legyenek piacképesek.**

**A III. osztályú áruk** kereskedelmi forgalma **hazánkban sincs engedélyezve.**

**A kötelező előírások méretelőírásokat is tartalmaznak.** Ezeket a termék jellemzőinek megfelelően határozzák meg. Így vonatkozhatnak:

- ✓ **az átmérőre** (pl. almánál),
- ✓ **a tömegre** (pl. salátánál),
- ✓ **a hosszra** vagy
- ✓ ezek kombinációjára.

A hazai terményeket a Magyar Élelmiszerkönyv előírásai alapján osztályozzák (az Élelmiszerlánc Biztonsági Hivatal (korábbi nevén: megyei Állategészségügyi- és Élelmiszer Ellenőrző Állomás) szakértői).

Exportra szánt zöldség-gyümölcs esetében a minőségi kategóriákat tartalmazó bizonyítvány kiállítása kötelező, e nélkül nem kerülhet forgalomba magyar áru az EU-ban.

A Bizottság 2008 novemberében arról határozott, hogy – tekintettel a magas élelmiszerárakra és általános gazdasági nehézségekre – 26 gyümölcs- és zöldségfajtánál hatályon kívül helyezi ezt a külalakra vonatkozó speciális minőségsszabványt. A változás 2009. július 1-jétől lépett életbe.

10 gyümölcs- és zöldségfajta esetében továbbra is érvényesek maradtak a forgalmazási minőségsszabványok. (Ez a 10 fajta teszi ki az uniós kereskedelem 75 százalékát.)

A tagállamoknak – első alkalommal – ugyanakkor így is módjukban áll megengedni e fajtákhoz tartozó olyan termékek forgalmazását, amelyek nem felelnek meg a minőségsszabványoknak, feltéve, hogy címkézésük lehetővé teszi az „extra”, „I. osztályú” és „II. osztályú” gyümölcsöktől és zöldségektől való megkülönböztetést.

### Az adalékanyagokról

(Forrás: [Magyar Élelmiszerkönyv Magyar Élelmiszer-biztonsági Hivatal](#))

Adalékanyag minden olyan élelmiszerként önmagában nem fogyasztott és jellemző élelmiszer összetevőként nem alkalmazott anyag – tekintet nélkül arra, hogy van-e tápértéke vagy sem –, amelyet adott élelmiszer

- ✓ gyártása,
- ✓ feldolgozása,
- ✓ elkészítése,
- ✓ kezelése,
- ✓ csomagolása,
- ✓ szállítása és
- ✓ tárolása

során technológiai célból szándékosan adnak az élelmiszerhez, melynek eredményeként ön maga, vagy származékai közvetlenül vagy közvetetten az élelmiszer összetevőjévé válik.

A magyar élelmiszer-adalékanyag előírások összhangban vannak az Európai Unió szabályaival és biztosítják a fogyasztók egészségének védelmét.

### Mit tartalmaz az Uniós szabályozás?

Az Uniós szabályozás kimondja, hogy kizárólag engedélyezett adalékanyagok forgalmazására van lehetőség, abba az esetben, ha:

- ✓ ezek használata technológiailag indokolt;
- ✓ nem vezetnek félre a fogyasztót; valamint

- ✓ a jelenlegi tudományos eredmények alapján **nem veszélyeztetik a fogyasztó egészségét.**

A **közösségi jogszabályok** az Európai Bizottság EUvonal – EU Tájékoztató Szolgálat vonalán ([www.eu2004.hu](http://www.eu2004.hu)) érhetőek el.

Az Európai Közösség az 1960-as években fejlesztette ki az **élelmiszer-adalékanyagok azonosítására az E-számozási rendszert** annak érdekében, hogy a soknyelvű közösségben az **élelmiszer-adalékanyagok nevének fordításából adódó problémák és esetleges félreértések elkerülhetőek legyenek**, s hogy az élelmiszer-adalékanyagok azonosítása és jelölése egyszerűbbé váljon.

**Eredetileg négy adalékanyagcsoportot jelöltek ki:**

- **E-100-tól** kezdődő számokkal jelölték a **természetes és mesterséges színezékeket**;
- **E-200-tól** sorolták be a különféle **tartósítószerkeket**;
- **E-300-tól** jelölték az **antioxidánsokat**, az **emulgeátorokat** és a **savanyítószerkeket**
- **E-400-tól** kezdődtek a **sűrítőanyagok, zselésítőszerke** stb.

Az **élelmiszeripar** az elmúlt évek során **számos új adalékanyagot használ fel**. Az adalékanyagcsoport elnevezések még ma is érvényesek, **jelenleg azonban több, mint 700 engedélyezett adalékanyagot használnak fel**. A besorolást (beazonosítást) bonyolítja az is, hogy **vannak adalékanyagok, melyek többféle technológiai célból is felhasználhatóak**.

**Később hasonló szabályokat állítottak fel az élelmiszer-adalékanyagok más csoportjaira**, és számokat adtak ezeknek az anyagoknak is.

**Ma már nem állapítható meg egyértelműen az E-szám alapján az adalékanyag technológiai funkciója** (pl. a lizozim tartósítószer E-száma 1105, az antioxidáns hatású ónkloridé 512), mivel **hihetetlen mértékben megnőtt az élelmiszer-előállításban felhasználható adalékanyagok száma és technológiai funkciójuk sokfélesége**.

Az **élelmiszer adalékanyagok nemzetközi számozási rendszere az INS (*International Numbering System for Food Additives*) az egész világon**, tehát Európán kívül is **használatos**.

Az **INS-számok azonosak az E-számokkal**. Az INS-listán az Európai Unióban engedélyezett valamennyi adalékanyag megtalálható, de **szerepelnek rajta olyanok is, melyek az Európai Unióban nem engedélyezettek**.

**További információ** található:

- az **INS&E-számokról** a [CAOBISCO](http://CAOBISCO) oldalán, valamint
- az Európai Bizottság (EUvonal – EU Tájékoztató Szolgálat ([www.eu2004.hu](http://www.eu2004.hu))) vonalán.

## **Mit tartalmaz a magyar szabályozás?**

Az EU jogharmonizáció keretében **Magyarország is elfogadta és 1996. január 1-jével bevezette az adalékanyagok jelölésére és gyors azonosítására alkalmas E-számrendszert**.

Legtöbbjük **természetes vagy mesterséges eredetű**, sokszor a természetes anyagokhoz hasonló szerkezetű. **Vannak mesterséges**, az élelmiszerektől vagy élelmiszer összetevőktől teljesen **eltérő kémiai szerkezetű adalékanyagok is** (színezékek, édesítőszerke stb.) ezek

biztonságos felhasználását azonban **megfelelő állatkísérletek és egyéb biológiai tesztek eredményei igazolják.**

Az **élelmiszer-adalékanyagok előállítása, felhasználása Magyarországon** ugyanúgy, mint a fejlett országokban mindenütt **nagyon szigorú feltételekhez kötött.**

A **részletes előírások** az alábbiakat **tartalmazzák:**

- ✓ **az engedélyezett adalékanyagok listáját,**
- ✓ **azoknak az élelmiszereknek a felsorolását, amelyekhez ezek az adalékanyagok hozzáadhatók, és**
- ✓ **ahol szükséges a felhasználási szintek felső határát, továbbá**
- ✓ **az adalékanyagok hordozó anyagként és oldószerként történő alkalmazásának szabályait,**
- ✓ **tisztasági követelményeit, ahol szükséges.**

**Az adalékanyagok forgalmazása csak akkor történhet meg, ha:**

- ✓ **a csomagokon vagy**
- ✓ **a gyűjtőcsomagoláson**

**egyes információk**

- ✓ **jól látható,**
- ✓ **tisztán olvasható és**
- ✓ **kitörölhetetlen**

**formában szerepelnek.**

Ilyen például

- **a termék neve, amely alatt az árusítás történik** (ennek a megnevezésnek az adott termék hivatalos nevéből, továbbá az E-számból, vagy az ilyen hiányában a termék olyan leírásából kell állnia, amely alkalmas más, hasonló termékektől való megkülönböztetésére,);
- **a gyártó, csomagoló, vagy a forgalmazó neve** vagy üzleti neve és címe, továbbá
- **minden egyéb információ, amely a hatályos rendelkezések szerint kötelező.**

## **A géntechnológiával módosított szervezetekből álló élelmiszerek árusítása**

A genetikailag módosított élelmiszerek előállításának és árusításának nagyon gazdag az irodalma, az elérhető információs adatbázisa, ezért a kérdéssel kapcsolatban csak néhány elemét tekintjük át. A genetikailag módosított élelmiszerekkel kapcsolatos részletes uniós szabályozásról **bővebb információkat, elérhetőségeket lásd: [az Európai Bizottság vonalán \(EUvonal – EU Tájékoztató Szolgálat \(www.eu2004.hu\)\).](#)**

## **Mit nevezünk GMO-nak?**

A **genetikailag módosított szervezetek (GMO-k)** olyan élő szervezetek, amelyekben a **genetikai örökítőanyagot (DNS) a géntechnológia molekuláris módszereivel a természetben elő nem forduló módon változtatták meg.**

A **technológiát** gyakran nevezik:

- **„modern biotechnológiának”** vagy
- **„géntechnológiának”,** néha pedig
- **„rekombináns DNS technológiának”** vagy

- „génmódosításnak, génmanipulációnak”.

Ezzel a technológiával lehetőség nyílik egy élő szervezet kiválasztott génjeinek, génszakaszainak átültetésére egy másik élő szervezetbe, akár nem-rokon fajok esetén is.

Az EU már az 1990-es évek elejétől megkezdte a vonatkozó jogi szabályozás kidolgozását, és a GMO-kal kapcsolatban specifikus szabályozást vezetett be a lakosság egészsége és a környezet védelme érdekében.

Ezzel egy időben egységes követelményeket teremtett a biotechnológia piaca számára.

Az első jogszabály 1990-ben született meg (ez volt a **90/220/EGK irányelv**, amelyet azóta hatályon kívül helyeztek), és a genetikailag módosított szervezetek szabad környezetbe történő kibocsátását szabályozta.

Az **irányelv** a genetikailag módosított szervezetekre vonatkozóan **előzetes engedélyezési eljárást vezetett be. Előírja**, hogy bármely GMO környezetbe történő kibocsátását, illetve forgalomba hozatalát megelőzően **környezeti hatástanulmányra van szükség**.

Az engedélyezés érdekében a **kérelmezőnek részletes dokumentációt kell benyújtania**, amely **tartalmazza**:

- ✓ a környezeti hatásvizsgálatra és az annak alapján
- ✓ szükséges **biztonsági előírásokra vonatkozó információkat**,
- ✓ termékek esetén a **felhasználási útmutatóra**, a **címkézésre szolgáló javaslatot** is.

A **GMO-kból származó termékekre** (mint például a tészta vagy a ketchup) **nem**:

- ez a **horizontális irányelv vonatkozik**, hanem
- **vertikális, szektorális rendeletekkel** szabályozzák ezeket, (pl. az új élelmiszerekről és új élelmiszer-összetevőkről szóló [258/97/EK rendelet](#).) A rendelet bizonyos pontjait azóta az Európai Parlament és a Tanács [1332/2008/EK](#) rendelete módosította.

A **90/219/EC** direktíva (amelyet a **98/81/EK irányelv** módosított) a **genetikailag módosított mikroorganizmusokra vonatkozik**, azok **kutatási és ipari célú felhasználását szabályozza**.

Ezt követően több jogszabály is született a témában, ezek a következők:

- a géntechnológiával módosított szervezetek **szándékos környezeti kibocsátásáról** (2001/18/EK irányelv hatályon kívül helyezte az előbb említett 90/220 számú tanácsi irányelvet);
- a géntechnológiával módosított **élelmiszerekről és takarmányokról** (1829/2003/EK rendelet);
- a géntechnológiával módosított **szervezetek nyomon-követhetőségéről és címkézéséről** (1830/2003/EK rendelet);
- a géntechnológiával módosított szervezetek **országhatárokon történő átviteléről** (1946/2003/EK rendelet);
- a géntechnológiával módosított szervezetek **egyedi azonosítóinak kialakítására és hozzárendelésére szolgáló rendszer létrehozásáról** (65/2004/EK rendelet);
- az 1829/2003/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletnek **az új, géntechnológiával módosított élelmiszerek és takarmányok engedélyezése iránti kérelem**, a létező **termékek bejelentése és a kockázatértékelés** során kedvező eredményt mutató, géntechnológiával módosított anyagok véletlen vagy technikailag elkerülhetetlen

jelenléte tekintetében történő végrehajtására vonatkozó részletes szabályokról (641/2004/EK rendelet);

- A Bizottság **1981/2006/EK rendelete** az 1829/2003/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 32. cikkének a géntechnológiával módosított **szervezeteket vizsgáló közösségi referencialaboratórium** tekintetében történő végrehajtásának részletes szabályairól (EGT vonatkozású szöveg);
- Az Európai Parlament és a Tanács **298/2008/EK rendelete** a géntechnológiával módosított élelmiszerekről és takarmányokról szóló 1829/2003/EK rendeletnek a Bizottságra ruházott végrehajtási hatáskörök gyakorlása tekintetében történő módosításáról;
- A Bizottság **2008/289/EK határozata** (2008. április 3.) a **rizstermékekben előforduló, nem engedélyezett, genetikailag módosított Bt 63** szervezetre vonatkozó szükségintézkedésekről;
- A Bizottság **2008/730/EK határozata** (2008. szeptember 8.) a géntechnológiával módosított A2704-12 (ACS-GMØØ5-3) **szójababot tartalmazó, abból álló vagy abból előállított termékek forgalomba hozatalának** az 1829/2003/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet szerinti engedélyezéséről (az értesítés a C(2008) 4735. számú dokumentummal történt)

A hatályos **közösségi jogszabályok** az Európai Bizottság EUvonal – EU Tájékoztató Szolgálat vonalán ([www.eu2004.hu](http://www.eu2004.hu)) érhetők el.

### **Melyek a GM élelmiszerek forgalmazásának szabályai?**

Az [1829/2003/EK rendelet](#) szabályozza a GM élelmiszerek és élelmiszer-összetevők engedélyezési eljárását. GM élelmiszert ugyanis **csak akkor lehet forgalomba hozni**, ha az rendelkezik:

- a jogszabályban meghatározottak alapján **megadott engedéllyel**, és
- az engedélyezés vonatkozó **feltételei teljesülnek**.

A **rendelet a következő követelményeket** támasztja a genetikailag módosított élelmiszerekkel kapcsolatban:

- ✓ **nem gyakorolhat kedvezőtlen hatást:**
  - az emberi egészségre,
  - az állati egészségre vagy
  - a környezetre;
- ✓ **nem tévesztheti meg a fogyasztót;**
- ✓ **nem különbözhet a helyettesíteni kívánt élelmiszertől** olyan mértékben, hogy szokásos elfogyasztása táplálkozási szempontból **hátrányos legyen a fogyasztóra nézve**.

### **Az engedélyezési eljárás menete:**

A kérelmet a tagállam illetékes nemzeti hatóságának kell elküldeni.

Az illetékes nemzeti hatóság a kérelem kézhezvételét követő **14 napon belül írásban visszaigazolja a kérelmezőnek a kézhezvételt**. A visszaigazolásban meg kell adni a kérelem kézhezvételének dátumát is.

Az illetékes hatóság haladéktalanul tájékoztatja a kérelemről az [Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóságot](#) (a továbbiakban Hatóság); és a kérelmet és a kérelmező által biztosított valamennyi kiegészítő információt a Hatóság rendelkezésére bocsátja.

A Hatóság haladéktalanul tájékoztatja a többi tagállamot és a Bizottságot a kérelemről, és rendelkezésükre bocsátja a kérelmet és a kérelmező által biztosított valamennyi kiegészítő információt. A dokumentáció összefoglalóját pedig hozzáférhetővé teszi a nyilvánosság számára.

A Bizottság a Hatósággal folytatott konzultációt követően megállapítja a végrehajtás szabályait, beleértve a kérelem összeállítására és benyújtására vonatkozó szabályokat.

A Hatóság a hozzá benyújtott adatok és dokumentumok alapján véleményt ad ki, melyben támogatja vagy ellenzi az engedély kiadását, majd továbbítja azt a Bizottságnak, a tagállamoknak és a kérelmezőnek, egy jelentést is beleértve, amelyben:

- ✓ leírja az élelmiszer értékelését,
- ✓ indokolja véleményét, és
- ✓ megadja azokat az információkat, amelyeken a Hatóság véleménye alapul.

Emellett a rendeletben meghatározottak szerint nyilvánosságra hozza véleményét, mellyel kapcsolatban a nyilvánosság – a közzétételt követő 30 napon belül – észrevételeket tehet a Bizottság felé.

A Hatóság véleményének kézhezvételét követő három hónapon belül a Bizottság az Élelmiszerlánc- és Állategészségügyi Állandó Bizottság részére benyújtja a kérelemmel kapcsolatban meghozandó határozat tervezetét, figyelembe véve a Hatóság véleményét, a közösségi jog minden vonatkozó rendelkezését és a kérdéses ügyre vonatkozó egyéb jogszerű tényezőket is. Ha a határozattervezet nincs összhangban a Hatóság véleményével, a Bizottságnak meg kell magyaráznia az eltéréseket.

A kérelemre vonatkozó végső döntést a rendelet 35. cikk (2) bekezdésében említett eljárásnak megfelelően kell elfogadni.

A Bizottság haladéktalanul tájékoztatja a kérelmezőt a hozott döntésről és a döntés részleteit az [Európai Unió Hivatalos Lapjában](#) közzé teszi.

A rendelet további szabályokat tartalmaz az engedélyek:

- ✓ módosítására,
- ✓ felfüggesztésére,
- ✓ megújítására,
- ✓ visszavonására, valamint
- ✓ az ilyen élelmiszerek jelölésére vonatkozóan is.

**Az árak kiírásával, feltüntetésével kapcsolatos kötelezettségek:**

**Mit tartalmaz az Uniós szabályozás?**

**Alapfogalmak:**

- eladási ár: a termék egy egységére vagy adott mennyiségére vonatkozó ár, beleértve az ÁFA-t és minden egyéb adót;
- egységár: a termék egy kilogrammjára, egy literére vagy milliliterére, egy méterére, egy négyzetméterére vagy egy köbméterére vonatkozó (a tagállamban

használatos mértékegységtől függően) **végő ár**, mely magába foglalja az ÁFA-t és minden egyéb adót.

Az árfeltüntetésre vonatkozó **közösségi szabályozás** alapja a [98/6/EK irányelv](#), azaz a fogyasztók számára kínált **termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló irányelv (Unit Prices Directive)**.

**Az irányelv kötelezi a gyártókat** az egységár, valamint az **eladási ár feltüntetésére** az egyes termékeken, annak érdekében, hogy:

- biztosítsa a **fogyasztók széleskörű tájékoztatását**, és
- **lehetővé tegye az árak összehasonlítását**.

**Az árak:**

- ✓ **egyértelműnek,**
- ✓ **olvashatónak és**
- ✓ **könnyen észrevehetőnek**

**kell lennie.**

**2004-ben készült el a direktíva** értékelése az EIM Business and Policy Research által, a Fogyasztóvédelmi Főigazgatóság ([DG for Health and Consumers](#)) számára.

Fontos megemlíteni, hogy az értékelés **nem tükrözi sem a Bizottság, sem a Fogyasztóvédelmi Főigazgatóság álláspontját**.

**Árfeltüntetéssel kapcsolatos további információ** a Bizottság [következő oldalán olvasható:](http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/price_ind/index_en.htm) ([http://ec.europa.eu/consumers/cons\\_int/safe\\_shop/price\\_ind/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/price_ind/index_en.htm)).

## **Magyar szabályozás**

Az árfeltüntetéssel kapcsolatos magyar rendelkezés a jogharmonizációnak köszönhetően megfelel a hatályos uniós jogi aktusnak, azaz a 98/6/EK irányelvnek, melyről az [1997. évi fogyasztóvédelmi törvény](#) 57. §-a rendelkezik.

**Alapfogalmak:**

- ✓ **eladási ár:** a termék **egy egységére** vagy adott mennyiségére vonatkozó ár,
- ✓ **egységár:** a termék **egy kilogrammjára, egy literére vagy milliliterére, egy méterére, egy négyzetméterére vagy egy köbméterére vonatkozó ár**.

**Az árfeltüntetésre vonatkozó hatályos szabályozás:**

- Az áru fogyasztói forgalomba-hozatalakor **a forgalmazó köteles a fogyasztót írásban tájékoztatni az eladási árról, az egységárról, valamint a szolgáltatás díjáról**.
- **Az eladási árat, az egységárat, illetve a szolgáltatás díját** – a Magyar Köztársaság törvényes fizetőeszközében, azaz – **forintban, egyértelműen, könnyen azonosíthatóan és tisztán olvashatóan kell feltüntetni**;
- A **termék eladási áráként és egységáráként, illetve a szolgáltatás díjaként** a fogyasztói forgalomban **fizetendő árat kell feltüntetni** (vagyis az általános forgalmi adót és egyéb kötelező terheket is tartalmazó árat kell feltüntetni);

- **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.**

(Forrás: [1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről](#).)

**A forgalmazással, illetve a szolgáltatásnyújtással összefüggő különös** követelményeket a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV törvény IV. fejezete tartalmazza az általános követelményeket

### **A használati és kezelési útmutató**

A használati és kezelési útmutatóval kapcsolatban az alábbi általános érvényű szabályozás van érvényben Magyarországon:

**A használati és kezelési útmutató** – a minőségtanúsítás mellett – **a vásárlási tájékoztató része.**

**A használati és kezelési útmutató tartalmazza a termék:**

- ✓ **rendeltetésszerű használatához,**
- ✓ **működtetéséhez,**
- ✓ **kezeléséhez,**
- ✓ **eltarthatóságához,**
- ✓ **felhasználhatóságához szükséges feltételeket és ismereteket.**

**A minőségtanúsítás a terméknek a vásárló számára lényeges:**

- ✓ **tulajdonságairól,**
- ✓ **főbb minőségi,**
- ✓ **műszaki és**
- ✓ **egyéb jellemzőiről,**
- ✓ **minőségi osztályáról**

**ad tájékoztatást.**

A fogyasztóknak – a fogyasztási **cikk jellegétől és tulajdonságaitól függően:**

- ✓ **írásban,**
- ✓ **magyar nyelven és**
- ✓ **közérthetően**

**kell megkapniuk a vásárlási tájékoztatót.**

**A kereskedő köteles biztosítani az importált áruhoz csatolt külföldi tájékoztatóval megegyező magyar nyelvű ismertetőt.**

**A csak használati és kezelési útmutatóval forgalmazható termékről külön – termék-specifikus – jogszabályok rendelkeznek.**

### **A megfelelésértékelési kötelezettséggel forgalmazható termékek**

**Vannak bizonyos termékek** (mint pl.: az építési célú termékek stb.), amelyekre vonatkozóan jogszabály megfelelésértékelési kötelezettséget ír elő.

A vonatkozó termék-specifikus jogszabályi előírások értelmében a forgalmazási feltételhez kötött termékek csak az alábbi dokumentumokkal együtt forgalmazhatóak:

- ✓ megfelelőségi tanúsítvánnyal,
- ✓ megfelelőségi nyilatkozattal, illetve
- ✓ megfelelőségi jelöléssel.

## **Az áruk, termékek csomagolására vonatkozó szabályok**

A vonatkozó jogszabályi előírás értelmében a terméket úgy kell csomagolni, hogy a csomagolás:

- óvja meg a termék minőségét,
- könnyítse meg szállítását,
- ne befolyásolja hátrányosan a termék minőségét vagy mennyiségét.

A termék csomagolására jogszabály további előírásokat határozhat meg.

## **Különös felelősségi szabályok a tájékoztatási kötelezettségekkel kapcsolatban**

A vonatkozó jogszabályi előírások értelmében a felelősségi szabályok a tájékoztatási kötelezettségek bizonyos területeivel kapcsolatban az alábbiak szerint oszlanak meg:

**A gyártó felelőssége, kötelezettsége kiterjed:**

- a használati és kezelési útmutatóra,
- a megfelelőség értékelésére, valamint
- a csomagolásra

**vonatkozó rendelkezések megtartására.**

Abban az esetben, ha a gyártó nem tesz eleget a fent említett kötelezettségeinek, a forgalmazó köteles azokat pótolni.

**A forgalmazó, illetve a szolgáltatást értékesítő vállalkozás köteles:**

- az ár feltüntetésére vonatkozó rendelkezések megtartására.

**Az eljáró** – fogyasztóvédelmi, vagy egyéb erre a célra feljogosított – **hatóság felhívására a vállalkozás köteles igazolni**, hogy eleget tett a használati és kezelési útmutatóra, a megfelelőség értékelésére, a csomagolásra, illetve az árfeltüntetésre vonatkozó kötelezettségeinek.

Abban az esetben, **ha a fogyasztó, ha nem kapta meg a jogszabályban előírt:**

- ✓ használati és kezelési útmutatót, illetve
- ✓ megfelelőségi tanúsítványt vagy
- ✓ megfelelőségi nyilatkozatot,

annak **pótlását a forgalmazótól is kérheti**, függetlenül attól, hogy az megnevezte-e a gyártót.

A fentiekkel kapcsolatban – a forgalmazó és a gyártó között – felmerülő jogvita rendezésére külön jogszabályok szerint járhatnak el.

## **A gyermek- és fiatalkorúak védelmét szolgáló különös rendelkezések**

A „célközönség” speciális helyzetére tekintettel néhány, a korosztályt érintő értékesítési, kiszolgálási szabályról, tilalmakról:

**Tilos tizennyolcadik életévét be nem töltött személy részére értékesíteni, illetve kiszolgálni:**

- **alkoholtartalmú** italt – a kizárólag orvosi rendelvényre kiadható gyógyszer kivételével ;
- **szexuális terméket**, illetve
- **dohányterméket**.

A fentiekben meghatározott, részletezett korlátozás érvényesítése érdekében **a vállalkozás vagy annak képviselője kétség esetén felhívja a fogyasztót életkorának hitelt érdemlő igazolására.**

A kereskedőnek **meg kell tagadnia a termék értékesítését, illetve kiszolgálását** abban az esetben, ha **a felszólított személy megtagadja életkorának megfelelő módon történő igazolását.**

## **A vásárolt termékek biztonságával, használatával kapcsolatos előírások, jogosítványok, fogyasztói jogok**

A vásárlás a mindennapi élet része, de nem feltétlenül kell, hogy a mindennapi bosszúság is velejárója legyen.

A legjobban átgondolt „beszerzéseink” esetében is előfordulhat azonban, hogy olyan terméket vásárolunk, amely nagyon rövid időn belül elromlik, annak ellenére, hogy rendeltetészerűen, azaz a használati és kezelési útmutatóban leírtak szerint használtuk az árut.

Ezekben az esetekben fontos, hogy tudjuk azokat az információkat, amelyek segítségével – akár a helyszínen – problémamentesen elintézhethjük reklamációnkat.

## **A termékek forgalmazásával kapcsolatos általános követelmény: a Termékbiztonság**

A legalapvetőbb fogyasztóvédelmi követelmény, a veszélyes termékek forgalomba kerülését gátolja meg.

### **A gyártókkal szembeni követelmény**

**Csak biztonságos termékek hozhatók forgalomba.** Az Európai Unió területén forgalmazott termékek nem lehetnek veszélyesek, vagy csak minimális veszélyt jelenthetnek a fogyasztókra nézve a termék általános használata közben.

A forgalmazott termékeknél figyelembe kell venni a használatból eredő előrelátható következményeket is. (Pl.: a bicikli esetében figyelembe kell venni az eséssel járó következményeket).

A termékek biztonságosságáért a gyártó felel. E tekintetben az importőr is gyártónak minősül.

### **A forgalmazókkal szembeni követelmény**

A gyártók helyett a forgalmazót terheli a felelősség, ha a rendelkezésükre álló információk alapján tudják, illetve sejtik, hogy a termék nem biztonságos, vagy ha a termék gyártója nem állapítható meg.

A következőkben tekintsük át a kapcsolódó kérdéseket:

- ✓ Termékfelelősség,
- ✓ szavatosság,
- ✓ jótállás

## **A termékfelelősség szabályai**

A termékfelelősség a már bekövetkezett károk helyrehozatalát jelenti.

Az Európai Unióban ha valamely termék, a termék hibájából akár személyben, akár más tárgyakban kárt okoz, akkor termékfelelősségi igényvel lehet élni.

Ha például tönkremegy a TV, és emiatt megsérül a mellette lévő videó és hifi torony is, akkor kérhető az így keletkezett kár megtérítése.

Terméknek minősülnek az ingóságok és az energia is.

Hibáról akkor beszélünk, ha a termék minden körülmény figyelembevételével **nem nyújtja azt a biztonságot, ami általában elvárható**. Figyelembe kell venni:

- ✓ a rendeltetésszerű használatot,
- ✓ a forgalomba hozás idejét és
- ✓ a termék árusításának körülményeit is.

Az EU irányelvek szerint a keletkezett károkért a termék gyártója felel (az importőr is gyártónak minősül).

Előfordulhat, hogy többen felelnek a kárért (pl. gyártó, alkatrészgyártó, importőr), ekkor a termékért e szervezetek egyetemlegesen felelnek.

A felelősség alól mentesül a gyártó, illetve a forgalmazó, ha:

- a termék forgalomba hozatalának időpontjában a hiba a tudomány és a technika állása szerint **nem volt felismerhető**;
- **nem hozta forgalomba, vagy nem forgalomba hozatal céljából gyártotta**;
- a hiba arra vezethető vissza, hogy a terméknek egy **hatósági előírásnak vagy jogszabálynak kellett megfelelnie**.

A felelősség alól mentesül a résztermék előállítója, ha:

- a termék szerkezete okozta a kárt (ilyenkor a végtermék gyártója felel). Az igényérvényesítés **3 éven belül** lehetséges, melynek kezdete a károsodás/hiba felismerése.
- Az ún. **jogvesztő elévülési idő 10 év**, melynek kezdete a forgalomba hozatal. Ezt követően **semmilyen igénnyel nem lehet élni**.
- A termékfelelősségi jogszabály alapján **akkor indítható kártérítés, ha a hibás termék által okozott kár legalább 500 eurónak felel meg**.

A kártérítés mértékét – amennyiben a gyártó és a fogyasztó nem tud megegyezni – kártérítési eljárás során a bíróság állapítja meg.

A károsult köteles bizonyítani:

- ✓ a hibát,
- ✓ a kárt és
- ✓ a kettő közötti okozati összefüggést, míg

a gyártó illetve a forgalmazó köteles bizonyítani, hogy

- ✓ minden előírást betartott.

## A szavatosságra vonatkozó szabályok

A szavatosság jelentése: az áru, szolgáltatás rendeltetésszerű használatáért **meghatározott ideig való jóállás**.

Szavatosság esetén az eladó azért vállal felelősséget, hogy az eladáskor **hibátlan terméket adott át a vevőnek**, tehát nincs olyan rejtett hibája, amely csak később fog kiderülni.

## A fogyasztó jogai

A fogyasztó a termék meghibásodása esetén – meghatározott feltételek mellett – élhet szavatossági jogaival, amennyiben:

- a termékre vonatkozóan nincs sem önkéntes, sem kötelező jótállás, vagy
- a jótállási idő már lejárt.

Ezt biztosítja a *fogyasztói szerződés keretében értékesített termékek szavatossági és jótállási igényének érvényesítéséről* szóló [49/2003. GKM rendelet](#).

## A szavatosság időtartama

A szavatossági igény vásárlói benyújtásának határideje 2003. július 1-től 2 évre nőtt.

(Ha a termék használhatóságának legkisebb időtartamát hatósági előírás, vagy kötelező műszaki előírás határozza meg (kötelező alkalmassági idő), és ez rövidebb, az igény érvényesítésére ez a határidő irányadó.)

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.

Az első hat hónapban a kereskedő köteles valamennyi költséget viselni.

Hat hónap leteltével a bizonyítási teher megfordul és a továbbiakban nem a kereskedőnek kell a hiba keletkezési körülményeit bizonyítania, hanem a fogyasztó közvetlenül fordulhat a [Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatósághoz](#) (NFH).

Ez esetben a fogyasztónak tudnia kell azt, hogy

- egyrészt a vizsgálat költségeit neki kell megelőlegeznie és az
- csak abban az esetben jár vissza neki, ha a kifogása alaposnak minősült.

## A jogérvényesítés elévülési ideje

A tartós használatra rendelt termékeknél a szavatosság elévülése három év letelte után következik be, nem tartós cikkeknél hat hónap után évül el a szavatossági igény, azaz ezen idő alatt élhet jogaival a fogyasztó.

Azoknál a termékeknél, amelyeknél egy év a jótállási idő, további két esztendeig, azoknál pedig, amelyeknél kettő év a jótállás időtartama, további egy évig érvényesíthető a szavatosság.

A nem tartós használatra rendelt termékeknél (például: cipő, egyéb ruházati termékek stb.) a szavatosság alapján érvényesíthető jogok általános elévülése hat hónap. Ha a vásárló e hat hónap alatt menthető okból nem tudja szavatossági jogait érvényesíteni így különösen, ha a hiba jellegénél, avagy a dolog természeténél fogva hat hónapon belül nem volt felismerhető – szavatossági jogait a teljesítéstől (vásárlástól) számított két évig érvényesítheti.

Az EU-ban a szavatosság az alábbiakra terjed ki:

- az áru nem alkalmas a használatra;
- teljesen más árut szállítanak, mint amit a fogyasztó rendelt;

- hiányzik a használati utasítás;
- kevesebb áru érkezik, mint amennyit a fogyasztó rendelt;
- hibás teljesítésnek minősül a szolgáltatott áru szakszerűtlen összeszerelése is, ha a szerelés szerződéses kötelezettség, és azt a kötelezett vagy olyan személy végezte el, akinek magatartásáért a kötelezett felelős;
- a kötelezett felel akkor is, ha az áru összeszerelését a szerződésnek megfelelően a jogosult végezte el, de a szakszerűtlen összeszerelés a használati útmutató hibájára vezethető vissza.

A fogyasztói szerződésben semmis az a kikötés, amely ezektől a rendelkezésektől a fogyasztó hátrányára tér el.

A minőségi vagy mennyiségi hibáért kellékszavatossággal, a jogi hibáért jogszatossággal tartozik a kötelezett (aki lehet a gyártó, a forgalmazó vagy a kereskedő). **Jogi hibának minősül**, ha a hibátlan teljesítés ellenére a **jogosult nem szerzi meg** mindazon jogokat, amelyek őt jogszabály vagy szerződés alapján megilletnék.

**Ha a termék nem felel meg a szerződésnek, a fogyasztót a következő szavatossági jogok illetik meg:**

- a Ptk. 2003-as módosítása a fogyasztók számára **előnyös irányba változtatta meg a jogérvényesítés sorrendjét.**

**A korábbi szabályozás szerint a fogyasztó:**

- elsősorban a **hiba kijavítását**, illetőleg
- megfelelő árleszállítást kérhetett, és
- **csak abban az esetben kérhette az áru kicserélését, ha a hiba**
  - **nem volt rövid idő alatt (8 napon belül) értékcsökkenés nélkül kijavítható,** vagy
  - **a kijavítás a jogosult érdekeinek sérelme nélkül nem volt lehetséges.**

Egyrészt az új szabályozás alapján a fogyasztó már **első körben választhat**, hogy **kijavítást vagy kicserélést** kér, tehát a kicserélés, mint igény teljesítésének **nem feltétele a javíthatatlanság.**

**A fogyasztó választási lehetősége csak akkor korlátozott, ha a kicserélés:**

- **lehetetlen** (pl. nincs azonos vagy hasonló termék a kereskedő készletében) vagy ha
- a **cseré aránytalan többletköltséget eredményezne** (pl. azonnal és minimális költségigénnyel járó javíthatóság esetén).

Másrészt az szabályozás alapján a szavatossági jogok érvényesítésének sorrendjében **második helyre került:**

- az **árleszállítás** igénylésének a lehetősége, illetőleg
- az **elállás** (azaz a vételár visszakövetelése), mely utóbbira akkor kerülhet sor, ha **a jogosultnak**
  - **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.**

**A forgalmazó felelőssége és kötelezettségei**

A forgalomba hozó felelős a fogyasztóval szemben azért, hogy az áru annak átadásakor megfelel a törvényes vagy szerződésben meghatározott tulajdonságoknak.

A gyártó, illetve a forgalmazó mentesül a felelősség alól, ha:

- ✓ a fogyasztó már a szerződéskötéskor tudott a hibáról, és ennek ismeretében is megkötötte a szerződést;
- ✓ a fogyasztó észreveszi, hogy a kötelezett hibásan teljesített, és ezt nem közli időben, akkor az ebből eredő kárért nem felel.
- ✓ a fogyasztó szavatossági jogait az olyan hibák tekintetében érvényesítheti, amelyek a teljesítés időpontjában már megvoltak, és két éven belül felszínre kerültek.

Használcikkeknél ez a határidő az eladó és a fogyasztó közötti megállapodással egy évre lerövidíthető.

### A termékek jótállására vonatkozó szabályok

A jótállást, mint sajátos jogi szakszót, a fogyasztók inkább garanciaként ismerik.

A jótállás azt jelenti, hogy a kereskedő, gyártó garantálja, hogy egy bizonyos időtartamon belül a termék kifogástalanul fog működni.

A jótállás tehát a szavatoságnál szigorúbb szabály, mert a hibás teljesítésből eredő jogvita esetén a gyártónak, illetve a forgalmazónak kell bizonyítania, hogy:

- ✓ hibátlan árut adott át és
- ✓ a hiba a fogyasztó rendeltetésellenes használata miatt keletkezett.

A fogyasztó kötelessége:

Jótállás esetén nem a vásárlónak kell bizonyítania, hogy:

- vétlen a termék meghibásodásában és
- csak akkor mentesül ez alól a felelősség alól, ha bizonyítani tudja, hogy
- a hiba oka a teljesítés után keletkezett (pl. a vásárló rendellenesen használta a terméket).

Nagyon fontos, hogy nem magának a hibának, hanem a hiba okának kell a vásárlás előtt keletkeznie.

A fogyasztó a hiba felfedezése után, a körülmények által lehetővé tett legrövidebb időn belül köteles kifogását az eladóval, vagy a szolgáltatás nyújtójával közölni.

A fogyasztói szerződés keretében érvényesített szavatossági és jótállási igények intézéséről szóló [49/2003 GKM rendelet](#) szerint a forgalmazónak törekednie kell arra, hogy a kijavítást vagy kicserélést legfeljebb tizenöt napon belül elvégezze.

### A jótállás időtartama

A jótállás legrövidebb időtartama 12 hónap, de egyes termékeknél ennél is hosszabb lehet.

A jótállási határidő a vevő részére történő átadás, vagy ha az üzembe helyezést a forgalmazó vagy annak megbízottja végzi, az üzembe helyezés (beszabályozás) napjával kezdődik.

**A termék kijavítása esetén a jótállás időtartama meghosszabbodik** a hiba közlésének napjától kezdve azzal az idővel, amely alatt a vásárló a terméket a hiba miatt nem használhatta rendeltetésszerűen.

Ha a jótállás alá tartozó termék **a vásárlástól (üzembe helyezéstől) számított 3 munkanapon belül meghibásodott**, az **üzlet köteles** a fogyasztó kérésére **a terméket kicserélni**, ha a meghibásodás olyan mértékű, hogy **akadályozza az áru rendeltetésszerű használhatóságát**.

### **Önkéntes jótállás, kötelező jótállás**

A **jótállás megvalósulhat szerződés keretében is**, amikor **az eladó önként vállalkozik a szavatosságnál szigorúbb helytállásra** azoknál a termékeknél, amelyek esetében nem kötelező jogszabály alapján a jótállás.

A **kereskedelemben egyre gyakoribb**, hogy a nem tartós használatra rendelt termékekre az **értékesítő önként jótállást vállal**.

**Ez a piaci verseny eredménye**, ami miatt a gyártó jótállási kötelezettséget vállal annak bizonyítására, hogy a termék kiváló minőségű.

### **A jogszabály alapján kötelező jótállás alá tartozó termékekkel**

A **fogyasztó leginkább a jogszabály alapján kötelező jótállás alá tartozó termékekkel találkozhat vásárlásai során**. Ilyen jogszabály az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló [151/2003. kormányrendelet](#).

A kormányrendelet (száma: **151/2003. (IX. 22.)**) melléklete tartalmazza a **kötelező jótállással** árusított termékek körét. A kormányrendelet alapján **az alábbi termékekre kötelező jótállást biztosítani**:

- 1.) Hűtőszekrény, fagyasztó, kombinált hűtőszekrény
- 2.) Mosógép, centrifuga, szárítógép és ezek bármely kombinációja, mosogatógép, vasalógép
- 3.) Villamos és/vagy gázenergiával működtetett sütő-, főzőberendezések, és ezek kombinációja 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 4.) Vízmelegítők, fűtő-, légkondicionáló- és egyéb légállapot-szabályozó berendezések 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 5.) Porszívó, gőzzel működő tisztítógép, szőnyegtisztító-gép, padlósúroló- és fényesítő-gépek
- 6.) Varrógép, kötőgép
- 7.) Motoros kerti gépek, motoros kézi szerszámok, motoros szivattyúk 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 8.) Az egy éves, illetve az egy évnél hosszabb kihordási idejű gyógyászati segédeszközök és készülékek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 9.) Személygépkocsi, motorkerékpár, kerékpár, babakocsi
- 10.) Lakóautó, lakókocsi, utánfutós lakókocsi
- 11.) Biztonsági riasztó- és jelzőberendezések 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 12.) Elektronikus hírközlő végberendezések (telefonok, mobiltelefonok, telefax-készülékek, több funkciós készülékek stb.) 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 13.) Üzenetrögzítők, kihangosító készülékek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 14.) Műholdvevő és AM Micro antenna rendszerek, és ezek részegységei, televíziók, projektorok, videomagnók 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 15.) Rádiók, autórádiók, rádiós ébresztőórák, rádió adó-vevő készülékek, amatőr rádióadók és rádióvevők, műholdas helymeghatározók 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 16.) Lemezzjátékosok, szalagos és kazettás magnók, CD-felvevők és -lejátszók, DVD-felvevők és -lejátszók, egyéni hangrendszerek és ezek tartozékai (keverőasztal, erősítő, hangszóró, hangfal), mikrofonok és fülhallgatók 10 000 Ft bruttó vételár felett

- 17.) Fényképezőgépek, film- és hangfelvevő kamerák, videokamerák és camcorderek, film- és írásvetítők, filmnagyítók, filmelőhívó- és filmfeldolgozó készülékek, fotónyomtatók, film- és diaszkennerek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 18.) MP3 lejátszók, pendrive-ok, illetve az ezekhez, valamint a digitális fényképezőgépekhez használatos memóriakártyák 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 19.) Távcsovek, látcsövek, mikroszkópok, teleszkópok, iránytűk, tájolók 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 20.) Személyi számítógépek és alkatrészeik, monitorok, nyomtatók, szkennerek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 21.) Számológépek, zsebszámológépek, menedzser-kalkulátorok 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 22.) Írógépek és szövegszerkesztők 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 23.) Hangszerek 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 24.) Órák 10 000 Ft bruttó vételár felett
- 25.) Bútorok 10 000 Ft bruttó vételár felett.

## **Fogyasztói jogok összefoglalása:**

### **A vásárló kérheti:**

- **a hiba kijavítását,**
- **a vételár leszállítását,**
- **a hibás áru kicserélését,**
- **valamint a munka újbóli elvégzését.**

### **A vásárló jótállási igényét:**

- **a jótállási jeggyel** érvényesítheti a vásárláskor kapott f
- **izetési bizonylat egyidejű bemutatása esetén.**

**A jótállási jegy szabálytalan kiállítása,** vagy a fogyasztó részére történő átadásának elmaradása, nem érinti a jótállási kötelezettségvállalás érvényességét (de ilyenkor is igazolnunk kell tudni a vásárlás megtörténtét, például a blokkal).

(Forrás: [Európai Fogyasztói Központ](#) (EFK))

A jótállással és szavatossággal kapcsolatban további részletek az [EFK kiadványában](#) olvashatók. (Elérhetőség: EUvonal-EU Tájékoztató szolgálat – [www.eu2004.hu](http://www.eu2004.hu))

## **A jótállási-szavatossági jogok érvényesítésének a sorrendje**

A jelenleg hatályos szabályozás alapján **a fogyasztó már első körben választhat,** hogy **kijavítást vagy kicserélést kér,** tehát a kicserélés, mint igény teljesítésének nem feltétele a javíthatatlanság.

Vagyis **a fogyasztó akkor is igényelhet cserét, ha az áru javítható.**

**A fogyasztó választási lehetősége csak akkor korlátozott, ha:**

- ✓ **a kicserélés lehetetlen** (pl. nincs azonos vagy hasonló termék a kereskedő készletében) vagy
- ✓ **ha a csere aránytalan többletköltséget** eredményezne.

**A szavatossági jogok érvényesítésének sorrendjében második helyre került az árleszállítás** igénylésének lehetősége, illetőleg az elállás (azaz a vételár visszakövetelése), mely utóbbira **akkor kerülhet sor, ha a jogosultnak:**

- ✓ **sem kijavításra,**

- ✓ **sem kicserélésre nincs lehetősége**, illetőleg
- ✓ ha a korábbi igények teljesítését a **kötelezett nem vállalja vagy nem tudja teljesíteni**.

Fontos szabály ugyanakkor, hogy jelentéktelen hiba miatt nincs helye elállásnak.

**Gyakori eset, hogy a vállalkozás felajánlja a fogyasztónak**, hogy a javítás, vagy csere helyett **más terméket vásároljon, azaz „levásárolja” a hibás termék árát**.

A levásároltatás intézményét magyar jogszabályok **nem rendezik**, így azt a vásárló **nem köteles elfogadni** – természetesen megállapodhat annak elfogadásában a kereskedővel.

### **Mennyi időn belül reklamálhatunk?**

**Fogyasztói szerződés esetében** (fogyasztói szerződés az a szerződés, amelynek tárgya ingó dolog, kivéve a villamos energiát, a végrehajtási eljárás vagy más hatósági intézkedés folytán eladott dolgot, valamint az olyan árverésen eladott használt dolgot, amelyen a fogyasztó személyesen részt vehet) a fogyasztó a **teljesítés időpontjától számított kétéves elévülési határidő alatt érvényesítheti szavatossági igényét**.

Az ennél rövidebb elévülési határidőt megállapító kikötés **semmis**.

Ha a fogyasztói szerződés tárgya **használt dolog**, a felek **rövidebb határidőben is megállapodhatnak**, egy évnél rövidebb elévülési határidő azonban **ebben az esetben sem köthető ki**.

**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.

### **Mi az a bizonyítási teher és kire vonatkozik?**

Fontos ugyanakkor **tudni**, hogy a két év a bizonyítási teher tekintetében **megoszlik szavatosság esetén**.

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**.

**Hat hónap után** azonban a **bizonyítási teher** a jogosultat, azaz a **vásárlót terheli**.

### **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 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 **beazonosításához szükséges adatokat**, továbbá amennyiben a kifogást a fogyasztó igényétől eltérően rendezi,
- ✓ ennek **indokát is.**

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

Az **üzletekben** jól látható és könnyen hozzáférhető helyen **vásárlók könyvét kell elhelyezni.** A vásárlók a vásárlók könyvébe jegyezhetik be az üzlet működésével kapcsolatos panaszait, bejelentéseiket és javaslatukat.

**A vásárlót e jogának gyakorlásában megakadályozni vagy befolyásolni tilos.**

A **bejegyzést** a külön jogszabályban meghatározottak szerint **meg kell vizsgálnia** a kereskedőnek és **harminc napon belül a vásárlót tájékoztatnia.**

A **vásárlók könyvét** a **jegyző hitelesíti, számozott oldalakkal áll,** és minden, a fogyasztókkal közvetlen kapcsolatban álló kereskedelmi, vendéglátó, fogyasztási cikket javító és kölcsönző tevékenységet végző helyen lennie kell (pl. üzletben, piaci elárúsító helyen, étteremben, büfében, motelben, benzinkúton).

**Amennyiben minőségi kifogásunk merül fel, a vásárlás helyszínén kell jogainkat érvényesíteni.**

**A kereskedőnek a minőségi kifogásról, a reklamációról jegyzőkönyvet kell felvennie,** amelyben az alábbi adatokat kell rögzíteni:

- ✓ a hiba leírását,
- ✓ a fogyasztó nevét és lakcímét,
- ✓ a fogyasztási cikk pontos elnevezése,
- ✓ a vásárlás helye és ideje,
- ✓ a minőségi kifogás pontos leírása,
- ✓ a fogyasztó által érvényesíteni kívánt igényt, valamint
- ✓ a kifogás rendezésének módját.

**Ha a kifogás rendezésének módja a fogyasztó igényétől eltér,** ennek indokolását a jegyzőkönyvben meg kell adni.

**A jegyzőkönyv másolatát a fogyasztónak át kell adni.**

**Ha a forgalmazó a fogyasztó igényének teljesíthetőségéről annak bejelentésekor nem tud nyilatkozni, álláspontjáról legkésőbb három munkanapon belül köteles értesíteni a fogyasztót.**

Természetesen **perelhet is a fogyasztó,** de a jogalkotó egy másik megoldás lehetőségét is megteremtette, amikor létrehozta, **az ún. békéltető testületeket.**

## **MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ**

### **Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

#### **Sajátos szükségleteik**

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrációképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

#### **Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?**

Számos dolgot tehetünk, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

#### **(3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:**

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

**ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!**

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**10. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**

**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**

**Téma: a kereskedelmi reklámok és a tisztességtelen kereskedelmi magatartás tilalmával kapcsolatos előírások (UCP törvény)**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmatisítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

*„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP 5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program*

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	A foglalkozás témája: a kereskedelmi reklámok a tisztességtelen kereskedelmi magatartás tilalmával a kapcsolatos előírások	
1.	A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:	A reklám és a marketing fogalma A reklám története A reklám korszakai a kezdetektől A reklám gazdasági szerepe	0-10 perc
	Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)	az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva	
2.	A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:	A reklám gazdasági szerepe A kereskedelmi reklámokról általában. Helyzetkép és kórrajz A dohány-, az alkohol-, a gyógyszer- és a gyermekreklámokról	11-20 perc
	Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)	az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva	
3.	A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:	Az EU reklámszabályai. Új uniós szabályok a félrevezető reklámok ellen, a TV-s reklámokról	21-30 perc
	Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására	interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába	
4.	A foglalkozás negyedik részének tartalma, tárgya:	Reklámok szabályozása Magyarországon? A <a href="#">fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény</a>	31-40 perc
	Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására	interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába	
5.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK</b> és ami mögöttük van	41-45 perc
6.	Javaslat házi feladatra, otthoni munkára,	Gyűjtsenek össze a következő foglalkozásra különböző reklám-újságokat. Közös elemizzük azokat	
7.	<b>Pótfeladat</b>	Készítsenek reklámtervet egy tetszőlegesen kiválasztott árurol	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

## TARTALOMJEGYZÉK:

## **A KERESKEDELMI REKLÁMOKRÓL**

A reklám fogalma

Reklám vagy marketing?

Egy kis reklámtörténet

A reklámok kezdetei

Reklám a szocialista Magyarországon

A reklám korszakai

A reklám gazdasági szerepe

A kereskedelmi reklámokról általában

Helyzetkép és kórrajz

Dohány- és alkoholreklámok

Gyógyszerreklámok

Gyermekreklámok

Hogyan szabályozza az Európai Unió a reklámokat?

Új uniós szabályok a félrevezető reklámok ellen

A „piszkos tizenkettő”

Hogyan szabályozza az EU a televíziós reklámokat?

Tévéreklámok és termékelhelyezés: új uniós szabályok

Termékelhelyezés

Hogyan szabályozza az EU a dohányreklámot?

Megállapodás a határok nélküli televíziózás új irányelvéről

Hogyan szabályozza Magyarország a reklámokat?

A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény

Megtévesztések szankcionálása európai szinten

Az eljáró hatóságok

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok

Fogyasztói tudatosság

Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat

Agresszív az a kereskedelmi gyakorlat,

Az új reklámtörvényről

Általános tilalmak és korlátozások a reklámtörvényben

Gyermek- és fiatalkorúak védelme

Termékspecifikus tilalmak

Direkt marketingre vonatkozó speciális szabályok

**FÜGGELÉK**

Magyar Reklámetikai Kódex (1997)

A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény „feketelistá”-ja

**MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ**

## **JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:**

1.) Mit értünk reklám alatt?

- 2.) Mi a reklám célja, rendeltetése?
- 3.) Van-e különbség a reklám és a marketing között?
- 4.) Mi a reklám gazdasági szerepe, rendeltetése?
- 5.) Milyen tilalmakat tartalmaznak a dohány- és alkoholreklámok?
- 6.) Milyen szabályok vonatkoznak a gyógyszerek reklámozására?
- 7.) Milyen szabályok vonatkoznak a gyermekreklámokra?
- 8.) Hogyan szabályozza az Európai Unió a reklámokat?
- 9.) Hogyan szabályozza az EU a televíziós reklámokat?
- 10.) Mit takar a „piszkos tizenkettő” kifejezés?
- 11.) Hogyan szabályozza az EU a dohányreklámot?
- 12.) Hogyan szabályozza Magyarország a reklámokat?
- 13.) Miként szankcionálják európai szinten a megtévesztő reklámokat?
- 14.) Magyarországon kik az eljáró hatóságok a jogsértő reklámozókkal szemben?
- 15.) Mit szabályoz az új reklámtörvény?
- 16.) Mi minősül tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak?
- 17.) Milyen általános tilalmakat és korlátozásokat tartalmaz az új reklámtörvény?
- 18.) Az új reklámtörvény milyen tilalmakat fogalmaz meg a gyermekek és fiatalkorúak védelme érdekében?
- 19.) Az új reklámtörvény milyen tilalmakat fogalmaz meg egyes termékek reklámozásával kapcsolatban?
- 20.) Milyen speciális előírásokat kell betartani a direkt marketing esetében?

**Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.**

***„A felkészült fogyasztó a legvédelettebb fogyasztó”***

# A KERESKEDELMI REKLÁMOKRÓL

## A reklám fogalma

**Reklám:** a kommunikáció egy formája, rendszerint **egy bizonyos áru vagy szolgáltatás:**

- ✓ **megvételére, illetve**
- ✓ **igénybevételére ösztönző, esetleg**
- ✓ **egy egész márka, cég, terület vagy pusztán**
- ✓ **csak egy cél javára**

**szóló hirdetés.**

**Bővebb értelemben** ezek összes, szűkebben csak a **fizetett változatait soroljuk ide.** A reklámok elkészítése és sugárzása szolgáltatás, az erre való igény működteti az úgynevezett reklámpart, így többek között lehetővé teszi a **kereskedelmi televíziók és rádiók** működését. Története az **ókorig** nyúlik vissza, s a **kapitalizmus** alatt jelentősége fokozatosan nő.

A **világ összesített reklámkiadásait 2007-re vonatkozóan 600 milliárd dollár fölé** becsüli a The Kelsey Group.

## Reklám vagy marketing?

A **reklám** és a **marketing** nehezen szétválasztható fogalmak.

Mindkettőnél **cél egy bizonyos termék vagy szolgáltatás eladása, a fogyasztásra ösztönzés.** Míg azonban a reklámnál **egy üzenetet juttatnak el a fogyasztóhoz ("válaszd ezt"), a marketing magát a terméket próbálja vonzóbbá, jobban eladhatóvá tenni.**

Idetartozik:

- ✓ **a termék csomagolásának terve,**
- ✓ **az ár kalkuláció,**
- ✓ **a márka,**
- ✓ **a termék helyének megválasztása a boltban,**
- ✓ **az akciók.**

A reklámot gyakran nevezik marketingkommunikációnak.

## Egy kis reklámtörténet

Néhány „momentum” a reklám történetéből:

- **visszanyúlik egészen az ókorba, ahol a borokat tartalmazó amforákat különböztették meg (falra festett hirdetések);**
- **a reklám fejlődése a nyomtatás elterjedésével indulhatott meg igazán (Angliában a 15. században jelent meg az első szórólap);**
- **az ipari forradalom után a 19. században fordult elő először, hogy valaki nagyobb hirdetési felületet vásárolt;**
- **a reklámszövegírás Charles Austin Bates (1870) nevéhez köthető, aki díjazás fejében fogalmazott hirdetési szövegeket;**
- **a 20. században fejlődött ki a plakátművészet, tömegmédiák, internet!!**

## A reklámok kezdetei

A reklám kezdetei még a rómaiakig nyúlnak vissza.

Pl. a korabeli kereskedők (találtak borkereskedők után fennmaradt leleteket, táblákat, amfórákat, amelyeken reklám célzatú leírások voltak feltüntetve, valamint cégérek) előszeretettel villogtatták meg termékeik előnyeit, természetesen a hátrányok eltusolásával, így ösztönözve potenciális vásárlóikat, fogyasztóikat termékeik fogyasztására.

Kezdetben elegendő stratégiának bizonyult a termékekkel való extenzív kereskedés, az egyre távolibb piacok meghódítása.

Árucseré volt a jellemző, majd megkezdődött a piacbővítés. A szükséglet bővítésére helyezték a hangsúlyt.

Ahhoz, hogy keresett legyen egy termék, különböznie kell a másiktól:

- ✓ csomagolás,
- ✓ forma,
- ✓ minőség.

Ezt követően jött létre a társított érték. (Pl.: az Atlantic szappan, a tengerből született). A termék körül kialakult mítosz reklámozása. Az ígéret kapja a hangsúlyt.

A fogyasztás felgyorsulása érdekében az igényeket fel kell gyorsítani. Az igények fenntartására fontos a reklám.

## Reklám a szocialista Magyarországon

A magyar reklám a második világháború végéig a nyugati reklámhoz hasonlóan fejlődött. A szocializmusban azonban nem volt igazi verseny és általában nem lehetett többféle hasonló termék közül választani: a reklámra gyakorlatilag nem volt szükség.

Az ebben az időszakban készült "reklámok" mai szemmel nézve nem feleltek meg a reklámszakmai követelményeknek:

- ✓ inkább tetszetős poszterek,
- ✓ humoros filmek voltak,
- ✓ mintsem a termék vagy szolgáltatás választására buzdító művek.

## A reklám korszakai

A reklámstratégiák első korszakában a termék ismertetésére épült a reklám. Kezdetben ez lehetett igen száraz információközlés, aztán a 20. század elejére rámenőssé vált. A rámenősség a szövegekben felfedezhető, míg a képeken az alakok valamilyen akciós viszonyban vannak a termékkel és mindig a terméken van a hangsúly. Az érvek típusai főutasok, érvelő jellegűek voltak és a figyelem a termék különleges tulajdonságai irányult. Előfordultak valótlanosságok, de nem keltettek felháborodást.

A második korszakban a társított értékek jutottak döntő szerephez. Arról szólt, hogy aki ezt a terméket használja, ugyanolyan szép, fiatal, elragadó és magabiztos lesz, mint a hirdető. A meggyőzésnek egyre inkább a mellékútját választották. Erre reagálva, a reklámetika nem engedte a valótlan állításokat, a versenytárs elleni negatív kampányt. A társított értékeknél bármit lehet mondani.

A második korszakban a termékek tárgyi differenciálódását a hozzá kapcsolt eszmei differenciálódás követte.

A harmadik korszak egy új fogyasztóval találta szembe magát. Megszokta a társított értékek, a reklám-ígéretnek valótlanosságát és ezért rezignált szórakozottsággal vagy unalommal szemléli azokat.

A reklámok vizualitásukkal, ötletességükkel továbbra is **lekötik a figyelmet**, de a társított érték már kevésbé nyerő. Az átlagos háziasszony hitelesebbé tudja tenni a tárgyat, de nehezebben tudja lekötni a néző figyelmét. **Kialakult egy igen kifinomult szimbolikus reklámkultusz.**

A **modern reklámokban** a csillogás mellett újra **előkerül a hétköznapiság**. A tömegközpontról meggyőzés technikája fontossá vált. Elszaporodtak a „lasor” reklámok, ahol szakértő próbál meggyőzni minket. A közvélemény-kutatások szerint ezek a lasor-reklámok nem népszerűek, az emberek unják őket. Viszont hatásosak és ezért elszaporodtak. A mellékút és a társított értékek alkalmazása a terméktől függ.

A harmadik korszakban **nem az elkábítás, hanem a szórakoztatás a cél**. A kötelességtudat ritkán szerepel, a kreativitás gyakrabban.

## A reklám gazdasági szerepe

A reklámok beleolvadtak a mindennapokba, a gazdasági életet már el sem lehet képzelni nélküle. **Minden vállalatnak létérdeke, hogy kapcsolatot találjanak a fogyasztókkal.**

A hirdetések alapvető funkciója az informálás, de befolyásoló funkciót is ellát (hatással van a fogyasztói döntésre).

A reklám segítségével a márkák megkülönböztethetőek a piacon. **Hatással van az árra is (a reklámköltségek megjelennek a termék árában, vállalatok bevételeik 5-15 százalékát reklámra fordítják).**

**Reklámjog** (reklám jogi szabályozása)

A reklámtevékenység **szabályozása törvények, rendeletek, szakmai önszabályozás révén történik.**

## A kereskedelmi reklámokról általában

(„A reklám és a hulladék természetrajza” című anyag alapján, szerző: [Móra Veronika](#), megjelent: [www.humus.hu](http://www.humus.hu))

## Helyzetkép és kórrajz

A kereskedelmi reklám a fogyasztói társadalom "motorja": célja az áru kelendőségének fokozása.

Ennek elérésében a termék tulajdonságait illető tájékoztatás elhanyagolható szerepet játszik (egy-egy mai reklámoknál megfigyelhető, hogy maga a reklám teljesen elszakad a reklámozott tárgytól), a lényeg, hogy a reklám valamilyen viselkedésre rávegyen: jelesül a fogyasztásra, az adott márká kiválasztására a többi közül.

Sokszor, sok reklámon firtogunk, "micsoda ostobaság", de vegyük figyelembe, hogy a reklámnak nem az a célja, hogy tessen. Még ha nem is tetszik, hatást gyakorol ránk, ha másképp nem azért, mert megjegyezzük az adott termék nevét.

Sok esetben azonban azért nem tetszik nekünk egy reklám, mert nem nekünk szól. A reklámkészítés pszichológiai arzenáljának legfontosabb része a kiválasztott célcsoport minél pontosabb meghatározása, szakszóval a célcsoport-szegmentáció, a reklámkészítés a leginkább idő- és pénzigényes szakasza.

Minél pontosabban tudja ugyanis "belőni" a reklám készítője, hogy milyen társadalmi csoporthoz (lakhely, iskolázottság, jövedelem, foglalkozás, életkor stb. szempontjából) szóljon, annál nagyobb esélye van a sikerre.

Ennek oka, hogy a reklám nem magát a terméket, hanem a termékhez kötődő elvárásokat, értékeket adja el.

**Mindenkiben élnek** – részben társadalmilag meghatározott – **elvárások** a megvásárolható termékekkel kapcsolatban, és ez nem korlátozódik a termék:

- **közvetlen tulajdonságaira** (pl. egy gépkocsi esetében a motor teljesítményére, fogyasztására), hanem
- **az általa sugallt benyomásokra, arculatra** (maradva az autó példájánál: erő, státusz, férfiasság, biztonság kifejeződése) is kiterjed.

Sőt ez utóbbiak játsszák a nagyobb szerepet.

A **célcsoport-szegmentáció** során tehát a kiválasztott rétegben az adott termékkel kapcsolatban élő ilyen irányú elvárásokat igyekeznek minél pontosabban feltárni.

Ezt **részben kérdőíves felméréssel**, de főként úgynevezett **fókuszcsoport-eljárással végzik**. Utóbbi esetben a **kiválasztott emberekkel többórás, kiscsoportos üléseken, félig irányított beszélgetésekkel** igyekeznek a **reklámpszichológusok feltárni** a piacra dobni tervezett termékkel kapcsolatos elvárásokat és képzeteket.

Ez utóbbiak természetesen a **különböző társadalmi rétegekben más és más lehet** (pl. a **szegényebbek számára** érthető módon elsődleges szempont **az olcsóság**), míg a **tehetősebbek** ugyanattól a terméktől esetleg azt várják el, hogy az **egészségesebb vagy éppen egyedi legyen**.

Ennek megfelelően – a fókuszcsoport eredményei alapján – fogalmazzák meg azt **az egyedi üzenetet** (szakkifejezéssel: **unique selling proposition, USP**), ami az adott célcsoport szemében **a terméket vonzóvá teszi**.

Egyébként magukat a **termékeket** – látszólag – **az emberek fejében élő elvárásokhoz igazítják**: gyakran ugyanaz a vállalat

- ✓ nagyon **hasonló összetételű és tulajdonságú termékeit**
- ✓ **különböző csomagolásban, áron és márkánév alatt**

**fogalmazza az eltérő célcsoportok elvárásainak teljesítésére.**

Legnagyobb mértékben **azokat a termékeket reklámozzák, amelyek nem "létfontosságúak"**, de amelyeket általában **naponta használunk**, és ezért sokszor veszünk (pl. eldobható pelenka).

Ezeknek is **megvan a maga szakneve: "gyorsan változó fogyasztási cikkek" (fast moving consumer goods, FMCG)**, ahol a gyorsan változó arra utal, hogy **éppen a napi használat miatt egy termék eladása jellegzetes görbét mutat**: gyorsan felfuthat, és le is csökkenhet. Ezeknél meglehetősen **gyakorisággal kell valami újat bevetni** – más csomagolás, valami plusz adalék – annak érdekében, hogy a megújított kampánnyal **az eladásokat tovább lehessen fokozni** (figyeljük meg ezt a folyamatot a reklámok változásának függvényében!).

Az üzenet továbbításában a **reklámok óriási arzenállal rendelkeznek**, és ezeket maradéktalanul ki is használják.

**Ösztöneink, vágyaink, félelmeink szintjén keltenek hatást, és üzenik: a fogyasztás, a termékek által az életben minden probléma megoldható.**

**A leggyakrabban használt pszichológiai eszközök következők:**

- **Figyelemfelkeltés**: lendületes **színek, betűtípusok**, gyors, klipszerű **vágások** a dinamizmus érzetét keltik; az **egyszerű dallamú dalocska és szlogen** könnyen megjegyezhető, belevési agyunkba a **márkanévet**. **Ugyanezt a célt szolgálja a reklám végén a termék nevét, csomagolását bemutató pár másodperces kimerevített állókép is**. Márpedig ha a fogyasztó megjegyzi a termék nevét, az már félsiker: sokkal **nagyobb a valószínűsége, hogy a boltban az ismerős márkához fog nyúlni**.

- **Sok reklám apellál a biztonságra, intimitásra, szeretetre, barátságra, családiasságra** – azaz olyan alapvető érzelmi szükségletekre, amelyek mindenki számára fontos értéket jelentenek. Márpedig ha csak X szappan vagy Y mosópor gondoskodik arról, hogy a gyerekeim biztonságban legyenek, ki ne venné meg?
- **Más célcsoportok számára a felfelé törekvő** (de még nem a csúcson lévő!), **sikeres, hatalommal rendelkező fiatal, szép emberek** megjelenítése lehet hatásos: azoknál, akik maguk is karrierre, társadalmi elismertségre törekszenek. Ebben a közegben egyébként is **fontosak a tárgyak, mint státusszimbólumok a töltőtolltól és a nyakkendőktől kezdve a mobiltelefonig és a terepjáróig.**
- **További eszköz a férfiasság, az erő, illetve a nőiesség, az érzékiség bemutatása,** amelyek alapvető **vágyakat ébresztenek fel** (ennek próbál gátat vetni a reklámtörvény közelmúltban elfogadott módosítása, egyelőre még kérdéses, hogy milyen sikerrel). Ki ne akarna vonzó lenni?
- **A kisgyerekek, aranyos állatok, kabalafigurák** (gyakran megszemélyesítve, emberi tulajdonságokkal felruházva) is erős érzelmeket váltanak ki belőlünk. (Jellemző, hogy a közelmúlt egyik **macskaeledel-kampánya nyomán** jelentősen megnőtt a filmben látható **szürke cirmos macskafajta** iránti kereslet.)
- A fentiekől eltérő, de szintén bevett módszer **a híres emberekkel** (sportolókkal, színészekkel) **való reklámozás.** Ezek a személyek azonosulási mintákat kínálnak az átlagember számára és a hozzájuk hasonulás eszköze az **általuk népszerűsített termék.**
- Egy másik sikeres módszer **a szakmai megalapozottság, a professzionalizmus látszatának keltése.** Figyeljük meg, hogy sok **terméket valamilyen szakemberrel reklámoznak** (pl. vízlágyító és mosógépszerező, leveskocka és mesterszakács), akik **saját tapasztalataikra hivatkoznak.** Márpedig valamennyien szeretnénk profikká válni, és ez úgy lehetséges, ha **ugyanazt az eszközt, árut használjuk, amit a profi.** Ugyanebbe a vonulatba tartozik a **fehérköpenyes kutató** vagy **orvos megjelenítése** (utóbbiak nagyon magas presztízzsel rendelkeznek a hazai társadalomban), illetve a **szakzsargon, az idegen szavak használata** (pl. nanoszóma – ha lefordítjuk egyszerűen nagyon kicsi testecskét jelent), valamint az **(ál)tudományos demonstrációk, grafikonok bemutatása,** amelyek szintén **hitelesség, a tudományos háttér látszatát keltik.**
- **Más reklámok a természethez való kötődésünket aknázzák ki,** azt a látszatot keltve, hogy a termék által **otthonunkba hozhatjuk az érintetlen természetet.**
- **A reklámokban látható különleges élethelyzetek** (pl. hegymászók), az egyéniséget, a különleges teljesítmény elérésének lehetőségét kínálják a termék révén. Más reklámok épp ellenkezőleg nagyon szokványos, de **idealizált helyzeteket** (háztartás) **mutatnak be,** ami szintén a **biztonság, ismerősség, otthonosság** erejével hat (ld. fent).
- Érdemes külön kiemelni a **nemi szerepek és a családmodell kérdését** is. Nap mint nap tapasztaljuk, hogy a reklámokban a **férfiak és nők megjelenítése sztereotip,** a **"hagyományos" felfogást tükrözi: nő buta,** csak a háztartásban leli örömét, **felnevez mindentudó, tanácsokat osztogató férfira.** Talán kevésbé feltűnő, de érdemes megfigyelni a **reklámokban látható családokat,** amelyekben szinte mindig **egy vagy két gyerek van.** Ezeket a célcsoportok elképzeléseinek elvárásainak megfelelően alakítják ki, tehát az emberek fejében élő képekre alapozva, de maguk a **reklámok is visszahatnak a fogyasztáson túlmenően a társadalmi értékek alakulására** is, akár a nemi szerepek bebetonozódása, akár a családok alakulása tekintetében.

A reklámok ilyenén hatásmechanizmusait, az egyes klipek esetén használt speciális módszereket magunk is könnyen felismerhetjük, tudatosíthatjuk, ha **videóra felvesszünk 8-10, főműsor-időben vetített reklámfilm**et, és azokat **végigelemezzük az alábbi szempontok szerint**:

- ✓ **Miről szól a reklám, azaz milyen terméket kíván eladni nekünk** (ez nem minden esetben magától értetődő)?
- ✓ **Kinek szól, ki a lehet célcsoportja?**
- ✓ **Kik szerepelnek benne, milyenek a szereplők** (nemük, életkoruk, foglalkozásuk, társadalmi helyzetük stb.)?
- ✓ **Mit üzen a reklám: mi valósíthatunk meg a termék által? Milyen tulajdonságokkal ruház fel bennünket?**
- ✓ **Milyen feltűnő eszközökkel adja át üzenetét?**

A reklámokhoz kapcsolódnak a **különböző fogyasztáskereső akciók is**:

- ✓ a leértékelések,
- ✓ az ingyenes kóstolók,
- ✓ a termékminták.

Mindezek mögött is **jól megalapozott pszichológiai jelenségek állnak**:

**ha olcsóbban tudunk megvenni valamit, akkor:**

- ✓ **ügyesnek,**
- ✓ **szemfülesnek érezzük magunkat,**
- ✓ **a vásárlást sikerként éljük meg** (miközben oda sem figyelünk arra, hogy a nem akciós termék még akár olcsóbb is lehet).

A **termékkóstolók lényege, hogy ha ingyen kapunk valamit, nagyon erős késztetést érzünk arra, hogy cserébe mi is tegyünk valami szívességet** – ha mást nem legalább veszünk egy dobozzal az adott (a megkóstolt) áruból.

Hasonló mechanizmusra építenek azok az **ügynökök is, akik először csak valami kisebb szívességet kérnek tőlünk** (pl. egy kérdőív kitöltését). Ők tudják, hogy a **kis szívesség után a nagyobb** (pl. a vásárlást) is sokkal **nehezebben tagadjuk meg** (ezt a jelenséget a pszichológiában az **"ajtóba betett láb"** néven ismerik).

A termékmintákkal is így vagyunk: **ha egyszer kipróbáltunk már valamit, nagyon valószínű, hogy meg is fogjuk venni.**

**Érdekes külön is kitérni a reklámok** – azaz a reklámozott termékek – **néhány speciális csoportjára**, ezen belül is különösen:

- ✓ **Dohány- és alkoholreklámok**
- ✓ **Gyermekreklámok**
- ✓ **Gyógyszerreklámok**

## **Dohány- és alkoholreklámok**

Főként az előbbieket **évek óta a viták keresztjében állnak**. A rendszerváltás előtti kategorikus tiltást előbb a félhivatalos elnézés (azaz a rendelet be nem tartása), majd a **reklámtörvény elfogadásával legalizált helyzet váltotta fel.**

A reklámtörvény a dohányreklám engedélyezése mellett azonban meglehetősen széleskörű korlátozásokat is szabott, mind:

- **térben** (iskolák, egészségügyi intézmények környezetében való tiltás), mind pedig
- **a reklám megjelenítésében** (a reklámon nem szerepelhet maga a dohányzás, mint tevékenység stb.), és
- jelenleg is **folynak próbálkozások a további szigorításra.**

Nem véletlen, hogy ma már **minden reklámon jól láthatóan szerepel a figyelmeztető felirat**, amelynek szövegét és minimális méretét (legalább a felület 10 %-a) is a törvény határozza meg,

Betartatásához **nem kell hatósági ellenőrzés**: a **piaci versenytársak árgus szemekkel figyelik egymást**, és a legkisebb szabályszegés esetén is **eljárást indítanak a gazdasági versenyhivatalnál.**

## Gyógyszerreklámok

A rendszerváltás előtti időkben szintén **tiltott kategória volt, ma a recept nélkül kapható termékek széles körben reklámozhatók.**

Legfőbb megkötés itt az **ismert figyelmeztető szöveg**. Jellemző, hogy ennek minimális hosszát (7 sec) is törvényileg kellett meghatározni – talán még emlékszünk az ezt megelőző érthetetlen hadarásokra.

Jól mutatja, hogy mennyire **szükség van a fogyasztóvédelmi szabályozásra**, és azt is, hogy ez ténylegesen mennyire csak a legkirívóbb szélsőségek megnyirbálására alkalmas.

## Gyermekreklámok

A Consumers International nevű nemzetközi szervezet felkérésére két évvel ezelőtt több közép-európai országban **felmérés készült a gyerekeknek szóló reklámok:**

- ✓ **elterjedtségéről,**
- ✓ **mértékéről,**
- ✓ **fajtáiról és**
- ✓ **egyéb jellemzőiről,**

lesújtó tapasztalatokkal.

**Minden országban sok, kifejezetten a gyerekeket megcélzó reklám készül, ennek túlnyomó része élelmiszer- illetve játékreklám.**

Előbbiek túlnyomórészt **édességeket, rágicsákat és üdítőitalokat** népszerűsítene. Minden kategóriában **előfordulnak kifogásolható üzenetek**, amelyek pl. az édességeket egészségesként állítják be, egy játékszerről azt a benyomást keltik, hogy az **repül, mozog** stb., sőt **veszélyes tevékenység közben ábrázolják azokat.**

(Bővebben lásd: Radácsi László: KÖNNYŰ CÉLPONTOK - felmérés a gyermekeknek szóló reklámozásról négy közép-európai országban, Jelkép, dátum??).

Mindezt annak tükrében kell értékelni, hogy **a pszichológiai vizsgálatok tanúsága szerint a gyerekek 11-13 éves kor előtt nem képesek a reklámok értelmezésére.**

**Az óvodások számára a reklám nem válik az előtte-utána vetített mesétől, hanem annak részeként értékeli.**

**A következő korcsoport ugyan már el tudja különíteni a reklámot, de az abban közölteket "névértéken" vesz, és csak kiskamaszok ismerik fel a manipulatív szándékot.**

A **gyermekreklámokon belül is speciális problémakör** az iskolai reklámozás, amelyben a vállalatok olcsó és hatékonyan kiaknázható hirdetési terepet látnak.

Az elmúlt években **több sikeres és sikertelen versenyhivatali eljárás zajlott iskolai kampányok miatt**, és sikerült elérni, hogy a **közoktatási törvény módosítása kitiltsa az iskolából a gazdasági reklámtevékenységet**.

Sajnos **egy kiskapu azért maradt: környezet- vagy egészségvédelmi célú tájékoztatásnak** álcázva továbbra is **léteznek iskolai hirdetések** (bővebben lásd „*Ökológiai fogyasztóvédelem az iskolákban*” című fejezetben).

A fentiekben már röviden szó esett a **reklámok megtévesztő üzeneteiről**. Ha kiindulópontunkat vesszük tekintetbe, **természetesen minden reklám a megtévesztésen alapul**, hiszen **olyan elvárásokkal, képzetekkel élnek**, amelyek:

- ✓ **magában a termékben nincsenek benne,**
- ✓ **csak a fejünkben kapcsolódnak hozzájuk.**

**Vannak azonban olyan hirdetések is**, amelyek ennél egyértelműbb módon **félrevezetik a befogadót**, és ezek megtámadására a törvény előtt lehetőség van.

A **verseny törvény kimondja a fogyasztók megtévesztésének tilalmát**, a szabály megszegői ellen a **Gazdasági Versenyhivatalnál lehet bejelentéssel élni** (bővebben lásd a fogyasztói jogokról szóló fejezetet).

A **reklámaparnak is van etikai kódexe** (lásd: jelen dokumentum-csomag függelékében!), amely szintén **tiltja a megtévesztő tájékoztatást**. Ennek **betartása felett a két hazai szakmai szervezet** – a Magyar Reklámszövetség illetve az Önkorlátozó Reklám Testület – **etikai bizottságai őrködnek**.

**Elmarasztaló véleményüknek jogi következménye sajnos nincs**, csak a cég **hírnevének csökkentése lehet "eredmény"**.

**További hátrány**, hogy a **hatóságokkal és közigazgatási szervekkel szemben a bizottságok működése nem nyilvános**, nem lehet tudni kik, és milyen módon hoznak döntéseket.

**Az állandó figyelemre szükség is van**, hiszen a reklámozás mögött **hatalmas gazdasági érdekek állnak** – magyar reklámpiac évi **170 milliárd Ft-os forgalmat bonyolít!**

Végezetül érdemes kitérni a **társadalmi célú reklámok kérdésére is**.

**Ezek azok a hirdetések**, amelyek **nem eladni kívánnak** valamit, **hanem:**

- ✓ **bizonyos társadalmilag pozitív,**
- ✓ **a közjót szolgáló cselekvésre,**
- ✓ **viselkedésre akarnak rávenni.**

Sajnos, **ennek lehetősége a költségek miatt ma Magyarországon nagyon korlátozott**. A reklámtörvény országgyűlési vitája során történt kísérlet arra, hogy **a reklámbevételek egy részét a jogszabály különítse el a közcélú hirdetések finanszírozására**, a reklámapar hatásos nyomásgyakorlása miatt azonban ez a kezdeményezés hamar elvérzett.

**Országos kereskedelmi csatornán fő műsoridőben fél perc reklámidő akár 4 millió Ft-ba is kerülhet**, így a társadalmi célú reklámok vetítése a tévétársaság jóindulatától függ. Ugyanakkor a **reklámügynökségek számára jó híruk öregbítése szempontjából lassanként presztízskérdéssé válik**, hogy időről-időre egy társadalmi célú reklám elkészítését "játékony" alapon elvállaljanak.

Hosszan lehetne írni a társadalmi célú hirdetések hatékonyságáról (vagy sikertelenségéről), de ezen **oktatási anyag keretei között** inkább azt a kérdést érdemes felvetni, hogy a környezetvédők számára **mennyire elfogadható eszköz ez üzenetük szétkürtölésére?**

Erről évek óta folyik a **vita, és különböző álláspontok vannak a zöld mozgalmon belül is** a kategorikus **elutasítástól az aktív használatig** (pl. Levegő Munkacsoport távfűtést népszerűsítő hirdetése).

A **legfontosabb kérdés**, hogy **ha elutasítjuk a reklámot**, mint a fogyasztásra való serkentés legfőbb eszközét akkor etikus-e, ha mi ugyanezzel az eszközzel élünk?

**Szabad-e a reklámok által is kiaknázott érzelmekre, ösztönökre hatnunk?**

Tartós viselkedésváltozást **csak tudatos választás révén érhetünk el**, ehhez pedig a **meggyőzésre és hiteles tájékoztatásra van szükség**. A reklám pedig erre soha nem lesz képes.

## **Hogyan szabályozza az Európai Unió a reklámokat?**

Az EU-ban tilos megjelentetni:

- ✓ a **meztévesztő vagy meztévesztésre alkalmas**, vagy
- ✓ a **gazdasági-piaci magatartást befolyásoló**,
- ✓ a **versenytársaknak kárt okozó**, vagy
- ✓ erre **alkalmas** (nem ténszerű, az objektív igazságosság követelményeinek nem megfelelő) **reklámokat**.

Az összehasonlító reklám megengedett, ha:

- **hasonló árut hasonlít össze**,
- **nem mossa össze az árujelzőket**,
- **nem kelt rossz hírt**, illetve
- **nem irányul tisztességtelen haszonszerzésre**.

Az ellenőrzés a **tagállamok feladata**.

A **meztévesztő**, valamint az **összehasonlító reklámszabályait** a **gazdasági reklámtevékenységről szóló törvény tartalmazza**.

Az EU a televíziós reklámokat a TV sajátos jellege miatt **külön szabályozza**.

**Hatálya kiterjed a szponzortevékenységeken alapuló:**

- ✓ **tevékenységek szabályozására**,
- ✓ **a hirdetés tartalmára**,
- ✓ **elhelyezésére**,
- ✓ **mennyiségére**.

## **Új uniós szabályok a félrevezető reklámok ellen**

(Megjelent: 2007. december 12. – Euvonal)

**2007. december 12-én léptek hatályba a meztévesztő hirdetési és agresszív értékesítési praktikák elleni szabályozások, amelyek tiltják:**

- **az „ingyenes” ajánlatokat és**
- **a közvetlenül a gyermekeknek szóló,**

- **vásárlásra serkentő internetes hirdetéseket is.**

**Az új irányelv megerősíti a félrevezető hirdetésre vonatkozó uniós normákat is, amelyeket eddig mindössze 14 tagállam ültetett át jogrendjébe.**

**Az új irányelv meghatározza:**

- **a tisztességtelen,**
- **félrevezető és**
- **agresszív gyakorlatokat,**

**biztosítékokat tartalmaz fogyasztók kihasználása ellen, és feketelistát tesz közzé a minden körülmények között tiltott hirdetésekről.**

**A felsorolás több mint 30 gyakorlatot sorol fel, amelyek közül kiemeli a minden körülmények között tiltott, „piszkos tizenkettő”-nek nevezett hirdetési módot.**

**Ide tartoznak többek között:**

- **a csalogató reklámok,**
- **a hamis ingyenes reklámok,**
- **a közvetlenül a gyermekeknek szóló hirdetések,**
- **a gyógyító képességekről szóló valótlan állítást tartalmazó hirdetések,**
- **a rejtett reklámok,**
- **a piramisjátékok,**
- **a hamis nyereséjéjátékok,**
- **a nem kért értékesítés, valamint az is,**
- **ha egy értékesítő azt a hamis benyomás kelti, hogy egy termékkel kapcsolatos értékesítés utáni szolgáltatás elérhető egy az értékesítés helyszínétől eltérő tagállamban is.**

## **A „piszkos tizenkettő”**

- 1.) **Csalogató reklám:** Arra csábítja a fogyasztót, hogy **a reklámozó cégtől nagyon alacsony áron vásároljon egy terméket**, amelyből a cégnek nincs ésszerű készlete raktáron.
- 2.) **Hamis „ingyenes” ajánlat:** Hamisan ingyenes ajánlat benyomásának keltése **a termék „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírásával**, jöllehet a **fogyasztónak fizetnie kell** a kereskedelmi gyakorlat elfogadásának és a termék szállításának, illetve szállíttatásának elkerülhetetlen költségein felül is.
- 3.) **Gyermekek közvetlen felszólítása** arra, hogy vásárolják meg a hirdetett terméket („Vedd meg most!”). **A közvetlen felszólítás a televízióban már tilos**, a feketelista ezt minden médiumra – köztük a legfontosabbra, az internetes reklámra is – kiterjeszti.
- 4.) **Valótlan állítás a gyógyító képességekről**
- 5.) **Reklámciikk (advertorial):** Egy médium szerkesztett tartalmának felhasználása egy termék reklámozására, amikor a kereskedő anélkül fizetett a reklámért, hogy ezt észre lehetne venni.
- 6.) **Piramisjáték:** Olyan piramiselvre épülő **reklámozási rendszer**, amelyben az ellentételezés elsősorban más fogyasztóknak a rendszerbe való bevonásából, és nem a termék eladásából vagy fogyasztásából ered.

- 7.) **Nyeremény:** Olyan **hamis benyomás keltése**, hogy **a fogyasztó díjat nyert**, jóllehet, nincs is díj, vagy a díj feltételeként annak követelése, hogy a fogyasztó pénzt fizessen érte vagy költségeket álljon.
- 8.) **Megtévesztő benyomás a fogyasztók jogairól:** A fogyasztók törvényes jogára vonatkozóan **olyan látszat keltése, mintha az a kereskedő sajátossága lenne.**
- 9.) **Korlátozott ajánlat:** Annak **valótlan állítása**, hogy a termék csak rendkívül korlátozott ideig áll rendelkezésre, hogy így **megfosszák a fogyasztót a tájékozott döntéshez szükséges megfelelő lehetőségtől.**
- 10.) **Az eladás utáni szolgáltatások nyelve:** A fogyasztó számára nyújtott eladás utáni szolgáltatások vállalása és az ilyen szolgáltatásnak kizárólag egy más nyelven történő nyújtása anélkül, hogy ez világosan a vevő tudomására lett volna hozva, még mielőtt az elkötelezi magát az ügylet mellett.
- 11.) **Nem kért értékesítés: Leszállított,** de a fogyasztó által meg nem rendelt termékért **azonnali vagy halasztott fizetés követelése**, illetve azok visszaszállításának vagy megőrzésének követelése.
- 12.) **Egész Európára érvényes garancia: Hamis benyomás keltése**, hogy egy termékkel kapcsolatos **értékesítés utáni szolgáltatás elérhető egy az értékesítés helyszínétől eltérő tagállamban is.**

## Hogyan szabályozza az EU a televíziós reklámokat?

Az EU [89/552/EGK irányelve](#) a televíziós reklámokról kimondja, hogy a TV sajátos jellege miatt **külön kell szabályozni a televíziós reklámokat**, ugyanis **széles tömegeket érintenek**. A TV reklámnak világosnak és egyértelműnek kell lennie.

**Hatálya alá esik:**

- a szponzortevékenységeken alapuló tevékenységek szabályozása, illetve
- a hirdetés tartalma, elhelyezése és mennyisége.

**A közvetett reklám tilos.**

A reklám tartalma:

- **nem sértheti az emberi méltóságot,**
- **nem lehet diszkriminatív,**
- politikai, vallási meggyőződést **nem sérthet,**
- **nem ösztönözheti a környezetvédelem megsértését,**
- **tilos gyermekek felhasználása** (tapasztalatlanságuk kihasználása) annak érdekében, hogy a **szülőket vásárlásra ösztönözzék.**

**Időtartalma: nem lehet több a napi műsoridő 15 %-nál, a programon belül max. 20 %.**

## Tévéreklámok és termékelhelyezés: új uniós szabályok

(Megjelent: 2007. november 29. – EUvonal)

**Új uniós szabályokat fogadott el az EP a televízió reklámokról és a termékelhelyezésről,** miután a képviselők megállapodtak a korábban vitás kérdésekről a Tanáccsal.

**Az új szabályozás lényege:**

- **óránként legfeljebb 12 percet lehet reklámozni,**
- **a műsorokat pedig félóránként lehet majd megszakítani hirdetésekkel.**

## Termékelhelyezés

Az EU az **1997-es „televíziózás határok nélkül” irányelvet** a technológiai és reklámipari változásokhoz igazodva vizsgálta felül.

A jogszabályt a változások miatt **„audiovizuális médiaszolgáltatások” irányelvre keresztelték át,** amelynek **hatálya így kiterjed például az interneten közvetített televíziós programokra is.**

Az EP **csak szigorú feltételekkel és csak bizonyos műsoroknál,** de engedélyezné a **televíziós termékelhelyezést.** Tilos lenne ezzel a hirdetési módszerrel élni híradásokban, ismeretterjesztő, illetve gyermekműsorokban és tanácsadási programokban. A műsor elején és végén, valamint a reklámszünetek után **fel kell hívni a nézők figyelmét arra, hogy az adott programban termékelhelyezéssel találkozhatnak.**

## Reklámszünet félóránként

**Reklámszünetekkel 30 percenként lehet majd megszakítani a tévéfilmeket, filmeket, híradásokat.** (Korábban az Európai Bizottság 35 perces, az EP kulturális bizottsága pedig 45 perces időközöket javasolt.)

**Gyerekműsorok közben nem lehet reklámozni, kivéve, ha a program hosszabb 30 percnél.**

**Egyéb műsortípusok, például a tévésorozatok esetében nem vezetnek be hasonló szabályokat.**

**Összességében óránként legfeljebb 12 percnyi hirdetés mehet adásba.**

**A képviselők arra szólították fel a tagállamokat és a Bizottságot, hogy fogadjanak el egy a gyermekműsorok közben történő reklámozással foglalkozó magatartási kódexet.**

**Ez foglalkozna a gyerekműsorok:**

- **reklámokkal történő megszakításával,**
- **a szponzorálással,**
- **az egészségtelen ételek és italok (például magas zsír-, cukor- sótartalmú élelmiszerek, alkohol) hirdetésével is.**

## **Hogyan szabályozza az EU a dohányreklámot?**

**2005. július 31-én lépett hatályba az EU dohányreklámról szóló irányelve.**

**Az irányelv tiltja a dohányáru reklámozását:**

- ✓ az írott sajtóban,
- ✓ a rádióban és
- ✓ az interneten.

**Az irányelv ezenkívül tiltja a dohánygyárak szponzorként való közreműködését a nemzetközi kulturális és sportrendezvényeken**

## **Megállapodás a határok nélküli televíziózás új irányelvéről**

(Megjelent: 2007. május 25. - EUvonal / MTI)

**Az Unió tagországainak szakminiszterei jóváhagyták az audiovizuális szolgáltatások ágazatának korszerűsítésére irányuló, a határok nélküli médiaszolgáltatásokról szóló EU-jogszabály új változatát.**

**Az 1989-es „határok nélküli televíziózásról” szóló irányelvet felváltó új szabályozás olyan új típusú technológiákra is kiterjed, mint:**

- **az internetes, vagy**
- **mobiltelefon alapú,**
- **nem lineáris**

**médiaszolgáltatás.**

**Az új irányelv, melyre a Parlament és a Tanács is áldását adta (2007. május 24-én), lehetővé teszi, hogy az audiovizuális szolgáltatások ágazata feldolgozza.**

- ✓ **a műszaki fejlődés,**
- ✓ **a piacon zajló folyamatok és**
- ✓ **a konvergencia**

**miatti nézői szokásváltozások okozta változásokat.**

**Az irányelv kiáll az európai audiovizuális modell alappillérei, vagyis:**

- ✓ **a kulturális sokszínűség,**
- ✓ **az európai filmek arányának magasán tartása,**
- ✓ **a kiskorúak védelme,**

- ✓ a fogyasztóvédelem,
- ✓ a média sokféleség és
- ✓ a faji és vallási alapú gyűlölet elleni harc mellett.

Az irányelv emellett közvetlenül ösztönzi az iparági önszabályzást és a társszabályozást.

A jogszabály középpontjában a származási ország elve áll, amely már az 1989-es irányelv eredeti változatának is fontos eleme volt.

Az elv immár azt is biztosítja, hogy a műsorszolgáltatóktól eltérő audiovizuális médiaszolgáltatóknak (például a lekérhető videofilmeket, híreket, sportadásokat, illetve a mobiltelefonra letölthető audiovizuális tartalmakat kínáló szolgáltatóknak) csupán a származási országuk jogszabályainak, és ne 27 eltérő nemzeti jogrendnek kelljen megfelelniük.

Az irányelv célja az is, hogy enyhítse a szabályozásból fakadó terheket, és új reklámozási formák engedélyezésével könnyítse a finanszírozást.

Az új dokumentum az eddiginél rugalmasabban szabályozza a televíziós reklámokat, bár a reklámok időtartama változatlanul egy óra alatt maximum 12 perc lehet, de ennek beosztása a műsor- és filmkészítőkre lesz bízva.

Az irányelv lehetőséget teremt arra, hogy

- a televízió- és mozifilmekben, és
- sportműsorokban

engedélyezzék a termékelhelyezést, míg:

- a hírekben,
- politikai magazinműsorokban és
- gyermekműsorokban

továbbra is tiltják azt.

Ez a kérdés erősen megosztotta a tagállamokat, hiszen a termékelhelyezés jelenleg csak Ausztriában engedélyezett az EU tagországok közül, az összes többi tagállamban tilos.

A megállapodás értelmében végül lehet élni a termékelhelyezéssel, de a műsorszolgáltatóknak kötelező lesz külön figyelmeztetniük a fogyasztókat, amikor ilyen reklámra kerül sor.

Azokon a pontokon, ahol az uniós szabályozás lazult, a direktíva meghagyja a lehetőséget a tagországoknak a nemzeti szabályozás szigorítására.

Viviane Reding, az Európai Unió információs társadalomért és médiaügyekért felelős biztosa a következőket mondta az új szabályozásról: *„Ma döntő lépést tettünk az audiovizuális médiaszolgáltatások tényleges piacának kialakítása és az európai audiovizuális tartalomipar versenyképességének fokozása felé. Korszerűsödő jogszabályaink e fontos darabja átvezeti a huszonegyedik századba az európai audiovizuális politikát, és az ágazatnak is nagy öröme szolgál. Amit ígér: kevesebb lesz a jogszabályi kötöttség, javulnak az európai tartalom finanszírozási feltételei, és jobban érvényre jutnak az európai gondolkodás középpontjában álló értékek, a kulturális sokszínűség és a kiskorúak védelme.”*

Az irányelv még 2007 vége előtt hatályba is lépett, a tagállamoknak ezután 24 hónapjuk volt arra, hogy az új rendelkezéseket átültessék nemzeti jogukba.

Így az audiovizuális iparág korszerűsített keretszabályozása 2009-re teljesedett ki.

## Hogyan szabályozza Magyarország a reklámokat?

Az Országgyűlés 2008 évben – több más, a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos jogszabály módosítása mellett – átalakította az úgynevezett „reklámtörvényt” és emellett új – a kereskedelmet érintő – jogszabályt is alkotott. A két új törvény a következő:

- *A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló új 2008. évi XLVII. törvény, illetve*
- *A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény.*

## A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló (UCP – Unfair Commercial Practices) új 2008. évi XLVII. törvény

Tisztességtelen kereskedelem eddig is volt, kifejezetten ennek tilalmáról szóló hazai törvény eddig még nem. A jogszabállyal **a vásárló jól járhat**, amennyiben a hatóságok és adott esetben a bíróságok megtalálják azt a módot, ahogy a kiszolgáltatót fogyasztó védhető.

## Megtévesztések szankcionálása európai szinten

Az új törvény **megfogalmazza a hatóságok feladatait** és a fogyasztók jogait, amennyiben egy kereskedő tisztességtelenül jár el tevékenysége során a fogyasztóval szemben. A jogszabály angol elnevezéséből fakadó rövidítést (Unfair Commercial Practice – UCP) gyakran itthon is használják a szakemberek, érdeklődők.

## A szabályozás átalakulása 2008. szeptember 1. után

A módosítás jelentősen **átrendezte a hazai, fogyasztóvédelemmel foglalkozó hatóságok eljárási gyakorlatát**. Olyan kérdésekben is eljárhatnak kereskedők, szolgáltatók ellen, amelyek esetén eddig tehetetlenek voltak, pár esetben azonban a korábbinál kevésbé konkrét felhatalmazásokat kapnak.

Amennyiben összességében nézzük a jogszabályt, és ismerjük az előzményeket, akkor megállapítható, hogy **egyes eseteket a GVH már korábban is szankcionált** (Pl.: a fogyasztó megtévesztése – de csak abban az esetben, amikor az bizonyítottan a fogyasztók széles körét érintette), a kisebb csoportokat érintő esetek azonban szankció nélkül maradtak.

## Az eljáró hatóságok

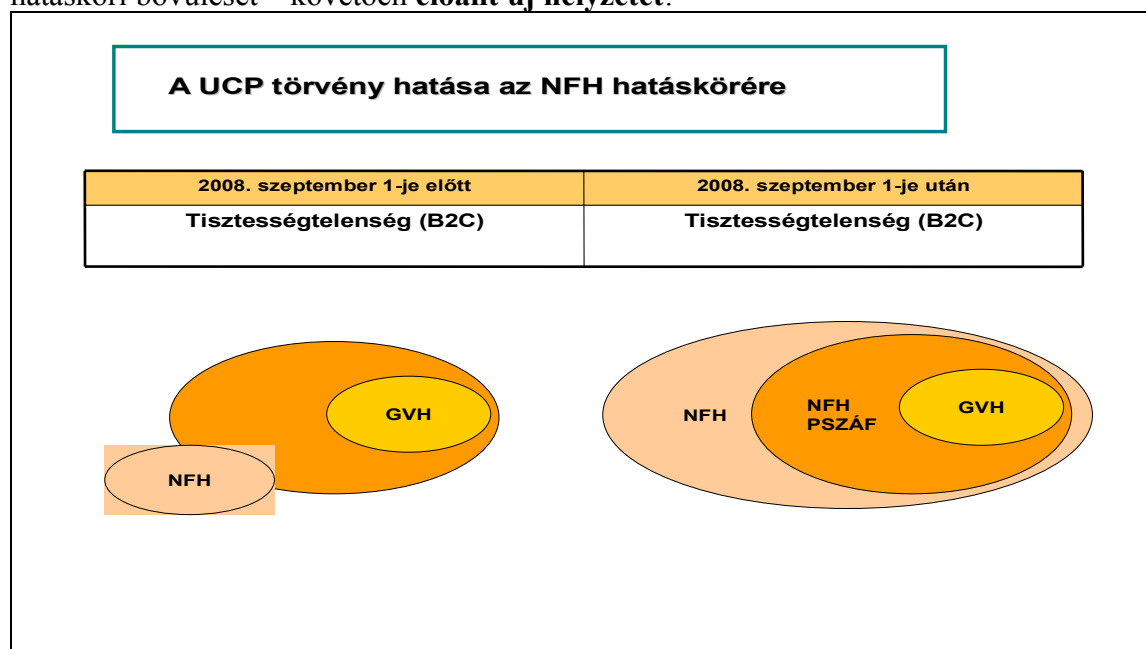
A jogszabály megnevezi azt a **három hatóságot** is, amelyek tisztességtelen kereskedelmi magatartás esetében eljárhatnak, ezek:

- a **Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság** (NFH),
- a **Gazdasági Versenyhivatal** (GVH), illetve
- a **Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete** (PSZÁF).

Az egyszeri fogyasztót az is érdekelheti, **hogy mikor melyik hatóságot kell felkeresnie**, de erre **nem könnyű általános választ adni**, illetve a választ a fogyasztó nem fogja egykönnyen alkalmazni.

**Az új törvény értelmében alapvetően az NFH jogosult eljárni**, ezzel a korábbi szabályozásnál bővebb, kiterjedtebb lett a hatásköre, mert jobban „lefedí” a piacot.

Az alábbi ábra szemlélteti az új törvény hatályba lépését – a fogyasztóvédelmi hatóság hatásköri bővülését – követően **előállt új helyzetet**:



A fogyasztóvédelmi hatóság hatásköre csak relatív értelemben bővült, mert például a feltárt és kifogásolt, az **érintett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat**:

- olyan tevékenységgel függ össze, amelyet a **PSZÁF felügyel** (pl. bankok, biztosítók, pénzügyintézetek), akkor a **felügyelet lesz az eljáró intézmény**;
- a verseny érdemi befolyásolására alkalmas, akkor a **GVH köteles intézkedni**.

Mindenképpen a **Versenyhivatal jogosult eljárni a következő esetekben**:

- amikor a **kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg**;
- ha a **gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg**;
- a **fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul**;
- az **áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlatot legalább három megyében szervezik meg**.

A **hatósági munka koordinálására a három hatóság együttműködési megállapodást kötött**, aminek következtében várhatóan könnyebb, egyszerűbb dolga lesz a fogyasztónak is. Az együttműködés fontos része a **közös adatbázis létrehozása**, amelynek köszönhetően igazán komoly fellépésre lesz lehetőségük a hatóságoknak.

### **A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok**

A **jogszabály pontosan meghatározza azt a kört**, amely tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak számít. **Elsősorban**:

- a **meztévesztő és**
- az **agresszív gyakorlatokat** említi, de ennél talán

➤ **még konkrétabb az a 31 nevesített gyakorlat, amelyet a szabályozás kifejezetten megnevez.**

Ezekben az esetekben **a hatóságoknak nem lesz lehetőségük mérlegelésre, el kell járniuk a kereskedő, szolgáltató ellen.**

**Ezekből az esetekből válogattunk ki pár jellemzőt, amelyek esetében feltételezhetően javulhat a fogyasztók helyzete a törvénynek köszönhetően.**

**Minőségi jelzés, bizalmi jegy vagy hasonló megkülönböztető jelölés jogosulatlan feltüntetése.**

- **Rengeteg olyan minőségi tanúsítvány van, amelyet jogszabály biztosít (vendéglátó üzletek osztályba sorolása, szállodák „csillagos” besorolása), de amennyiben ezt nem tartotta be, a fogyasztóvédelmi hatóság csak figyelmeztethette a vállalkozást, szankciót nem tudott alkalmazni. Ez most megváltozik, hiszen tisztességtelen gyakorlatot folytat, aki négy csillagosnak tünteti fel szállodáját, holott az valóban legfeljebb három csillagosnak felel meg.**

**Az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).**

- **Több olyan egészségügyi, építészeti-építkezési magazin van, ahol szponzoráltak a cikkek, s egy adott technológia, termék vagy módszer előnyeit ecsetelik anélkül, hogy reklámként tüntetnék fel az oldal tartalmát. A gyakorlat rendkívül megtévesztő lehet, hiszen a fogyasztót tudományos vagy annak tűnő állításokkal veszik rá a vásárlásra, a hitelesség érzését a függetlennek tűnő újság is növeli.**

**Annak valótlan állítása, hogy a vállalkozás felhagy a tevékenységével vagy áthelyezi az üzletét.**

- **Ismételten az akciókkal van baj. Budapest belvárosában sem ritka, hogy a „végkiárúsítás”, a „bolt már csak ma van nyitva” és hasonló jelszavakkal csalogatja a vevőket akár több éve folyamatosan. Az említett esetben korábban már a GVH vizsgálódott, de más szakmai ellenőrzés is azt tárta fel, hogy az akcióban szereplő eredeti árakért sosem adtak el cipőt, azok beszerzési ára akár egy-két száz forint, a minősége pedig kritikán aluli: a bőrcipő sosem látott bőrt.**

**Annak valótlan állítása, hogy az áru alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására.**

- **Állandó kritikák ösztüztében a gyakorlat: akik hisznek adott szerek és táplálkozás-kiegészítők „csodaszerségében”, azok összeesküvést kiáltanak. Pedig mindösszesen arról van szó, hogy az adott szerek az immunrendszert erősítik, ellenállóvá teszik a szervezetet, de konkrét gyógyhatással nem rendelkeznek. A gyártók, forgalmazók azonban ezt állítják, ami bizony megtévesztheti a vásárlót. A Versenyhivatal az utóbbi időben több terméket (pl.: Naturlife cseppek, Flavan Naturlife, Flavokid,**

Falavonoid, Flavion, Flavorex), vagy azok **gyártóját is szankcionálta**. Szeptembertől a kisebb, nem igazán elterjedt termékek terjesztőire is bírság várhat.

**A reklámanyagban számla vagy más hasonló, fizetési felszólítást tartalmazó dokumentum küldése azt a hamis benyomást keltve a fogyasztóban, hogy már megrendelte a reklámozott árut.**

- Bár máig élő kormányrendelet mondja ki, hogy a **fogyasztóval nem lehet kifizettetni olyan telefonon, levélben vagy interneten rendelhető árut, amelyet nem rendelt meg**, sajnos továbbra is sokan vannak, akik ilyen módszerekkel, majd később zsaroló, feljelentő fenyegetésekkel próbálnak pénzhez jutni a fogyasztóktól. Az új rendelkezés alapján a **fogyasztó bejelentést tehet, a hatóságok pedig eljárhatnak a cég ellen**. A büntetések remélhetően visszaszorítják a gyakorlatot.

**Reklámban kiskorúak közvetlen felszólítása a reklámozott áru megvételére, illetve igénybevételére, vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőttet, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott árut.**

- Ismét egy olyan gyakorlat, amelyet **már a korábbi jogszabályok is tiltottak**. Az új törvény alapján már konkrét felhatalmazást kapnak a hatóságok arra, hogy a fogyasztói bejelentések alapján **közvetlenül eljárhassanak a gyermekeknek szóló reklámot megrendelő, közléte ellen**. Nemrégiben egy cipőbolt reklámozta úgy magát a rádióban, hogy: *„Anyá, ne táskát vedd! Menjünk az x boltba, s vedd meg nekünk az új cipőket, amivel menők lehetünk a suliban!”* Remélem, nem kerülte el a hatóságok figyelmét.

### **Tisztességtelen a kereskedelmi gyakorlat, ha:**

- a kereskedelmi gyakorlat nem felel meg a szakmai gondosság követelményeinek;
- **megtévesztő a gyakorlat:**
  - valótlan információ közlése,
  - valós tény megtévesztésre alkalmas módon való közlése,
  - jelentős információ elhallgatása,
  - jelentős információ félreérthető, érthetetlen módon való közlése esetén.
- **agresszív a gyakorlat**
  - zaklatás, kényszerítés esetén.
- a jogszabályban felsorolt 31 nevesített esetben illik.

### **Fogyasztói tudatosság**

- ✓ A kereskedelmi gyakorlat megítélése során az **olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni**, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható **figyelmességgel és körültekintéssel jár el**, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve **áru nyelvi, kulturális és szociális** vonatkozásait is.

- ✓ Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.
- ✓ Ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszekenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni

### Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat

amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas

- ✓ az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is;
- ✓ az áru lényeges jellemzői;
- ✓ az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte;
- ✓ az áru igénybevételéhez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny;
- ✓ az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége;
- ✓ az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés;
- ✓ a vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései
- ✓ a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata;
- ✓ az a kereskedelmi gyakorlat, amely más vállalkozással, illetve annak cégnevével, árujával, árujelzőjével vagy egyéb megjelölésével való összetévesztésre vezethet,
- ✓ az olyan magatartási kódexben foglalt követelmény be nem tartása, amelynek a vállalkozás alávetette magát, amennyiben a vállalkozás
- ✓ a követelmény betartására nem csupán szándéknyilatkozat formájában, hanem igazolható módon kötelezettséget vállalt, és
- ✓ a kereskedelmi gyakorlat keretében utal a kódexnek való alávetettségére,

ha ez valamennyi tényszerű körülmény figyelembevételével a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

### Megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- ✓ figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott üzleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt

- elhallgat,
  - elrejt, vagy
  - azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy
  - nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és
- ✓ ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas

### = megtévesztő mulasztás

### Agresszív az a kereskedelmi gyakorlat,

- ❖ amely – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt – **pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással** – akár a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása, akár a fogyasztó zavarása révén – az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy **jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát**, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára és
- ❖ ezáltal a **fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti**, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

### Annak megállapítására, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszív-e, figyelembe kell venni a következőket:

- a kereskedelmi gyakorlat időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama,
- a kereskedelmi gyakorlat során **alkalmazott szóhasználat vagy magatartás fenyegető, félelemkeltő vagy becsmérlő** volta,
- súlyos, a **fogyasztó ítélőképességének korlátozására alkalmas**, a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ismert **körülmény felhasználása** a fogyasztó áruval kapcsolatos döntésének befolyásolására,
- a **fogyasztó szerződéses jogainak** – ideértve a szerződéstől való elállásra, valamint a másik árura vagy vállalkozáshoz való áttérésre vonatkozó jogot is – gyakorlásával szemben támasztott, **indokolatlanul terhes vagy aránytalan, nem szerződéses akadály**,
- **jogellenes cselekménnyel való fenyegetés**

### Tisztességes ez?

Előfordult már veled, hogy tisztességtelen kereskedelmi eljárás áldozatául estél? Hogy nem is tűnt fel?

Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága (EBEFF) kampányt indított, hogy segítsen a fogyasztóknak minél jobban megismerni a jogaikat.

A nemrégiben elfogadott, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló uniós irányelv (UCP) pontosan meghatározza azokat a **kritériumokat**, melyek alapján bizonyos kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelennek tekintendők, továbbá **tartalmaz egy ún. feketelistát** is azokról a **kereskedelmi „praktikákról”, amelyek minden körülmények között tiltottak.**

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok közé tartoznak például a megtévesztő vagy valótlan információkon alapuló reklámok. Az EBEFF új [kampányoldalán](#) részletesen, példákkal illusztrálva ismerhető meg, mi számít a szabályozás szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak.

A kampány minden fogyasztóhoz szól, életkortól függetlenül, elsősorban azonban a legsebezhetőbb fogyasztói csoportokat igyekszik megszólítani (gyermekek és nyugdíjasok).

A kampány középpontjában a [www.isitfair.eu](http://www.isitfair.eu) weboldal áll, amely a kampány angol szlogenjétől („*Is it fair?*”, magyarul: „*Tisztességes ez?*”) kölcsönzi a címét.

Az oldalon a következő lehetőségek érhetőek el:

- **hasznos gyakorlati információk:** segítenek a fogyasztóknak **eldönteni**, hogy egy adott kereskedelmi gyakorlat a törvény értelmében **tisztességtelennek minősül-e**, illetve hogy **mit tudnak tenni** akkor, ha tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat áldozatává váltak.
- **interaktív tanulás:** a weboldal kvíz kérdései segítenek a fogyasztóknak megkülönböztetni egymástól a törvényes és a törvény által tiltott kereskedelmi gyakorlatokat (egyes esetekben elképesztő módszerekkel próbálnak túljárni az emberek eszén!);
- **multimédiás népszerűsítő eszközök:** a feketelistán szereplő **legtisztességtelenebb kereskedelmi gyakorlatokat** – szórakoztató módon – illusztráló animációk.

**A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény** un. „feketelistá”-ját lásd a mellékletben!

## Az új reklámtörvényről

A korábbi szabályozást felváltó új törvény „*A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól*” címet viseli, legtöbb szabálya 2008. szeptember 1-től hatályos, de a régi reklámtörvény is hatályban marad 2009. március 1-ig.

A **dohány reklámozására** és a **szabadtéri reklámhordozókra** vonatkozó **szabályokat** ugyanis **csak ekkortól** kell alkalmazni.

A szabadtéri reklámhordozókon jól olvashatóan **fel kell tüntetni a reklámozó főbb adatait**. 2009. év március 1-től **törölniük kell a direkt marketing névjegyzékekből** azok adatait, akik nem adtak felhatalmazást arra, hogy nekik reklámküldeményeket juttassanak el.

## Alapvető fogalmak

### Gazdasági reklám fogalma:

olyan **közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes:**

- **ingó dolog** – ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket – (a továbbiakban együtt:) **termék,**
- **szolgáltatás,**
- **ingatlan,**
- **vagyoni értékű jog** (a továbbiakban mindezek együtt) **áru**

**értékesítésének** vagy más módon történő **igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás:**

- **neve,**
- **megjelölése,**
- **tevékenysége**

**népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.**

## Általános tilalmak és korlátozások a reklámtörvényben

### Veszélyes magatartás

**Tilos az olyan reklám, amely**

- **erőszakos, illetve a személyes vagy a közbiztonságot veszélyeztető magatartásra ösztönöz.**
- **a környezetet, illetve a természetet károsító magatartásra ösztönöz.**

### Gyermek- és fiatalkorúak védelme

**Tilos az olyan:**

- **reklám, amely a gyermek- és fiatalkorúak fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődését károsíthatja.**
- **gyermek-, illetve fiatalkorúaknak szóló reklám, amely alkalmas a gyermek-, és fiatalkorúak fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy erőszakra, szexualitásra utal vagy azt ábrázol, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus.**
- **reklám, amely gyermek- vagy fiatalkorút veszélyes, erőszakos vagy a szexualitást hangsúlyozó helyzetben mutat be.**

- **reklám, amely a nemiséget súlyosan szeméremsértő nyíltsággal ábrázolja, különösen amelyik nemi aktust vagy nemi szervet nyíltan ábrázol (pornográf reklám).**
- **(Tilos) a szexuális szolgáltatás reklámja.**
- **áru reklámja, amely rendeltetése szerint szexuális ingerkeltésre irányul.**

Nem kell alkalmazni az (1) és (3) bekezdés szerinti tilalmat a szexuális terméken, továbbá a szexuális termékek üzletén belül elhelyezett reklámra. A szexuális termék, illetve a szexuális termékek üzlete fogalmát külön jogszabály állapítja meg.

**Tilos továbbá:**

- **a gyermek-, illetve fiatalkorúak szerencsejátékban való részvételére felszólító reklám.**
- **közzétenni szerencsejátékhoz kapcsolódó reklámot olyan sajtótermékben, amely alapvetően gyermek-, illetve fiatalkorúakhoz szól.**

### **További általános tilalmak**

**Tilos:**

- **az olyan áru reklámja, amelynek előállítása vagy forgalmazása jogszabályba ütközik.**
- **a tudatosan nem észlelhető reklám.**

**Tudatosan nem észlelhető reklám:**

- **olyan reklám, amelynek közzétételekor – az időtartam rövidege vagy más ok következtében – a reklám címzettjére lélektani értelemben a tudatos észleléshez szükséges ingerküszöbnél kisebb erősségű látvány, hang- vagy egyéb hatás keltette inger hat.**

### **Termékspecifikus tilalmak**

**Tilos fegyver, lőszer, robbanóanyag és a közbiztonságra különösen veszélyes eszköz reklámja.**

**Nem kell alkalmazni a tilalmat**

- ✓ **a kizárólag a termék forgalmazásával vagy felhasználásával hivatásszerűen foglalkozó személyek számára szóló szakmai célú reklámra,**
- ✓ **a fegyver vagy lőszer külön jogszabály szerinti fegyverszaküzletben, illetve annak a fegyver, illetve lőszer forgalmazása céljából kialakított elkülönített helyiségében, valamint a külön jogszabály szerint engedélyezett lőfegyver-kiállításon elhelyezett reklámjára, és**
- ✓ **a közbiztonságra különösen veszélyes eszköz kizárólag a külön jogszabály szerinti üzleten belül elhelyezett reklámjára.**

### **További termékspecifikus tilalmak**

**Tilos:**

- ✓ **a külön jogszabályban meghatározott veszélyes eb, továbbá az állatviadal reklámja.**
- ✓ **emberi szervet, szövetet bármilyen felhasználás céljára reklámozni.**

- ✓ a terhesség-megszakítás, a terhesség-megszakítást végző intézmény, arra alkalmas eszköz vagy eljárás reklámja.

**Tilos alkoholtartalmú ital olyan reklámja, amely**

- ✓ gyermek-, illetve fiatalkorúaknak szól,
- ✓ gyermek- vagy fiatalkorút mutat be,
- ✓ alkoholtartalmú ital mértéktelen fogyasztására ösztönöz, vagy negatívan tünteti fel az önmérsékletet, illetve az alkoholfogyasztástól való tartózkodást,
- ✓ az alkohol fogyasztását jobb fizikai teljesítménnyel vagy járművezetéssel kapcsolja össze,
- ✓ olyan benyomást kelt, hogy az alkohol fogyasztása hozzájárul a társadalmi vagy szexuális sikerhez,
- ✓ azt állítja vagy olyan benyomást kelt, hogy az alkoholnak gyógyászati tulajdonsága van, serkentő vagy nyugtató hatású,
- ✓ azt állítja vagy olyan benyomást kelt, hogy az alkohol személyes konfliktusok megoldásának eszköze lehet, vagy
- ✓ a magas alkoholtartalmat az italok pozitív minőségi jellemzőjeként hangsúlyozza.

**Tilos közzétenni alkoholtartalmú ital reklámját**

- ✓ sajtótermék első borítólapjának külső oldalán, illetve – honlap esetén – a nyitó oldalon,
- ✓ színházban vagy moziban 20 óra előtt, illetve gyermek-, illetve fiatalkorúak számára készült műsorszámot közvetlenül megelőzően, annak teljes időtartama alatt és közvetlenül azt követően,
- ✓ egyértelműen játék céljára szánt terméken és annak csomagolásán, és
- ✓ közoktatási és egészségügyi intézményben, továbbá ilyen intézmény bejáratától légvonalban mért kétszáz méteres távolságon belül szabadtéri reklámhordozón.

**Tilos közzétenni dohányáru reklámját („rég” Grtv.)**

**A tilalom kiterjed a dohányáru közvetett reklámjára is. A dohányáru közvetett reklámja különösen az a reklám, amely**

- ✓ a dohányárut közvetlenül nem jelöli meg, de a dohányáruval összefüggésbe hozható bármely más megjelölés vagy árujelző használatával alkalmas a dohányáru reklámozására,
- ✓ a dohányárut más áru elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutatja be,
- ✓ más árut dohányáru elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutatja be.

**Nem minősül dohányáru reklámjának: az olyan áru reklámozása, amelynek:**

- ✓ elnevezése,
- ✓ megjelölése vagy árujelzője valamely dohányáruéval megegyezik,

**ha az áru:**

- ✓ elnevezése,
- ✓ megjelölése vagy
- ✓ árujelzője

**egyértelműen elkülöníthető a dohányáruétól.**

### **A tilalom nem terjed ki**

- ✓ a kizárólag a dohányáru forgalmazóinak szóló szakmai célú reklámra,
- ✓ a dohányáru eladási helyén való bemutatására és árfeltüntetésére,
- ✓ azokra a sajtótermékekre, amelyeket nem az Európai Gazdasági Térség tagállamainak területén nyomtattak és adtak ki, és elsődlegesen nem az Európai Gazdasági Térség tagállamainak területén való forgalmazásra állítottak elő.



A dohányáru sajtótermékben és szabadtéri reklámhordozón való reklámjának tartalmaznia kell: „*A dohányzás súlyosan károsítja az Ön és környezete egészségét*” szövegű általános figyelmeztetést, valamint a dohányáru nikotin- és kátránytartalmát közlő adatokat.

### **Nem nyújtható szponzorálás dohánytermékre vonatkozóan**

- ✓ olyan rendezvényhez, illetve tevékenységhez, amely az Európai Gazdasági Térség több államát érinti vagy azokban zajlik, vagy más módon határokon átnyúló hatással rendelkezik,
- ✓ sport-, kulturális vagy egészségügyi rendezvényhez vagy tevékenységhez,
- ✓ politikai pártok rendezvényéhez vagy tevékenységéhez.

A dohányipari vállalkozás a tárgyévben reklámra és szponzorálásra fordított kiadásainak összegét a tárgyévet követő év március 31-éig honlapján és legalább két országos napilapban közzéteszi.

Tilos közzétenni temetkezési szolgáltatás reklámját egészségügyi intézmény területén, épületének falán és kerítésén, valamint – az erre a célra kijelölt hely kivételével – temető területén.

E korlátozás nem vonatkozik a temetkezési szolgáltatók nevét és telephelyének címét, elérhetőségét, valamint a nyújtott szolgáltatás teljeskörűségére utaló megjegyzést az egyes szolgáltatók megkülönböztetése nélkül, ábécésorrendben tartalmazó, az egészségügyi intézmény információs irodájában elhelyezett tájékoztatóra.

Temetkezési szolgáltatásról szóló reklámban – a szolgáltató honlapján közzétett reklám kivételével – csak a szolgáltató:

- ✓ neve,
- ✓ megkülönböztető megjelölése,
- ✓ elérhetőségének módja és időtartama, valamint
- ✓ a „temetkezés” szó, illetve
- ✓ a nyújtott szolgáltatásoknak és azok díjának tárgyszerű – kegyeleti jogokat nem sértő – felsorolása

tüntethető fel.

### **Direkt marketingre vonatkozó speciális szabályok**

Ha külön törvény eltérően nem rendelkezik, reklám természetes személynek mint reklám címzettjének közvetlen megkeresése módszerével (a továbbiakban: közvetlen üzletszerzés), így különösen elektronikus levelezés vagy azzal egyenértékű más egyéni kommunikációs eszköz útján – a meghatározott kivétellel – kizárólag akkor közölhető, ha ahhoz a reklám címzettje előzetesen egyértelműen és kifejezetten hozzájárult.

Hozzájáruló nyilatkozat bármely olyan módon tehető, amely tartalmazza:

- ✓ a nyilatkozó nevét és lakcímét, illetve – amennyiben a reklám, amelyre a hozzájárulás vonatkozik, csak meghatározott életkorú személyek számára közölhető –
- ✓ születési helyét és idejét, továbbá
- ✓ azoknak a személyes adatoknak a körét,
- ✓ amelyek kezeléséhez a nyilatkozó hozzájárul, valamint
- ✓ a hozzájárulás önkéntes és
- ✓ a megfelelő tájékoztatás birtokában történő kifejezését.

Az (1) bekezdés szerinti hozzájáruló nyilatkozat bármikor korlátozás és indokolás nélkül, ingyenesen visszavonható. Ebben az esetben a nyilatkozó nevét és minden egyéb személyes adatát a nyilvántartásból haladéktalanul törölni kell, és részére reklám a továbbiakban nem közölhető.

Ez alól kivételt képez:

A *postáról szóló 2003. évi CI. törvényben* meghatározott címzett reklámküldeményben reklám természetes személy mint a reklám címzettje részére közvetlen üzletszerzés útján a címzett előzetes és kifejezett hozzájárulásának hiányában is küldhető, a reklámozó és a reklámszolgáltató azonban köteles biztosítani, hogy a reklám címzettje a reklám küldését bármikor ingyenesen és korlátozás nélkül megtilthassa.

Megtiltás esetén az érintett személy részére reklám közvetlen üzletszerzés útján a továbbiakban nem küldhető.

## Nyilvántartás

A reklámozó, a reklámszolgáltató, illetve a reklám közlétevéje a náluk hozzájáruló nyilatkozatot tevő személyek személyes adatairól nyilvántartást vezet.

Az ebben a nyilvántartásban rögzített – a reklám címzettjére vonatkozó – adat csak a hozzájáruló nyilatkozatban foglaltaknak megfelelően, annak visszavonásáig kezelhető, és harmadik fél számára kizárólag az érintett személy előzetes hozzájárulásával adható át.

## Tájékoztatás

A visszavonó nyilatkozat megtételére, illetve a reklám küldésének megtiltására:

- ✓ mind postai úton,
- ✓ mind pedig elektronikus levél útján

lehetőséget kell biztosítani úgy, hogy a nyilatkozatot tevő személy egyértelműen azonosítható legyen.

A reklámhoz kapcsolódóan egyértelműen és szembetűnően tájékoztatni kell a címzettet arról a címről és egyéb elérhetőségről, ahol az ilyen reklámok részére történő közléséhez való hozzájáruló nyilatkozatának visszavonása, illetve a reklám küldésének megtiltása iránti igényét bejelentheti, továbbá ebből a célból a reklámküldeménynek tartalmaznia kell:

- ✓ a lemondást lehetővé tevő,
- ✓ postai úton címzett,
- ✓ térítésmentesen feladható és

- ✓ könyvelt küldeményként,
  - ✓ igazolható módon
- kézbesített válaszlevelet.

# **FÜGGELÉK**

## **Magyar Reklámetikai Kódex (1997)**

### **Előszó**

A Magyar Reklámetikai Kódex azzal a céllal készült, hogy a Magyarországon reklámtevékenységet folytatók szakmai-etikai normagyűjteményeként szolgáljon, és alkalmazásával megvalósuljon az Országgyűlés által a gazdasági reklámtevékenységről szóló törvény előszavában is elismert szakmai önszabályozás.

Az első Magyar Reklámetikai Kódexet a Magyar Reklámszövetség - az egész régióban egyedülálló módon - már 1981-ben létrehozta. Ezzel egy olyan normagyűjtemény született, amely egyrészt a párizsi székhelyű Nemzetközi Kereskedelmi Kamara kódexén, másrészt az akkori társadalmi-gazdasági renden, az abból fakadó körülményeken alapult. A Kódex átdolgozására 1991-ben került sor, amit a rendszerváltás indokolt.

Az Európai Unióhoz való csatlakozás érdekében Magyarország jogharmonizációs kötelezettséget vállalt. Ennek során a reklámszakmát érintő, olyan fontos jogszabályok születtek, mint a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. tv., a tisztességtelen piaci verseny és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. tv., végül a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény.

Az Önszabályozó Reklám Testület által kialakított etikai kódex az új politikai, gazdasági rendszernek megfelelő törvénytervezetek szellemében és a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara legújabb kódexe, valamint az Európai Közösségek Bizottsága által kiadott "Kereskedelmi kommunikáció az egységes belső piacon" című irányelv figyelembevételével készült.

A reklámtörvény elfogadása után nyilvánvalóvá vált, hogy a két meglévő helyett egy új etikai normagyűjteményre van szükség. A reklámszakma közös elhatározásából a Magyar Reklámszövetség Etikai Bizottsága és az Önszabályozó Reklám Testület szakértői elkészítették az új, egységes kódexet

A Kódex általában nem tér ki a törvényi előírásokra, azokat ismertnek tekinti. A Kódex természeténél fogva a jognál részletesebb, olykor szigorúbb megfogalmazásokkal is él. Előfordulhat ugyanakkor, hogy más szakmák, iparágak szakmai-etikai kódexei olyan speciális előírásokat tartalmaznak, melyeket nem reklámszakmai szempontból indokoltak, ezek a jelen normagyűjteményben nem szerepelnek. A Kódexet mind szó szerint, mind szellemében alkalmazni kell.

A Kódexet a reklámszakma szervezetei áttanulmányozták és jóváhagyták. Hatályos a mai naptól, a következő szervezetek közös akaratából:

Budapest, 1997. december 18.

Magyar Reklámszövetség  
Reklám Világszövetség Magyar Tagozata  
Magyarországi Reklámügynökségek Szövetsége  
Magyar Közterületi Reklámszövetség  
Önszabályozó Reklám Testület  
Magyar Lapkiadók Egyesülete  
Márkás Termékeket Gyártók Magyarországi Egyesülete  
Nemzetközi Vállalatok Magyarországi Társasága  
Direkt Marketing Egyesület

### **1. Cikkely**

#### **A Kódex hatálya**

- (1) A Kódex a Magyarországon reklámtevékenységet folytatók gyakorlati, szakmai-etikai normagyűjteménye.
- (2) A Kódex személyi hatálya kiterjed a Reklámszervezetek Érdekegyeztető Tanácsába (RÉT)

tömörült szervezetek tagjaira, és mindazokra, akik a Kódex rendelkezéseinek önként alávetik magukat.

(3) A Kódex tárgyi hatálya a Magyarországon közzétett reklámokra terjed ki.

## **2. Cikkely**

### **Értelmezések**

(1) Amennyiben a Kódex másképp nem rendelkezik, az egyes kifejezések értelmezésére a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 2. § fogalmi rendszere, valamint a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény 2. § fogalmi rendszere az irányadó.

(2) A Kódex alkalmazása során a reklám fogalmát a gazdasági reklámtevékenységről szóló törvényben megfogalmazottakon túl ki kell terjeszteni egyrészt a társadalmi célú reklámra, másrészt a támogatással (szponzorálással) szerzett nyilvánosságra és a vásárlásösztönzés eszköztárára (pl. termékminta, kóstoló, jutalom, nyereményakció) is.

(3) Annak elbírálására, hogy a reklám a Kódex előírásainak megfelel-e, az egyes megjelöléseknek, kifejezéseknek a mindennapi életben, illetve az adott szakmában általánosan elfogadott jelentése az irányadó.

(4) A reklám megítélésénél figyelembe kell venni, hogy milyen hatást gyakorolhat a társadalomra, tekintettel a közzététel módjára és helyére. A reklámeszközök eltérő jellege miatt az a reklám, amely az egyik reklámeszközön közzétéve nem kifogásolható, nem fogadható el szükségképpen más reklámeszközön való megjelentetésekor is.

## **3. Cikkely**

### **Alapelvek**

(1) A reklámnak törvényesnek, tisztességesnek és igaznak kell lennie.

(2) A reklámot társadalmi felelősségérzettel kell elkészíteni.

(3) A reklámnak meg kell felelnie a tisztességes verseny általánosan elfogadott alapelveinek.

(4) A reklámozásban követni kell a társadalom általánosan elfogadott erkölcsi-etikai normáit, valamint a közízlést.

(5) Egyetlen reklám sem ronthatja a reklámszakma hírnevét, illetve nem ingathatja meg a reklámtevékenységbe vetett közbizalmat.

(6) A reklámszakma szereplői és szervezetei - a reklámszakmai önszabályozás keretei között - a kereskedelmi szólásszabadság mindenkori érvényesítése érdekében lépnek fel.

## **4. Cikkely**

### **Általános tárgyi és motivációs reklámtilalmak, korlátozások**

(1) A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatást, amelyek sértik a társadalom általánosan elfogadott erkölcsi-etikai normáit.

(2) A reklám nem élhet vissza a fogyasztó bizalmával, nem használhatja ki tapasztalatlanságát, hiszékenységét vagy tudatlanságát.

(3) Természeti értékek, történelmi, tudományos, kulturális értékek, emlékek reklámban való alkalmazása nem sértheti azok megbecsülését.

(4) A reklám nem sérthet semmilyen világnézeti, ezen belül vallási meggyőződést. Vallási jelképek, motívumok a reklámban kizárólag a jó ízlés határai között és a tárgyhoz illő módon használhatók fel.

(5) A reklám nem tartalmazhat népek, nemzetiségek, etnikumok vagy nemek közötti hátrányos megkülönböztetést, illetve nem támogathat ilyen nézeteket.

(6) Nemzetek jelképei a reklámban - elsősorban termékek, szolgáltatások eredetének megjelölésére való utalásként - a jó ízlés határai között használhatók fel. A Magyar Köztársaság nemzeti jelképeinek használatáról törvény rendelkezik.

Az egyes megyék, települések jelképei csak az illetékes önkormányzat előzetes engedélyével használhatók fel a reklámban.

Mіндеzen jelképek használata során meg kell őrizni azok tekintélyét.

(7) A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatást, amely agresszív, erőszakos vagy törvénybe ütköző cselekedeteket ösztönöz, támogat vagy igazol.

(8) A társadalmi célú reklám kivételével a reklám nem kelthet félelmet.

**(9)** A reklám nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatást, amely az emberi élet, az egészség vagy a testi épség veszélyeztetését, a környezet károsítását, az állatok kínzását ösztönzi, támogatja vagy igazolja.

**(10)** Gyógyszerek, gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítmények reklámja nem tartalmazhatja egészségügyi szakemberek és szervezetek ajánlását. Egészségügyi cikkek, gyógyhatású élelmiszerek, kozmetikumok reklámja nem élhet vissza az egészségügyi szakemberek és -szervezetek iránti bizalommal.

**(11)** Tilos a reklámozásban az erotika, a szexualitás öncélú - a reklám tárgya, témája által nem indokolt - felhasználása. Az emberi testnek a jó ízlés határai között történő ábrázolása nem kifogásolható.

**(12)** Pornográf tárgyak, eszközök, szolgáltatások reklámozása csak megfelelően célzott módszerekkel, reklámeszközökkel, helyszíneken történhet.

**(13)** A reklám nem tartalmazhat tudatosan nem észlelhető elemeket.

## **5. Cikkely**

### **A félrevezető reklám tilalma**

**(1)** A reklám nem tartalmazhat olyan elemet, és nem kelthet olyan összhatást, amely közvetve vagy közvetlenül félrevezetheti, megtévesztheti a fogyasztót vagy befogadót, különös tekintettel az alábbiakra:

**a)** termék/szolgáltatás olyan tulajdonságai, mint: jelleg, összetétel, árujelzők, eredet megjelölés, származási hely, használhatóság, a gyártás ideje és módja, a felhasználhatóság köre, egészségre és környezetre gyakorolt hatása, mennyisége;

**b)** az áru értéke és a ténylegesen kifizetendő teljes ár, annak összetevői, pl. szállítási-, posta-, illetve egyéb költség;

**c)** a fizetés egyéb feltételei, pl. lízing, részletfizetés, hitelre történő vásárlás;

**d)** szállítás, garanciális feltételek, pl.: csere, visszavétel, javítás, karbantartás;

**e)** az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülmények, pl. nyereményakció, jutalom, ajándék, csomagolás;

**f)** hivatalos minősítés és jóváhagyás, pl. díjak, kitüntetések és bizonyítványok elnyerése;

**(2)** A reklám nem helyettesíti és nem is helyettesítheti a vásárlási, illetve a szolgáltatási szerződés részleteinek megismerését és tudomásulvételét.

**(3)** A reklám nem élhet vissza kutatási eredményekkel, illetve műszaki s tudományos kiadványokból vett idézetekkel. Tilos a tudományos eredmények és kifejezések megtévesztő felhasználása.

**(4)** A reklámban a fogyasztót pontosan és hitelesen tájékoztatni kell a kedvezmények és csereakciók feltételrendszeréről vagy azok elérhetőségéről.

**(5)** Az olyan termék vagy szolgáltatás reklámozása során, ahol az értékesítés módjából adódóan a fogyasztó kizárólag a reklám alapján dönt (pl. csomagküldés), a reklámozónak különösen nagy figyelmet kell fordítania a pontos és részletes tájékoztatásra.

**(6)** Új vagy jelentős változáson átesett termék, szolgáltatás reklámjában az "új" kifejezés a termék, szolgáltatás életgörbéjéhez képest csak ésszerű ideig szerepeltethető.

**(7)** Ha a gazdasági reklám arra hivatkozik, hogy a reklámozott termék vagy szolgáltatás megvásárlása közérdekű vagy jótékony célt szolgál, egyértelműen közölnie kell, hogy a reklámozó mit, vagy a bevételnek milyen hányadát fordítja a megjelölt célra.

**(8)** A társadalmi célú reklám megrendelőjét a reklámban jól felismerhetően meg kell nevezni.

**(9)** Az olyan társadalmi célú reklámnak, amely anyagi támogatásra, adományozásra való felhívást tartalmaz, világosan és egyértelműen meg kell jelölnie a kibocsátó szervezet nevét és a beérkező adományok rendeltetését.

**(10)** A társadalmi célú reklám csak a valós veszélyhez illő mértékben kelthet félelmet.

## **6. Cikkely**

### **Az összehasonlító reklám szabályai**

**(1)** Az összehasonlító reklám tartalmazó reklámnak meg kell felelnie a tisztességes verseny követelményeinek.

**(2)** Az összehasonlított termékek, szolgáltatások azonos jellegűek legyenek, és a különbségeket a fogyasztó számára érthető módon közölgjék.

(3) Az összehasonlítás legyen tárgyyszerű és terjedjen ki az összehasonlított termékek, szolgáltatások lényeges tulajdonságaira (pl. minőségi-, használati jellemzők, ár).

(4) Az összehasonlító reklámban közölt adatok legyenek elfogulatlan és szakszerű vizsgálattal egyértelműen bizonyíthatók.

## **7. Cikkely**

### **A reklám azonosíthatósága**

(1) A reklámnak megjelenési formájától és a használt reklámeszköztől függetlenül világosan felismerhetőnek kell lennie, ha a reklám olyan reklámeszközben jelenik meg, amelyik híreket, szerkesztőségi anyagokat, vagy műsort tartalmaz, akkor azt úgy kell közzétenni, hogy annak hirdetés jellege egyértelműen kiderüljön.

(2) Társadalmi célokra a gazdasági reklám is hivatkozhat, azonban ilyenkor is egyértelműen ki kell tűnnie a reklám gazdasági jellegének.

(3) A támogató (szponzor) nevét vagy az általa megnevezni kért márkanévet, védjegyet, megjelölést úgy kell nyilvánosságra hozni, hogy a támogatás (szponzorálás) tényéről a szponzorált kiadvány, műsor, rendezvény stb. minden résztvevője, nézője, olvasója, hallgatója tudomást szerezhessen.

## **8. Cikkely**

### **A reklám érthetősége, az anyanyelv védelme**

A reklám tartalmában, vizuális elemeiben, hangzásában, megfogalmazásában, illetve idegen nyelvű elemek alkalmazásával nem kelthet olyan összhatást, amely nem érthető világosan, félreérthető vagy a magyar nyelv szabályait, tisztaságát sérti.

## **9. Cikkely**

### **A hitelrontás tilalma**

A reklám nem támadhatja vagy ronthatja más vagy más termékének, szolgáltatásának hitelét sem közvetetten sem közvetlenül.

## **10. Cikkely**

### **Az árumegjelölések és a reklámötletek védelme**

(1) Tilos a reklámban jogosulatlanul olyan nevet, megjelölést vagy árujelzőt használni, amelyről más, illetve más termékét vagy szolgáltatását szokták felismerni.

(2) A reklám nem hasonlíthat annyira más reklámok általános megjelenéséhez, szövegéhez, szlogenjéhez, vizuális megjelenítéséhez, zenéjéhez és hangeffektusaihoz, hogy az félrevezető legyen vagy félreértésre adjon okot.

## **11. Cikkely**

### **A személyiségi jogok védelme**

(1) A reklám nem használhatja fel jogosulatlanul valamely személy nevét, képmását, hangfelvételét, nyilatkozatát.

(2) A reklám nem sértheti a már nem élő személyeket megillető történelmi vagy kulturális megbecsülést, illetve általában a kegyeleti érzést.

(3) Kizárólag a fogyasztó/befogadó előzetes hozzájárulásával történhet reklámozás telefonon, telefax, e-mail útján.

## **12. Cikkely**

### **Gyermekek és fiatalok védelme**

(1) A gyermekeknek, fiatalkorúaknak-, vagy gyermekek és fiatalkorúak szerepeltetésével készült reklám nem tartalmazhat olyan kijelentést, vizuális megjelenítést, vagy hangeffektust, amely szellemileg, erkölcsileg és fizikailag a kárukra lehet, kihatással a hiszékenységet, tapasztalatlanságukat és érzésvilágukat.

(2) A reklám nem vezethet a gyermekekben olyan tudat kialakulására, hogy ha a reklámozott árut nem vásárolnák meg, akkor szegénykezniük kellene vagy hátrányba kerülnének.

- (3) A reklám nem sértheti a gyermek- és fiatalkorúak előtt a szülők és a nevelők tekintélyét, és nem bízthat velük szembeni engedetlenségre.
- (4) A reklám nem használhatja ki tisztességtelenül a gyermek- és fiatalkorúak szülők, nevelők iránti bizalmát.
- (5) A gyermekkorúakhoz szóló reklám nem indíthatja őket arra, hogy bármilyen okból számukra ismeretlen személyekkel kapcsolatot keressenek vagy létesítsenek.
- (6) Gyermekes és fiatalkorúak nem szerepeltethetők az olyan termékek, szolgáltatások reklámjában, amelyek reklámozására alapvetően alkalmatlanok.
- (7) Egészségre ártalmas termék nem reklámozható a gyermekeknek vagy fiatalkorúaknak készült reklámban, illetve ilyen reklámokban nem szerepeltethetők gyermekek és fiatalkorúak.
- (8) Közoktatási intézményekben reklámozni csak az intézmény vezetőjének engedélyével szabad. Az engedélyeztetési kötelezettség a reklámozott termék, szolgáltatás jellegére, a reklám tartalmára, a reklámozás módszerére és a közzététel helyére egyaránt vonatkozik.

### **13. Cikkely**

#### **A szavatosság, jótállás (garancia) szabályai**

- (1) A reklám nem hivatkozhat olyan szavatosságra vagy jótállásra, amely a fogyasztónak nem nyújt több jogot, mint maga a jogszabály.
- (2) Amennyiben a reklám garanciára hivatkozik, a reklámból a garancia tartalmának világosan ki kell tűnnie.

### **14. Cikkely**

#### **Felelősség a reklámért**

- (1) A Kódex szabályainak betartásáért elsősorban és mindenre kiterjedően a reklámozó felelős.
- (2) Amennyiben a Kódex alkalmazása szempontjából a reklámozó kiléte nem állapítható meg, vagy a reklámozó bizonyítja, hogy a Kódex szabályainak megsértésében vétlen, a reklámszolgáltató és a közvétevő is felelős a reklámért.
- (3) A reklámszolgáltatónak a reklám elkészítésénél-, a reklám közvétevőjének a közzétételnél úgy kell eljárnia, hogy a reklámozó helytállási kötelezettségének teljesítését lehetővé tegye.

## **A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény**

### **A „feketelista”:**

1. Annak valótlan állítása, hogy a vállalkozás magatartási kódex aláírója.
2. Annak valótlan állítása, hogy a magatartási kódexet valamely közigazgatási hatóság vagy közigazgatási jogkör gyakorlására feljogosított szerv jóváhagyta.
3. Minőségi jelzés, bizalmi jegy vagy hasonló megkülönböztető jelölés jogosulatlan feltüntetése.
4. Annak valótlan állítása - akár önmagában az árunak a kereskedelmi kommunikációban való megjelenítése által -, hogy a vállalkozást, annak kereskedelmi gyakorlatát vagy áruját valamely közigazgatási hatóság, közigazgatási jogkör gyakorlására feljogosított szerv vagy erre feljogosított magánjogi jogi személy engedélyezte, jóváhagyta vagy elismerte, vagy ilyen állítás az engedélyezési, jóváhagyási, illetve elismerési feltételeknek való megfelelés nélkül.
5. Áru meghatározott áron való vásárlására felhívás annak elhallgatásával, hogy a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni - az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel - megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni (csalogató reklám).
6. Áru meghatározott áron való vásárlására felhívás, majd
  - a felhívásban szereplő áru fogyasztóknak való bemutatásának visszautasítása,
  - az árura vonatkozó megrendelés felvételének vagy az áru ésszerű időben való szolgáltatásának visszautasítása, vagy
  - hibás példány bemutatásaegy másik áru eladásösztönzésének a szándékával (bait-and-switch reklám).
7. A fogyasztó azonnali döntéshozatalra készítése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.
8. Az értékesítést követően teljesítendő szolgáltatás vállalása úgy, hogy a szerződés megkötése előtt a vállalkozás nem a letelepedésének helye szerinti tagállam hivatalos nyelvén tart kapcsolatot a fogyasztóval, majd - anélkül, hogy a szerződéskötés előtt erre a fogyasztó figyelmét egyértelműen felhívta volna - a szolgáltatásnak kizárólag egy ettől eltérő nyelven való elérhetővé tétele.
9. Annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése - akár önmagában az árunak a kereskedelmi gyakorlatban való megjelenítése által -, hogy az áru jogszerűen forgalmazható.
10. A fogyasztók törvényes jogainak olyanként való bemutatása, mintha azok a vállalkozás ajánlatának sajátosságai lennének.
11. Az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).
12. Valótlan tény állítása a fogyasztó vagy családja személyes biztonsága fenyegetettségének természetére és mértékére vonatkozóan, arra az esetre, ha a fogyasztó nem vásárolja meg az árut.
13. Meghatározott vállalkozás által előállított áruhoz hasonló áru reklámozása olyan szándékosan megtévesztő módon, hogy a fogyasztó azt gondolhatja, hogy az árut - a valóságtól eltérően - ugyanaz a vállalkozás állította elő.
14. Piramis-elvre épülő olyan eladásösztönző rendszer létrehozása, működtetése vagy támogatása, ahol a fogyasztó azzal a lehetőséggel számol, hogy - elsősorban további fogyasztóknak a rendszerbe való beléptetéséből, és kevésbé az áruk értékesítéséből vagy fogyasztásából eredően - valamilyen juttatásban részesülhet.
15. Annak valótlan állítása, hogy a vállalkozás felhagy a tevékenységével vagy áthelyezi az üzletét.
16. Annak állítása, hogy az áru megkönnyíti a szerencsejátékokban való nyerést.
17. Annak valótlan állítása, hogy az áru alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására.

18. Téves tényyszerű információ közlése a piaci feltételekről vagy az áru fellelhetőségének lehetőségeiről azzal a szándékkal, hogy a fogyasztót az árunak a szokásos piaci feltételeknél kedvezőtlenebb feltételek melletti megvételére, illetve igénybevételére bírja rá.
19. A kereskedelmi gyakorlat keretében verseny vagy díj meghirdetése anélkül, hogy a meghirdetett díjak vagy azok helyett más ésszerű megfelelő kiosztásra kerülne.
20. Az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.
21. A reklámanyagban számla vagy más hasonló, fizetési felszólítást tartalmazó dokumentum küldése azt a hamis benyomást keltve a fogyasztóban, hogy már megrendelte a reklámozott árut.
22. Annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése, hogy a vállalkozás nem a saját vállalkozásával, gazdasági tevékenységével vagy szakmájával összefüggő célból jár el, vagy egyébként hamisan fogyasztóként való fellépés.
23. Olyan hamis benyomás keltése, hogy az áruval kapcsolatban az értékesítést követően teljesítendő szolgáltatás biztosított az értékesítés helyétől eltérő tagállamban.
24. Olyan benyomás keltése a fogyasztóban, hogy nem hagyhatja el az üzlethelyiséget, amíg nem köt szerződést.
25. A fogyasztó személyes felkeresése a lakóhelyén, figyelmen kívül hagyva annak távozásra és vissza nem térésre felszólító kérését.
26. Telefonon, távmásolón (telefaxon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz útján ismétlődően és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése, kivéve amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges.
27. Biztosítási szerződésen alapuló követelést érvényesíteni kívánó fogyasztótól olyan iratok bemutatásának megkövetelése, amelyek a követelés megalapozottságának megítélése szempontjából ésszerűen nem tekinthetők lényegesnek, vagy a fogyasztó vonatkozó írásbeli megkeresésére a válaszadás rendszeres elmulasztása azzal a céllal, hogy ez visszatartsa a fogyasztót szerződéses jogainak gyakorlásától.
28. Reklámban kiskorúak közvetlen felszólítása a reklámozott áru megvételére, illetve igénybevételére vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőttet, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott árut.
29. Azonnali vagy halasztott fizetés követelése a vállalkozás által szállított vagy nyújtott áruért, illetve az áru visszaszolgáltatásának vagy megőrzésének követelése, ha azt a fogyasztó nem rendelte meg (nem kért értékesítést), kivéve, ha a szerződésnek megfelelő helyettesítő áruval van szó.
30. A fogyasztó kifejezetten arról való tájékoztatása, hogy ha nem vásárolja meg az adott árut, veszélybe kerül a vállalkozás vagy alkalmazottja munkája vagy megélhetése.
31. Olyan hamis benyomás keltése, hogy a fogyasztó már megnyert, meg fog nyerni, vagy meghatározott cselekmény megtétele révén fog megnyerni egy nyereményt vagy egyéb előnyhöz jutni, miközben valójában nincs ilyen nyeremény, illetve előny, vagy a nyeremény, illetve egyéb előny érvényesítése, illetve igénybevétele a fogyasztó számára meghatározott pénzüsszeg megfizetéséhez vagy költségek viseléséhez kötött

## MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ

**Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

Számos dolgot tehetünk, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak** egyes helyekre vagy egyes szervezetekhez úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarország/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarország/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.

**11. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**

**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**

**Téma: mi a környezetvédelem, a környezetvédelem és a fenntartható  
fejlődés, a környezettudatos vásárló,  
miről „árulkodnak” a környezetvédelmi  
jelölések a különböző címkéken**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült:** a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmatisítása tudatos  
fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében

*„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP  
5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program*

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	<b>A foglalkozás tárgya, témája: környezetvédelem, a fenntartható fejlődés, a környezettudatos vásárló</b>	
1.	<b>A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Környezetvédelemhez kapcsolódó fogalmak. Az EU környezetvédelmi politikája</b>	<b>0-10 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
2.	<b>A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Környezetvédelem – fenntartható fejlődés. A környezetvédelem kialakulása. A fenntartható fejlődés koncepciója. Globális környezeti problémák Az EU környezetvédelmi előírásai</b>	<b>11-25 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva: előadás + vita</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Környezettudatos vásárlás, mint a megelőzés eszköze. Tudatos vásárlóvá válás. Környezeti jelzések, logók</b>	<b>26-40 perc</b>
	<b>Javaslat a feladat megoldására, feldolgozására</b>	<b>interaktív módon az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába</b>	
4.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK és ami mögöttük va</b>	<b>41-45 perc</b>
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA: VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

## **TARTALOMJEGYZÉK:**

### **Környezetvédelem**

**A környezet fogalma**

**A környezetvédelem fogalma**

**A környezet elemei**

**Veszélyes anyagok és technológiák védelme**

**Az Európai Unió környezetvédelmi politikája:**

**Környezetvédelem – fenntartható fejlődés**

**A környezetvédelem kialakulása**

**A fenntartható fejlődés koncepciója**

**Globális környezeti problémák**

**Néhány jellemző adat földünk globális környezeti problémáiról**

**Az Európai Unió környezetvédelmi előírásai**

**... hogy ne legyen néma a tavasz!**

**Környezettudatos vásárlás mint a megelőzés eszköze**

**Amit mi is megtehetünk**

**További javaslatok a tudatos vásárlóvá váláshoz**

**Környezeti jelzések, logók**

**Amivel lehet élni és lehet visszaélni.**

**A környezeti jelzések rendeltetése, jelentése**

**A magyar környezeti jelzés szabályozása (a „Cédrus”)**

**A környezeti védjegyek jelentősége**

**Külföldi hivatalos környezeti jelzések**

**Kék angyal” (a német jelzés)**

**Az osztrák logó**

**Az „Eurovirág” (az EU jelzése)**

**Egyéb iparági (nemzetközileg használt) jelölések**

**Naturtextil**

**TransFair**

**IFOAM**

**Ionizáló sugárral kezelt élelmiszer**

**Génkezelt élelmiszer**

**Újrafelhasználásra utaló jelzések**

**Körbenyilak” műanyagokhoz**

**„Maszek logók”**

**„Der Güne Punkt”– a zöld pont jelölés**

**Módszertani útmutató**

## JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:

- 1.) Mi a környezetvédelem és mi a célja?
- 2.) Mi a különbség a környezet és a környezetvédelem között?
- 3.) Melyek a környezet elemei?
- 4.) Mire terjed ki a veszélyes anyagok és technológiák védelme?
- 5.) Mit tartalmaz az Európai Unió környezetvédelmi politikája?
- 6.) Milyen formában kapcsolódik a környezetvédelem és a fenntartható fejlődés?
- 7.) Mit tartalmaz a fenntartható fejlődés koncepciója?
- 8.) Melyek a globálisnak minősített környezeti problémák?
- 9.) Mit tartalmaznak az Európai Unió környezetvédelmi előírásai?
- 10.) Mitől lehet környezettudatos a vásárlásunk?
- 11.) Milyen javaslatokat kell megfogadnunk ahhoz, hogy tudatos vásárlóvá váljunk?
- 12.) Mi a környezeti jelzések rendeltetése, jelentése?
- 13.) Mi a környezeti védjegyek jelentősége?
- 14.) Melyik és mit fejez ki a magyar környezeti jelzés, a cédrus?
- 15.) Melyek a külföldi hivatalos környezeti jelzések és mit jelentenek?
- 16.) Melyek az újrafelhasználásra utaló jelzések és mit jelentenek?

**Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.**

**„A felkészült fogyasztó a legvédettebb fogyasztó”**

## Környezetvédelem

(A Wikipédiából, a szabad enciklopédiából.)

A környezetvédelem egy társadalmi tevékenység, amely az emberi **társadalom** által saját **ökológiai létfeltételeiben** (saját maga által) okozott károsodások megelőzésére, **a károk mérséklésére vagy elhárítására irányul.**

A környezetvédelem éppen ezért **nem azonos a természetvédelem fogalmával**, bár a két tevékenység között **jelentős átfedés van.**

A **környezetvédelem az ember által okozott**, vagy **okozandó** (megelőzni mindig olcsóbb!) **kár minimalizálását** jelenti a természetes és mesterséges (épített) környezet, azaz az ember érdekében.

A **természetvédelem célja** a Bioszféra állapotának, működőképességének, biodiverzitásának (biológiai sokféleségének), valamint ezzel összefüggésben az élőhelyeknek és a természeti tájnak a megőrzése, károsodásainak megelőzése, mérséklése vagy elhárítása.

A **természetvédelem feladata** elsősorban a tudományos és kulturális szempontból kiemelkedő jelentőségű értékek védelme, megőrzése.

**Tágabb értelemben** a természettel való – az ember hosszú távú érdekeit is figyelembe vevő – **gazdálkodást jelenti.**

## A KÖRNYEZET FOGALMA

A környezet védelmének általános szabályairól szóló 1995. évi LIII. törvény értelmében:

*„A környezet a környezeti elemek, azok rendszerei, folyamatai, szerkezete”.*

**Az Európa Tanács Luganoi Egyezménye értelmében:**

*„A környezet magába foglalja a természetes erőforrásokat, legyenek azok élők vagy élettelenek, mint amilyen a levegő, a víz, a talaj, a flóra és a fauna és mindezek közötti kölcsönhatások- ugyancsak idetartoznak mindazon vagyontárgyak, amelyek a kulturális örökség részeit alkotják, illetve a tájkép meghatározó jellemzői.”*

## A KÖRNYEZETVÉDELEM FOGALMA

A környezet védelmének általános szabályairól szóló 1995. évi LIII. törvény értelmében:

*„A környezetvédelem olyan tevékenységek és intézkedések összessége, amelyeknek célja a környezet:*

- ✓ *veszélyeztetésének,*
- ✓ *károsításának,*
- ✓ *szennyezésének megelőzése,*
- ✓ *a kialakult károk mérséklése vagy megszüntetése,*
- ✓ *a károsító tevékenységet megelőző állapot helyreállítása.”*

**Megkülönböztetünk: extenzív és intenzív módot**

### AZ EXTENZÍV KÖRNYEZETVÉDELEM

A környezetvédelemnek azt a formáját tekintjük **extenzív környezetvédelemnek**, amikor a **szennyező technológia káros hatásainak megszüntetésére jön létre a szennyező**

folyamathoz közvetlenül vagy áttételesen kapcsolódó környezetvédelmi technológiai rendszer. (Csak egy bizonyos pontig hatásos!)

#### **AZ INTENZÍV KÖRNYEZETVÉDELME:**

- ✓ ebben az esetben a **környezetvédelem a technológia szerves része.**
- ✓ vertikálisan integrálódik **a termelésbe, a természetbe.**

(Hosszú távon a környezetvédelem valós megoldása!)

#### **AZ EREDMÉNYES KÖRNYEZETVÉDELME FELTÉTELEI:**

- ✓ **gazdasági és ökológiai követelmények összhangjának megteremtése,**
- ✓ **mérési lehetőségek** kiterjesztése,
- ✓ a **tervezés komplexitásának erősítése,**
- ✓ a **gazdálkodás szempontrendszerének átértékelése,**
- ✓ azonos **ökológiai és ökonómiai követelményrendszer** érvényesítése a gazdálkodás minden területén.

#### **A KÖRNYEZET ELEMELI:**

- ✓ a Föld
- ✓ a víz
- ✓ a levegő
- ✓ az élővilág
- ✓ az épített környezet
- ✓ veszélyes anyagok és technológiák
- ✓ hulladékok
- ✓ zaj, rezgés és sugárzás

#### **A FÖLD VÉDELME KITERJED:**

- ✓ a **Föld felszínére és alatti rétegeire,**
- ✓ a **talajra, kőzetekre és az ásványokra,**
- ✓ ezek **természetes és átmeneti formáira** és folyamataira,
- ✓ **talaj termőképességére, szerkezetére, víz- és levegőháztartására,**
- ✓ **élővilágára.**

#### **A VÍZ VÉDELME KITERJED:**

- ✓ a **felszíni és a felszín alatti vizekre,**
- ✓ azok **készleteire, minőségére és mennyiségére,**
- ✓ a **felszíni vizek medrére és partjára,**
- ✓ valamint a **víztartó képződményekre.**

#### **A LEVEGŐ VÉDELME KITERJED:**

- ✓ a **légkör egészére,**
- ✓ annak **folyamataira és összetételére,**
- ✓ **klímára.**

#### **AZ ÉLŐVILÁG VÉDELME KITERJED:**

- ✓ Valamennyi **élő szervezetre,**
- ✓ Azok **életközösségeire és élőhelyeire.**

#### **AZ ÉPÍTETT KÖRNYEZET VÉDELME KITERJED:**

- ✓ Településekre

- ✓ Egyedi építményekre
- ✓ Műszaki létesítményekre

## **VESZÉLYES ANYAGOK ÉS TECHNOLÓGIÁK VÉDELME KITERJED:**

Minden olyan természetes és mesterséges anyagra, amely:

- ✓ robbanás- és tűzveszélyes,
- ✓ radioaktív,
- ✓ mérgező,
- ✓ fokozottan korrozív,
- ✓ fertőző,
- ✓ ökotoxikus,
- ✓ mutagén,
- ✓ daganatkeltő,
- ✓ ingerlő hatású,
- ✓ más anyaggal kölcsönhatásba lépve előidézhethet ilyen hatásokat

## **HULLADÉKOK KÖRNYEZETRE GYAKOROLT HATÁSAI ELLEN VÉDELEM AZOKRA AZ ANYAGOKRA TERJED KI:**

- ✓ Amelyeket tulajdonosa nem tud vagy nem kíván eredeti rendeltetésének megfelelően felhasználni,
- ✓ Illetve amelyek azok használata során keletkeznek.

## **A KÖRNYEZETI ZAJ ÉS A REZGÉS ELLENI VÉDELEM AZOKRA AZ ENERGIAKIBOCSÁTÁSOKRA TERJED KI, amelyek:**

- ✓ kellemetlen,
- ✓ zavaró,
- ✓ veszélyeztető vagy
- ✓ károsító hang-, illetve rezgésterhelést okoznak

**A természetvédelem része a környezetvédelemnek, de nem azonos azzal!**

A természetvédelem mindig tételes védetté nyilvánítással jár, a környezetvédelem pedig ilyen értelemben nem

## **AZ EURÓPAI UNIÓ KÖRNYEZETVÉDELMI POLITIKÁJA**

### **FŐ ALAPELVEK:**

- ✓ Megelőzés elve
- ✓ A károkozó felelősségének elve
- ✓ Szubszidiaritás elve
- ✓ Együttműködés és összehangolás elve
- ✓ Kompatibilitás elve
- ✓ Globális felelősség elve

### **JOGI ESZKÖZÖK az EU-ban:**

- ✓ Rendeletek
- ✓ Iránymutatók
- ✓ Határozatok
- ✓ Javaslatok, állásfoglalások

## **A KÖRNYEZETI AKCIÓPROGRAMOK az EU-ban:**

- ✓ Első környezeti akcióprogram (1973- 1976)
- ✓ Második környezeti akcióprogram (1977- 1981)
- ✓ Harmadik környezeti akcióprogram (1982- 1986)
- ✓ Negyedik környezeti akcióprogram (1987- 1992)
- ✓ Ötödik környezeti akcióprogram (1993- 2000)
- ✓ Hatodik környezeti akcióprogram (2001- 2010)

## Környezetvédelem – fenntartható fejlődés

(Szerző: Láng István, az előadás elhangzott a „Mindentudás egyeteme” című előadássorozatban.)

**(A szerző: Láng István** kutatóprofesszor: 1955-től a Magyar Tudományos Akadémia Talajtani és Agrokémiai Kutatóintézet tudományos munkatársa. 2002-től kutatóprofesszor. A Környezet és Fejlődés Világbizottság (Brundtland Bizottság) tagja International Council for Science (ICSU) Környezeti Tanácsadó Bizottság tagja Global Environment Facility (GEF) elnöki tanácsadó testületének tagja NATO "Tudomány a Békéért" munkacsoport tagja. 1971 óta foglalkozik környezet- és természetvédelmi problémákkal. Érdeklődési területe a környezetvédelem tudományos megalapozására irányul. Tíz könyvet, könyvrészletet írt és szerkesztett, és több mint száz tudományos közleményt jelentetett meg. Kiemelkedő teljesítményt nyújtott a Környezet- és Természetvédelmi Lexikon első (1993) és második (2002) megjelentetésében, mint a kiadvány főszerkesztője.)

Prológ: **A 20. század hatvanas éveinek első felében a Néma tavasz című könyv drámai módon rázta fel a vezető értelmiségi körök lelkiismeretét: innentől lehet számítani a környezetvédelem fogalmának bekerülését a társadalmi tudatba és az emberek gondolkodásába.**

**A hetvenes évek eleje jelentős változásokat hozott** (Föld Napja rendezvény, Római Klub létrejötte, Stockholmi Konferencia).

**A Stockholmi Konferencia után tíz évvel egyre jobban érelődött az a felismerés, hogy a környezetvédelmi problémákat önmagában véve nem lehet megoldani, hanem együtt kell szemlélni a gazdasági szektorok tevékenységével.**

**Kialakult egy új koncepció, amelyet fenntartható fejlődésnek neveztek el.** A mai előadás (elhangzott 2002. november 11-én a *Mindentudás Egyeteme előadássorozata keretében*) a környezetvédelem és a fenntartható fejlődés fogalmát járja körül.

## A környezetvédelem kialakulása

A környezet védelme évszázadok óta az emberi társadalom fontos feladata. **Magyarországon már a 19. század második felében törvényekkel védték az erdőket, a vizek tisztaságát. A 20. század első felében is több hasonló rendelet jelent meg, hogy csak egy példát említsek: 1939-ben nyilvánították védetté a Debreceni Nagyerdőt.**

1962-ben egy fantáziadús amerikai újságíró, **Rachel Carson** megírta a *Néma tavasz* című művét. A könyv a természetben felhasznált kémiai anyagok kedvezőtlen biológiai hatására hívta fel a figyelmet. **A *Néma tavasz* nem nevezhető tudományos műnek, ugyanakkor igen színesen és megrázóan ábrázolja a peszticidek helytelen alkalmazásának nemkívánatos következményeit. Ez a népszerű könyv kétségkívül hozzájárult ahhoz, hogy a környezet megóvása társadalmi mozgalommá vált.**

**A környezetvédelem mint országhatárokat átlépő nagy társadalmi mozgalom a 20. század hatvanas éveiben alakult ki az Amerikai Egyesült Államokban.**

**A 20. század hatvanas éveinek első felében az a látomás, amelyet Rachel Carson leírt, teljesen szokatlan volt és drámai módon rázta fel a vezető értelmiségi körök lelkiismeretét. Ezért tulajdonképpen a *Néma tavasz* című könyv megjelenésétől lehet számítani a környezetvédelem fogalmának bekerülését a társadalmi tudatba és az emberek gondolkodásába. A *Néma tavasz* szerzője nem tudós, hanem tehetséges író, aki azt a feladatot vállalta magára, hogy megkondítja a vészharangokat és egy másfajta gondolkodást, más megközelítési lehetőséget sugalmaz.**

A **20. század hetvenes évtizedének első fele** tele volt jelentős eseményekkel, amelyek hosszú időre meghatározták a környezetvédelmi cselekvések irányait.

A **környezet- és természetvédő aktivisták javaslatára** 1970. április 22-én tartották meg az Egyesült Államokban az első Föld Napja rendezvényt. **A média nagy segítséget nyújtott** az esemény népszerűsítéséhez, ennek köszönhetően országszerte **mintegy 20 millió ember vett részt a különböző rendezvényeken**, felvonulásokon, és tiltakozott a környezet romlása ellen. **A modern környezetvédelmi mozgalmak megjelenését ettől a dátumtól számítják.** Később a kezdeményezés áttért a többi kontinensre, és ma már világszerte, így **Magyarországon is minden évben megtartják a Föld Napját április 22-én**, amikor is értékelik a globális és helyi problémákat.

A **következő fontos esemény a Római Klub létrejötte volt**, ami a globálisan gondolkodó elit értelmiség vitafóruma, szigorúan zártkörű tagsággal: **maximum 100 fő lehet a tagja.**

E zártkörű elit társaság első jelentését **Dennis Meadows** és munkatársai állították össze, és **1972-ben jelent meg *A növekedés határai*** címmel.

A szerzők arra a következtetésre jutottak, hogy a **21. század közepére globális környezeti katasztrófa léphet fel:**

- **kimerülnek a természeti erőforrások,**
- **drámai módon megnövekszik a környezet szennyezettsége, s**
- **a Föld rohamosan növekvő lakosságát egyre nehezebb lesz megfelelő mennyiségű és minőségű élelemmel, ivóvízzel ellátni.**

Mindennek elkerülésére **kidolgozták a globális egyensúly koncepcióját**, amely szerint:

- ✓ **sürgősen csökkenteni kell a népesség növekedését,**
- ✓ **korlátozni kell az ipari termelést és**
- ✓ **a meg nem újuló természeti erőforrások felhasználását.**

A **jelentés javaslatai nagyrészt és egyoldalúan a gazdasági növekedés korlátozására irányultak.**

A **fejlődő országok politikusai és tudósai is általánosságban ellenérzéssel fogadták a Római Klub első jelentését**, amely lényegében megalapozta a **zéró növekedés** koncepcióját. **A fejlődő világ esetében mindez egyenlő lett volna a szegénység és elmaradottság konzerválásával.** Így természetes, hogy ezeket a nézeteket a fejlődő országok politikusai, közéleti személyiségei nem tehték magukévá.

Minden kritika ellenére ***A növekedés határai*-nak óriási érdeme**, hogy felrázta a **világ lelkiismeretét.** Vitákat gerjesztett a további útkeresés, a méltányos, történelmileg is igazságos megoldások érdekében.

További lényeges **előrelépést jelentett az UNESCO Ember és bioszféra programja.** E nemzetközi együttműködési programot **több éves előkészítő munka után, az UNESCO 1970 októberi közgyűlésén fogadták el.**

Alapvetően **azt vizsgálták, hogy az egyes éghajlati övezetek – mint például a trópusi erdők, mérsékelt égövi erdők, szavannák és füves területek, hegyi ökoszisztémák, illetve tavak, folyóvizek, tengerparti övezetek, szigetek – élővilága és az emberi tevékenység között milyen kölcsönhatások alakulnak ki.**

(A **szerző megjegyzése:** „*E program résztvevőjeként 1970 októberében, a program elfogadását eldöntő szavazáson én tartottam fel a Magyarország táblát, amikor az "igen" válaszokat kérdezték. Később egy ideig tagja voltam, sőt alelnöke a Nemzetközi Koordináló Tanácsnak. A program megszavazása nagy hatással volt személyes érdeklődésem alakulására*

is. Akkor határoztam el, hogy a jövőben intenzívebben fogok a környezetvédelemmel foglalkozni.”)

## **Az ENSZ természetesen felfigyelt ezekre az új irányzatokra.**

U Thant, az ENSZ főtitkára már az 1968-as közgyűlésen elmondta, hogy olyan új jelenségek vannak kibontakozóban, amelyek békés körülménye között is globális veszélyt jelentenek az emberiség számára; ezek a jelenségek pedig:

- a környezet degradálódása és
- a környezetszennyezés.

A főtitkár sürgette, hogy az ENSZ mielőbb szervezzen világkonferenciát erről a témáról. Hamarosan ki is tűzték a dátumot és megjelölték a helyszínt: **1972. június 5., Stockholm**. Azóta **június 5. a Környezetvédelmi Világnap**, amelyről világszerte és Magyarországon is minden évben megemlékeznek, elsősorban az állami, kormányzati intézmények szervezésében.

**Az április 22-i Föld Napja** és a **június 5-i Környezetvédelmi Világnap** között kialakult egyfajta munkamegosztás. Az **előbbin** elsősorban a természetvédelemre koncentrálnak, és fő szervezői inkább társadalmi szervezetek, az **utóbbin a környezetvédelem** a fő téma, és szervezésében inkább a kormányzati intézmények vesznek részt. A két tábor kölcsönösen segíti egymást.

Az **ENSZ 1972-es stockholmi rendezvénye**, az **Emberi környezet konferenciája** nagy esemény volt. Sajnos magyar delegáció nem vett részt rajta egy kisebb diplomáciai bonyodalom miatt. A Német Demokratikus Köztársaság akkoriban nem volt tagja az ENSZ-nek, ezért nem hívták meg. Tiltakozásul a Szovjetunió és több szövetségese, így Magyarország sem képviseltette magát a konferencián. A konferenciáról távolmaradt országok legalább **öt éves lépéshátrányba kerültek** a nemzetközi környezetvédelmi ügyek tekintetében.

A **Stockholmi Konferencia** eredménye a következő dokumentumok és intézkedések megszületése, elfogadása volt:

- **Nyilatkozatot az emberi környezetről,**
- **Nyilatkozatot az irányelvekről,**
- **Akcióprogram-javaslatok.**

**Határozat** született egy új ENSZ szakosított szervezet, az **Egyesült Nemzetek Környezeti Programja (United Nations Environmental Programme - UNEP) felállításáról.**

Az új szervezet Titkárságának **székhelyéül Kenya fővárosát, Nairobít választották.**

A **Konferencia** elsősorban a **természeti és az épített környezet** (levegő, víz, talaj, élővilág, táj, települések) **problémáira koncentrált**. Természetesen az **emberiség egyéb súlyos gondjai is szóba kerültek**, mint például:

- ✓ a gazdasági és technológiai szakadék a fejlődő és a fejlett országok között,
- ✓ a globális nukleáris katasztrófa lehetősége,
- ✓ a fegyverkezés és a helyi háborúk környezeti hatásai.

A **Konferencia** nagy hatással volt a környezetvédelmi politikák kialakulására nemzeti szinten. A tanácskozás nyomán **létrehozták az állami környezetvédelmi szervezeteket** – hivatalok, minisztériumok alakultak.

Magyarországon 1977-ben alapították meg az Országos Környezet- és Természetvédelmi Hivatalt mint illetékes főhatóságot.

## II. A fenntartható fejlődés koncepciója

Stockholm után tíz évvel egyre jobban érlelődött az a felismerés, hogy a környezetvédelmi problémákat önmagukban véve nem lehet megoldani, hanem együtt kell szemlélni őket a gazdasági szektorok tevékenységével.

Más szavakkal:

- a környezetpolitikát és
- a gazdaságpolitikát

integrálni kell.

Kezdt kialakulni egy új koncepció, amelyet **fenntartható fejlődésnek** neveztek el.

A környezet és a fejlődés (angolul: *environment and development*) fogalma fokozatosan összekapcsolódott.

1984-ben az ENSZ közgyűlés határozatára megalakult a **Környezet és Fejlődés Világbizottsága**. Elnökéül Gro Harlem Brundtland asszonyt, Norvégia akkori miniszterelnökét kérték fel. A 22 tagú Bizottságba Láng Istvánt (jelen dokumentum szerzőjét) is meghívták.

A Világbizottság négy évig működött, és 1987-ben fogadta el a *Közös jövőnk (Our Common Future)* című jelentést, mely 27 nyelven, több millió példányban jelent meg. A Világbizottság fő feladata az volt, hogy:

- válaszolja fel az ezredforduló és az azt követő időszak várható tendenciáit, és
- tegyen ajánlásokat az új kihívásokra adandó új válaszokra.

Ezzel egyúttal megalapozta egy következő ENSZ világkonferencia alapvető koncepcionális tételeit. A Brundtland-jelentés fő üzenete a **fenntartható fejlődés** szükségességének felerősítése volt.

A **fenntartható fejlődés fogalmát** nem a Brundtland Bizottság találta ki; abban az időben a szakirodalom már foglalkozott ezzel a témával, de kétségkívül **tény, hogy a *Közös jövőnk* jelentés tette széleskörűen ismertté.**

A Brundtland Bizottság ajánlásainak figyelembevételével az ENSZ közgyűlés 1989-ben úgy döntött, hogy 1992-re konferenciát szerveznek Rio de Janeiróba, hivatalos nevén az ENSZ **Környezet és Fejlődés Konferenciáját**.

Ekkorra már a környezetvédelem mellett a gazdasági szektor szerepe is előtérbe került, természetesen abban az értelemben, hogy **miként egyeztethető össze a gazdasági érdek a környezeti érdekekkel.**

Ezen a rendezvényen már Magyarország is részt vett. A magyar delegációt, Keresztes K. Sándor környezetvédelmi miniszter vezette (és tagja volt a szerző: Láng István is.).

A Konferencia záró szakaszában megtartott Föld-csúcs értekezleten pedig Göncz Árpád köztársasági elnök volt jelen, ő írta alá a jogilag kötelező nemzetközi egyezményeket. A Konferencia zárásakor nem voltunk maradéktalanul elégedettek, de tíz év elteltével már úgy tűnt, hogy tartalmas, előremutató és perspektívát adó rendezvény volt a riói.

A következő főbb dokumentumokat fogadták el a Riói Konferencián:

- **Riói Nyilatkozat a Környezetről és Fejlődésről**, amely összesen **27 alapelvet** tartalmaz ;
- **Feladatok a 21. századra** (AGENDA-21) című **dokumentum**, amely több száz oldalas ajánlás-gyűjtemény **40 fejezetben összefoglalva**. Ezek az ajánlások jogilag nem kötelezőek.
- **Keretegyezmény az Éghajlatváltozásról** – e dokumentum lényegében az **üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentését célozta meg**, s jogilag kötelező azokra az államokra nézve, amelyek aláírták.
- **Egyezmény a Biológiai Sokféleségről** – a biodiverzitás egyezmény **a teljes élővilág védelmét szorgalmazza és jogilag kötelező**.
- **Elvek az Erdőkről** – e dokumentum **eredetileg nemzetközi egyezménynek indult**, de csak **irányelv-dokumentum lett belőle**. Jogilag nem kötelező.

**Nagy elhatározás született Rióban: a fejlett országok vállalták**, hogy a bruttó nemzeti össztermékük **0,7 százalékát a fejlődőknek adják környezetkímélő technológiák bevezetésére**.

**A fenntartható fejlődés fogalma Rióban bekerült az összes dokumentumba**. Úgy tűnt, hogy sikerült a világot egy új fejlődési pályára helyezni.

De mindez **csak illúzió volt**, **1997-ben az ENSZ közgyűlés rendkívüli ülésén áttekintették** a Rio után eltelt **öt év tapasztalatait**, és sajnálattal állapították meg, hogy a riói elhatározásokból **kevés valósult meg**. Ezért **az ENSZ úgy döntött**, hogy néhány év múlva **újabb világkonferenciát hív össze**. A helyszín Dél-Afrika, Johannesburg, **az időpont 2002. augusztus 26-tól szeptember 4-ig**. A rendezvény címe **ENSZ Világtalálkozó a Fenntartható Fejlődésről**. A magyar küldöttség vezetője Kóródi Mária környezetvédelmi és vízügyi miniszter volt, az állam- és kormányfők csúcstalálkozóján pedig Szili Katalin, az országgyűlés elnöke képviselte Magyarországot.

A Johannesburgi Konferencián **két dokumentumot fogadtak el**, ezek a következők:

- **Johannesburgi Nyilatkozat a fenntartható fejlődésről**, amely **32 pontot tartalmaz**
- **Végrehajtási Terv**, amely **153 pontból áll**.

A konferencia nem volt kudarc, de átütő új sikert sem hozott. Tény, hogy **a riói nagy vállalások jelentős része nem teljesült**. Ezért újabb ígéretek helyett **a Konferencia visszatért a riói elvekhez és kötelezettségvállalásokhoz**.

**A dokumentumok megerősítették a korábbi elveket és a régebbi vállalások teljesítését szorgalmazták**. Volt azért néhány új elem is az elhatározásokban.

**2015-ig felére kell csökkenteni azok számát, akik:**

- **akik ma még nem jutnak egészséges ivóvízhez**, illetve azok számát,
- **akiknek a napi jövedelme nem éri el az 1 US dollárt**.

**Nagyobb hangsúly esett a környezet-egészségügy kérdéskörére is.**

Johannesburg nagy újdonsága, hogy **megjelent a fenntartható fejlődés szociális dimenziója**, vagyis a **környezetpolitika és a szociálpolitika integrálódása**.

**A fenntartható fejlődésnek tehát három tartópillére, más szavakkal három dimenziója van:**

- **a környezeti,**
- **a gazdasági és**
- **a szociális**

tényező, melyek összefonódva és egymást kiegészítve jelennek meg.

Az időrendi áttekintés után tekintsük át a **fenntartható fejlődés fogalmának** értelmezési lehetőségeit.

A **Brundtland Bizottság** így határozta meg: *"A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen generációk szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk hasonló igényeinek kielégítését."*

Ez a megfogalmazás **politikai üzenet**:

- **egyrészt a szegényeknek**, mert céljául azt tűzi ki, hogy **jusson mindenkinek legalább annyi**, amennyi az alapvető emberi szükségletek biztosításához kell,
- **másrészt a gazdagoknak**, hogy életmódjukat és fogyasztási szokásaikat **szerényebben és takarékosabban alakítsák ki.**

Egy másik definíció **Herman Daly** megfogalmazásában: *"A fenntartható fejlődés a folyamatos szociális jobblét elérése anélkül, hogy az ökológiai eltartóképességet meghaladó módon növekednénk. A növekedés azt jelenti, hogy nagyobbak leszünk, a fejlődés pedig azt, hogy jobbak."*

Több gazdasági ágazat esetében – leginkább talán az **agrárgazdaságban** – részletesen is értelmezték a fenntartható fejlődést. Íme egy definíció a **Kanadai Mezőgazdasági Minisztériumtól**: *"Azokat nevezzük fenntartható mezőgazdasági-élelmiszeripari rendszereknek, amelyek gazdaságosak, kielégítik a társadalom korszerű táplálkozással kapcsolatos igényeit, és megőrzik a környezet minőségét, a világ természeti erőforrásait a jövő generációk számára."*

A meghatározások közös vonása, hogy **mindegyik sürgeti**:

- **az anyag- és energiatakarékosságot,**
- **a helyi erőforrások hasznosítását,**
- **a megújuló természeti erőforrások előtérbe helyezését,**
- **a szemét- és hulladékképződés minimalizálását,**
- **a szennyeződések megelőzését és csökkentését,**
- **a mennyiségi szemlélet helyett a minőség ösztönzését és a természeti értékek tiszteletét és védelmét.**

A gazdasági életben a **fenntartható fejlődés általában nincs ellene a növekedésnek**. A fejlődő világ sohasem fogadna el olyan koncepciót, amely megtiltaná számára a gazdasági növekedést. Ám a **mindenáron való növekedés nemkívánatos gyakorlatot is jelenthet.**

A fenntartható fejlődésről beszélve **egyre inkább előtérbe kerülnek az emberi vonatkozások.**

Az **életmód, az életminőség, a tudatosság, az értékmegőrzés, a tradíciók** mellett:

- **a mindennapi létszükségletet biztosító foglalkoztatás,**
- **az egészség megőrzése, továbbá**
- **az alapvető emberi jogok és**
- **a demokratikus intézményrendszer**

is **elengedhetetlen feltétele a fenntartható fejlődésnek.**

Gyulai Iván szakirodalmi elemzésekből kialakított értelmezése szerint a **fenntarthatóság legfontosabb feltételei a következők:**

- ✓ a **folyamatos szociális jobblét** megvalósítása,
- ✓ az **emberek alapvető szükségleteinek kielégítése**,
- ✓ az erőforrásokból származó **haszon igazságos elosztása**,
- ✓ az **egyenlő lehetőségek biztosítása**,
- ✓ a **holisztikus gondolkodásmód**, a szektorok közötti **integráció**,
- ✓ az erőforrások **fenntartható és az eltartóképesség szerinti használata**
- ✓ a **környezetminőség biztosítása**.

**Más kérdés a fenntartható fejlődés létjogosultsága.**

- ❖ **Vannak, akik úgy vélik, hogy nem kell alapvető változást** végrehajtani a termelés és a fogyasztás jelenlegi eljárásában és szokásaiban.
- ❖ **Vannak, akik úgy ítélik meg, hogy alapvető és radikális változtatások nélkül nincs fenntartható fejlődés.**

**Ez a tábor is kétfelé oszlik:**

- **az egyik irányzat azonnali, gyors és radikális intézkedéseket sürget**, és ha ez nem történik meg, akkor **negatívan értékeli a megtett szerény lépéseket**.
- **a másik irányzat tudomásul veszi, hogy csak hosszabb átmeneti időszak után juthatunk el a kívánt jövőképig.** Ily módon elfogadja az egymásra épülő **kisebb méretű akciókat**, feltéve, ha ezek valóban jó irányba vezetnek.

**A fenntartható fejlődés hazai megvalósítása néhány évtizedet biztosan felölel majd.**

**A mai egyetemisták életpályáját ez az átalakulás fogja meghatározni.** Ők vezetik, irányítják majd ezt az átalakulási folyamatot. Bárki, aki hosszabb távú nemzeti fejlesztési koncepciót akar kidolgozni Magyarország számára, **csak akkor jár el a kor követelményeinek megfelelően, ha a fenntartható fejlődést helyezi a középpontba.**

### **III. Globális környezeti problémák**

**A fosszilis energiahordozók elégetése szén-dioxid kibocsátással jár**, ennek légkörbejutása úgynevezett **üvegházhatást vált ki**, vagyis a **hősugarak egy részét visszaveri a Föld felszínére.** Így fennáll a veszély, hogy **felmelegedés, klímaváltozás következik be.**

- **Már a Brundtland jelentés is sürgetett olyan intézkedéseket**, amelyek a **CO<sub>2</sub> kibocsátás csökkentését eredményezik.**
- **Öt évi előkészület után, 1992-ben Rióban elfogadták az Éghajlatváltozási keretegyezményt**, de ez nem tartalmazott meghatározott kötelezettségeket.
- **Újabb öt év kellett ahhoz, hogy 1997-ben Kiotóban megszülessen egy konkrét csökkentési adatokat tartalmazó jegyzőkönyv.** Később az Egyesült Államok elnöke úgy döntött, hogy **nem ratifikálja a jegyzőkönyvet**, de bátorítja az amerikai vállalatokat és a lakosságot, hogy **önkéntes alapon törekedjenek a csökkentésre.**
- **Elmúlt újabb öt év**, és csak ez év végére várható, hogy a megállapodás életbe lép. A kormányok nagyon lassan reagálnak a globális problémákra.

**Egyébként a klímaváltozást illetően döbbenetes adatokkal találkozhatunk. Íme néhány példa:**

- ✓ 1992-ben 360 jelentős természeti katasztrófát regisztráltak a világon, 2001-ben pedig 700-at.
- ✓ A 20. században a Föld felszínének átlaghőmérséklete 0,5, más számítások szerint 0,7 Celsius fokkal emelkedett. A 21. századi prognózisok további 1.4 és 5.8 közötti Celsius fok emelkedéssel számolnak.
- ✓ Vannak tudósok, akik azt mondják – egyébként teljes joggal –, hogy a Föld történetének utóbbi 100 ezer évében mindenre volt példa, felmelegedésre, lehűlésre, időjárási rendellenességre. A politikusok egy része ezt szívesen hallgatja, mert azt jelenti számukra, hogy **nem kell tenniük semmit** sem.

Csak hogy mára új helyzet állt elő a Földön, amely eltér minden eddigtől:

- 6 milliárd embert kell eltartani,
- kereken 2 milliárd lakást fűteni, hűteni; azokban főzni, mosni, mosogatni, tisztálkodni és
- 600 millió gépkocsit kell megtölteni üzemanyaggal.
- 

Mindez korábban nem fordult elő.

A világ környezeti állapota globálisan romlik, lokálisan viszont szerencsére számos jó példa van a javulásra.

### Néhány jellemző adat földünk globális környezeti problémáiról

A földön:

- A népesség 2,5 milliárd főről 5,8-ra emelkedett, sőt ma már tudjuk, hogy jóval meghaladta a 6 milliárdot.
- A 8 millió lakosnál is népesebb városok, vagyis a megvárosok száma 2-ről 25-re emelkedett.
- Érdekes adat, hogy az átlagosan megtermelt élelmiszermennyiség lépést tartott, sőt felülmúlta a népesség növekedését. A számok a termelést mutatják, nem az egyéni hozzáférést, amely már más kategória, s amelyet már a gazdasági és szociális lehetőségek határolnak be.
- Az éves vízfelhasználás óriási növekedést mutat: 1300 köbkilométerről 4200-ig jutottunk el. Ez azt jelenti, hogy a vízkészletekkel pazarlóan gazdálkodunk.
- Az esőerdők jelenleg, az 1950-ben mért felületnek csupán a 70 százalékát adják.
- A CO<sub>2</sub> kibocsátás közel ötszörösére emelkedett.
- Az elefántok száma pedig a tizedére csökkent fél évszázad alatt.

### IV. Az Európai Unió környezetvédelmi előírásai

Az Európai Unióban igen szigorú környezetvédelmi szabályozások vannak, amelyek számunkra is kötelezőek. Az EU a csatlakozni szándékozó, a tagjelölt országokról éves jelentést adott ki, melyben értékelte az egyes országok felkészültségét. Nézzük meg, mit írtak 2000. évben a magyarországi környezetvédelemről.

2000-ben elég súlyosan elmarasztalták Magyarországot. Három elmaradott területet említett a dokumentum:

- levegőminőség-védelem
- vízminőség-védelem
- hulladékgazdálkodás.

**jelentés kifogásolta** a jogszabályozás harmonizációjának le-, illetve elmaradását is. További erőfeszítéseket javasoltak a területi környezetvédelmi szervezetek megerősítésében.

**2001-ben sikeresen lezárult a környezetvédelmi fejezet tárgyalása.** Négy olyan terület volt, ahol haladékot kapott Magyarország, ezek:

- a szennyvíztisztítás,
- az erőművek légszennyezése,
- a veszélyes hulladékok égetése és
- a csomagolóanyag-hulladékok újrahasznosítása.

Az országjelentés jelentős előrehaladást állapított meg.

A **2002. évi országjelentés** előrehaladást állapított meg a **jogharmonizáció alkalmazásában**, s abban, hogy Magyarország fejlesztette a környezetvédelem közigazgatási létszámát. Hiányosság volt, hogy az Országgyűlés még nem fogadta el az Országos Hulladékgazdálkodási Tervet.

A **2003-2008 évekre szóló Nemzeti Környezetvédelmi Program**, tartalmazta az EU felé vállalt kötelezettségeink teljesítésének konkrét terveit és pénzügyi hátterét.

## **V. ... hogy ne legyen néma a tavasz!**

**Alapvető változásokra van szükség:**

- a termelésben,
- a fogyasztásban,
- az életvitelben és
- az értékrendekben.

Ha lassan is, de ez a folyamat végbe fog menni, és akkor, óvatosan bár, de optimisták lehetünk. Az emberek többsége szereti a természetet, az élővilágot, és saját egészségének megőrzését is nagyon fontosnak tartja.

A *Néma tavasz* baljós víziója után legyünk inkább optimistábbak.

**Hallgassuk meg két állatcsoport hangját, a békák és madarak énekét.**

**Ők teremtik meg a tavaszi és a nyári hajnalok, esték felejthetetlen hangulatát.**

**Ne legyen néma a tavasz!**

**Ha mindenki védi és óvja a természet értékeit, akkor lesz még kuruttyoló béka és lesz még éneklő madár, és az emberek is boldogabban, egészségesebben élhetnek a jövőben.**

## Környezettudatos vásárlás mint a megelőzés eszköze

(forrás: [www.humusz.hu](http://www.humusz.hu)) (Írta: [Lugosi Bea](#); Grafika: Villei Barbara; Kiadja: Hulladék Munkaszövetség)

Az üzletekben kapható termékek javát **jelentős mennyiségű többletsomagolás fedi**, mely a háztartásokba kerülve szinte azonnal a kukában végzi: pl.: a tubusos **fogkrém** (amelyet kívül **kartondoboz és celofán óvja**); a **bonbonok** (csillogó-villogó papírrai, pukkanós műanyagok és kilométeres masnik közé rejtik); a **lapkasajtok** (amelyek minden egyes szeletét **műanyag fólia borítja**).

**Néhány praktikus tanács** a kukákban landoló csomagolási hulladékok mennyiségének csökkentéséhez.



**Többségünkben fel sem merül**, hogy **vásárlói döntéseink** óhatatlanul **befolyásolják** a **jelentős problémákat okozó**, mindent elborító **szeméthegek kialakulását**.

Nem árt tudni, hogy a **háztartásokban keletkező hulladékok térfogatának legalább a fele csomagolási hulladékból áll**.

**Hogyan lehetséges?** Egyszerű. Az üzletekben kapható termékek javát **jelentős mennyiségű többletsomagolás fedi**, mely a háztartásokba kerülve **szinte azonnal a kukában végzi**:

- a **fogkrémet tubusán kívül kartondoboz és celofán óvja**;
- a **bonbonokat csillogó-villogó papírok**, **pukkanós műanyagok** és **kilométeres masnik** közé rejtik;
- a **lapkasajt** minden egyes szeletét **műanyag fólia borítja**;
- a **gyümölcsöt** pedig vehetjük:
  - **fóliával betekert habosított tálcan** vagy
  - esetleg öntapadós árcédulával ellátott **műanyag zacskóban, tasakban**.

Ez a **túlzásba vitt csomagolás kizárólag egyetlen célt szolgál**: **eladhatóvá kell tennie az árut**.

**Minél színesebbnek, ígéretesebbnek tűnik külseje** alapján a termék, **annál kívánatosabb** a **vevő számára, aki** a mai áru-kavalkádban már többnyire:



- **nem a tartalom,**
- **hanem az esztétikai érték és**
- **a márkanév alapján választ.**

**Szépnek** tehát **szép**, de vajon **jó is ez a sok csomagolás**? Nos, a válasz rögtön két problémáról is szól:

- **Az egyik a háztartási szemét** jelentős mértékű növekedése, mely az amúgy sem rózsás **hulladék-problémát tovább súlyosbítja**.
- **A másik, hogy a fogyasztó tulajdonképpen kétszer fizet a csomagolóanyagért:**
  - **először a boltban, amikor megveszi,**
  - **majd otthon – a szemétdíjat – mikor a kukás elviszi.**

**Sosem szabad megfeledkezni** arról, hogy **minél szebb és "minőségibb" egy csomagolás, annál drágább volt az előállítás, ezt a költséget pedig – a termék árába beépítve – mindig a vevővel fizettetik meg.**

Az **"agyoncsomagolt"** termékek vásárlása tehát **nem kifizetődő sem a vevő, sem a környezet számára.**

Ha mindezen változtatni szeretnénk, **elegendő kicsit jobban odafigyelni arra, hogy mit is teszünk a kosárba.**

### **Amit mi is megtehetünk**

**Néhány jó tanács, hogy mire kell ügyeljünk a vásárlási döntéseinket megelőzően, hogy minél inkább környezettudatos vásárlóvá váljunk, válhassunk:**

- **A pénztárnál felajánlott műanyag szatyor** (még ha ingyen vagy néhány forintért is adják) nagyszerűen **helyettesíthető** az otthonról hozott **vászon táskával vagy fonott kosárral.**
- **Kerüljük az „agyoncsomagolt” termékeket.** A polcokon nagy az árubőség, mindig akad valami, amit **kevesebb csomagolóanyag borít.** (Pl. fogkrémet lehet kartondoboz, gyümölcsöt háló nélkül venni.)
- **Egyre több piacon árúsítanak házi tejtermékeket** (pl. tej, tejföl, túró). Ha ezeket **otthonról vitt palackokba, dobozokba, üvegekbe kérjük, nem „termelünk” csomagolási hulladékot.**
- **Egyes nyugati országokban megszokott dolog, hogy a vevő a magával vitt, többszöri használatra alkalmas dobozba kéri a felvágottat, sajtot, savanyúságot, cukrászsüteményt – kiiktatva ezzel a csomagolási hulladékot.**
- **Kerüljük a társított – kombinált – csomagolásokat,** mivel ezek **feldolgozása és hasznosítása túlságosan drága vagy megoldatlan.**

Ilyenek pl. a reklámokban előszeretettel csak „italos-karton” néven emlegetett, valójában viszont **papír, műanyag** és esetenként **alumínium rétegekből készült kombinált italos dobozok** (pl. tej, gyümölcslé csomagolása); vagy a **fémgőzölt műanyagok** (pl. chipses zacskó).

- Az **alumínium italos doboz előállítása** nagy mértékben **terheli a környezetet**, gyártása közben **jelentős mennyiségű veszélyes hulladék** (vörös iszap) keletkezik és nagyon **sok energiát igényel. Kerüljük a vásárlását.**
- **Gyümölcsléhez, üdítő italokhoz** nem csak alu- vagy kombinált dobozon, **PET palackon keresztül vezet az út.**  
**Gyümölcscentrifuga vásárlásával kb. 50 liter dobozos gyümölcslé árért** folyamatosan **csomagolásmentes, friss, valódi gyümölcsléhez juthatunk. Érdemes beszerezni egyet.**
- Jelentősen **megelőzhető a csomagolási hulladék keletkezése**, ha a termékeket **betétdíjas, visszaváltható kiszerelesben vásároljuk.**
- **Sok hulladék megspórolható, ha piacon – vagy máshol, közvetlenül termelőtől – vásárolunk, ahol az árut csomagolás nélkül adják.**
- **Ha piac helyett boltban** kell megvásárolnunk **egy-egy darab/fürt gyümölcsöt, zöldséget, ne tegyük azt külön zacskóba**, hanem az elektromos mérleg által kiadott ármatricát ragasszuk közvetlenül a termékre. Ha mégis szükségesnek találnánk a zacskót, vagy például pékárut veszünk, **vigyünk otthonról műanyag zacskót.** Kicsi és könnyű, így nem jelent nehézséget egy-egy darabot mindig a táskánkban tartani.
- **Ha választásaink** alkalmával a **tartós, javítható tárgyakat, berendezéseket részesítjük előnyben**, ritkábban kell azokat kidobni, lecserélni. **Ha valami elromlik, ne dobjuk rögtön a kukába – próbáljuk előbb megjavíttatni, és tovább használni. Számos kisiparos szerviz létezik még országszerte.**
- **Vannak olyan áruféleségek, melyeknek egyszer illetve többször használatos változatát kínálják** (pl. borotva, evőeszközök, stb.) ezeknél jobb az utóbbit választani. Az **eldobható termékek praktikusnak és kényelmesnek tűnhetnek, ám jelentős nyersanyag- és energiapazarlást, valamint hulladéktöbbletet jelentenek.**
- **Vigyázzunk a nyereményjátékokkal!** Leginkább üdítőitalokhoz kapcsolódnak, **folyamatos kupakgyűjtögetésre serkentenek.** A baj az, hogy **ezek az akciók** általában az **egyszer használatos kiszerelesekre vonatkoznak**, így – a fokozott fogyasztáson túl – **fokozott szemétermelésre ösztönöznek.**  
Ráadásul a **nyeremények értéke jobbra alacsonyabb, mint amennyit az (üdítők megvásárlásával) valójában kifizetünk értük.**
- **Legyünk óvatosak az akciókkal, nyereményjátékokkal!** Nem biztos, hogy ezek értünk vannak.
- **Ne a csicsás csomagolóanyag és/vagy a reklám alapján döntsünk! Nézzük meg, mit veszünk!**
- **Ha nincs a terméken címke vagy csak nagyon semmitmondó** (pl. nincs rajta összetétel, gyártó), akkor ne vegyük meg!
- **Mielőtt vásárolunk, írjuk össze, mire van szükségünk! Így kevesebb felesleges terméket vásárolunk meg!**
- **Ne vásároljunk olyat, amit sokat hirdetnek – mert mi fizetjük meg a hirdetés költségeit is!**
- **Mindig a tartós, javítható dolgokat válasszuk! Kerüljük az egyszer-használatos termékeket!**

**További javaslatok a tudatos vásárlóvá váláshoz:**

- **Kerüljük a fölösleges csomagolóanyagokat**, válasszuk a kevésbé becsomagolt termékeket! A csomagolásért kétszer is fizetünk. Egyszer, amikor megvesszük és egyszer, amikor kidobjuk (szemétdíj formájában)!
- **Ne fogadjunk el nejlonszatyrot**, inkább vigyünk magunkkal kosarat, vászontáskát!
- **Kerüljük a több különböző anyagból előállított csomagolásokat** (pl. a műanyagból, alumíniumfóliából, kartonból préselt ivóleves, tejes dobozokat)! Ezek újrafeldolgozása jelenleg nem gazdaságos és sok helyen nem is megoldott!
- **Kerüljük a fémsomagolásokat** (alumíniumból készült italos doboz, konzervek, tubusok)! Ezek előállítása nagyon energiapazarló!
- **Válasszuk mindig a visszaváltható vagy újrahasználatos csomagolású termékeket!**
- Keressük a **természetes alapanyagú termékeket, csomagolásokat!** Ha ilyen nincs, az újrahasznosított vagy könnyen újrahasznosítható anyagú termékek jelentik a legjobb választást!
- **Válasszuk az utántöltős kiszereléseket, hajtó-gázas dezodor helyett a pumpásat, golyósat!**
- **Ne cseréljünk, ne dobjunk ki olyasmit, ami még működik, javítható, valamire használható!** Amit lehet, vegyünk meg **bizományiban, antikváriumban!** Fedezzük fel újra a **könyvtárakat!**
- **Ne vásároljunk energia-pocsékoló eszközöket!**
- **Ne vásároljunk mérgeket, erős vegyszereket, potenciális veszélyes hulladékokat!**
- **Vásároljunk piacon vagy közvetlenül a termelőtől!** Részesítsük előnyben a **kistermelőket**, a kis üzleteket!
- **Rakjunk el mindenfélét télire**, így nem kell kész konzerveket vásárolni!
- **Konzerv, fagyasztott vagy más módon tartósított ételek helyett vegyünk frisset!**
- **Keressük a biotermékeket!** Ne mérgezzük magunkat és környezetünket feleslegesen!
- **Ne vegyünk génmanipulált (génpiszkált) termékeket**, mert ökológiai hatásuk kiszámíthatatlan!
- **Ne vásároljunk távoli országokban készített árut, ha van helyette itthoni!** Részesítsük előnyben a **saját településünkön vagy ahhoz közel készült árukat!**
- **Kerüljük az állatokon tesztelt termékek vásárlását!**
- **Ne vásároljunk olyan cégtől**, amelyről kiderült, hogy **éhbérért**, rossz körülmények között dolgoztatja alkalmazottait!
- **A gyorsételek helyett válasszunk minőségi ételt!**

## Környezeti jelzések, logók

(Megjelent: [www.greenfo.hu](http://www.greenfo.hu); Ökocímkék cím alatt)

Zöldeket beszélnek. A reklámokban csak úgy repkednek az „környezetbarát”, „környezetkímélő” hivatkozások, a „bio”- és „öko” termékjelzők.

Lassan minden „természetes” és természetesen lebomló, a csomagolásokon pedig mind gyakrabban jelennek meg a zöld reklámok „rajzos változatai”: a környezetbarát jelzések (logók, billogok, stemplik).

A felmérések szerint a magyar fogyasztók többségében megvan a készség arra, hogy környezetbarát terméket vásároljon és hajlandó is azért egy kicsit többet fizetni.

Ki öntudatból, ki divatból kifolyólag, vagy lelkiismerete megnyugtatására – végül is mindegy.

Tény az is, hogy a hagyományosnál valóban „környezetkímélő(bb)” termékek elterjedése és reklámozása gyorsíthatná a környezettudatos fogyasztói réteg kialakítását, miközben a gyártó cégek piaci előnyre tehetnek szert konkurensikkal szemben.

A zöld termékekre és reklámra tehát igény is van, szükség is van.

## Amivel lehet élni és lehet visszaélni.

Visszaélni akkor, ha a termék "bezöldítése" – a fogyasztók növekvő ökológiai érzékenységét kihasználva – önkényesen, alaptalanul, csupán a forgalom növelése érdekében történik. Ez senkinek sem jó.

A környezetnek nincs ügyvédje – a fogyasztó pedig legtöbbször nincs abban a helyzetben, hogy ellenőrizze a reklám helyességét. Mivel a reklámot a termék vásárlásakor a fogyasztó fizeti meg – alapvető joga van a valós információkhoz, az őszinte reklámhoz.

A zöld reklámokkal kapcsolatos problémákat az „Ökohanták” című kiadványainkban dolgoztuk fel.

Az alábbiakban tárgyalt „zöld termékjelzések” elsődleges (eredeti) indíttatása éppen az lenne, hogy az elfogult reklámok helyett, egyértelmű és „semleges” tájékoztatást adjon a fogyasztóknak az adott termék környezethez való viszonyáról.

## A környezeti jelzések rendeltetése, jelentése

Nem vitás, hogy a fogyasztási javak gyártása, használata, ártalmatlanítása – akármilyen termékről is van szó – mindig a környezet terhelésével jár.

Egyik kevésbé problémás, másik jobban szennyez – de abszolút környezet-semleges termék nincs. Nos, ilyen helyzetben kellene valamilyen irányadó mértéket szabni.

Cél a környezet állapotának javítása:

- az ipar,
- a kereskedelem és
- a fogyasztók

ezirányú törekvéseinek összehangolása állami segítséggel.

**A környezetterhelés csökkentésének egyik „állami” lehetősége**, ha a különösen problémás termékeket (pl. a foszfáttartalmú mosóporokat, a PVC játékokat, higanytartalmú elemeket, aludobozos – vagy TetraPak-féle csomagolást) egyszerűen kitiltják a piacról. Ezzel a **fogyasztó arra kényszerül, hogy a piacon forgalmazott helyettesítő** (ám a környezetet kevésbé szennyező) **terméket válassza**. Ez a megoldás ösztársadalmi érdek – csakhogy a gazdaságnak nem „piackomform”.

A **másik lehetőség a környezetet kevésbé terhelő termékek piacának megteremtése** és (ezzel együtt) a **környezettudatos fogyasztói rétegnek kialakítása**. Ez sem megy állami beavatkozás nélkül.

Itt a **beavatkozás iránya** – a gazdasági szabályzók alkalmazása mellett:

- ✓ a **környezeti reklám jogi szabályozása** és
- ✓ a **hiteles, „hivatalos” környezetvédelmi megkülönböztető jelzés** (logó) bevezetése.

A **környezeti logók** az áru relatív környezetbarátságára utaló termékjelzések, hiszen nyilván botorság lenne egy sehol sem gyártható, sehol nem kapható „teljesen környezetsemleges” terméket kitalálni.

A **cél** az, hogy **egy adott termékcsoporthoz belül** a piacon lévő (konkurens) termékek között **megkeressék és megjelöljék a környezetet legkevésbé terhelő terméket**.

A **kétlépcsős folyamatban**:

- előbb az **adott termékcsoporthoz irányadó ökológiai irányelveket határozzák meg**, majd
- ehhez viszonyítottan kerülnek **vizsgálatra, értékelésre az egyes termékek**.

Mindez **egy független szakértői bizottság feladata**, amely vizsgálatait objektív ismérvek alkalmazásával, lehetőség szerint összességében végzi. Amennyiben ez nem lehetséges, akkor valamelyik **jellemzően környezetkárosító elemre vizsgálódnak** (ezt azonban fel a jelzésen fel kellene tüntetni).

A **független minősítési eljárás elvileg magában foglalja**:

- a **termék egész életútjának** (nyersanyag-kitermelés, gyártási-használati-ártalmatlanítási szakasz),
- **minden érintett környezeti elemnek** (levegő-víz- talajszennyezés, zajterhelés, nyersanyag- és energiaigény, káros-anyag tartalom, hulladék)

a vizsgálatát.

**Értékelni kell továbbá a termék:**

- **ökológiai célszerűségét**,
- a képviselt **minőséget**,
- az **elvárt használhatóságot** és az **előírt termékbiztonságot**.

A tapasztalat szerint a **fogyasztók bizalmát elsősorban a semleges, objektív kritériumokkal bíró és szabályozott, nyílt eljárásban adományozott jelzések nyerik el**. Ezért van az, hogy **egyre több országban jelenik meg az állami közreműködéssel bevezetett „hivatalos” logó**, ahol a terméknek szigorú, következetes, de teljesíthető feltételeket kell megfelelnie.

**A magyar környezeti jelzés szabályozása (a „Cédrus”)**



A környezet védelméről szóló törvény szerint „*a hagyományosnál bizonyítottan kedvezőbb környezeti tulajdonságokkal rendelkező termékek és technológiák megkülönböztető jelet viselhetnek*”. Aki ezt jogosulatlanul viseli, az bírságot köteles fizetni.

A magyar „környezeti jelet” és minősítési eljárást „*A környezetbarát, környezetkímélő megkülönböztető jelzés használatának feltételeiről*” szóló 29/1997. (VIII.29.) KTM sz. rendelet vezette be, – az ezzel kapcsolatos teendőket a Környezetbarát Termék Közhasznú Társaság (KTKT) koordinálja.

A rendelet hatálya kiterjed – a gyógyszerek, élelmiszerek kivételével – valamennyi:

- termékekre és szolgáltatásra, illetőleg
- technológiára.

A rendelet szerint **környezetbarát minősítést az a termék kaphat**, amely az adott igényt kielégítő egyéb termékkel összehasonlítva, az azonos vagy jobb termékminőség mellett a környezeti életútelelemzés alapján bizonyított módon megfelel a minősítési feltételeknek.

A minősítés feltételekről és a védjegy használatának engedélyezéséről a **Minősítő Bizottság dönt**.

A védjegyhasználati jog iránti **pályázat nyilvános, önkéntes és folyamatos** (de nem ingyenes).

A védjegyhasználati jog **három évi időtartamra szól**.

A magyar környezetbarát védjegy hivatalosan **nem rendelkezik megkülönböztető névvel** – a „Cédrus” név csupán ráragadt.

A rendelet hatályba lépése után a **forgalomba kerülő termékek tehát akkor reklámozhatók „környezetbarátként”, „környezetkímélőként”,** – illetve annak terméke viselheti az erre utaló hivatalos védjegyet, aki a **minősítési eljárás alapján erre jogosulttá vált** és a KTKT-vel védjegyhasználati szerződést kötött.

**Magyarországon eddig körülbelül 30 termékcsoporthoz, több mint 100 termék kaptak meg a jelzés viselésének jogát.**

A „Cédrus védjegy” megszerzése, használati jogának megfizetése a hazai gyártókat ma még sajnos nem kecsegteti jelentős piaci előnyökkel. Ennek oka az elhibázott jogi szabályozás és a „Cédrus védjeggyel” kapcsolatban **elmaradt lakossági ismeretterjesztés** (mindez elsősorban a mindenkorin környezetvédelmi minisztérium illetve a KTKT felelőssége).

### **A környezeti védjegyek jelentősége**

Mára egyértelmű, hogy a **környezeti jelzés a gazdaság egyik leghatékonyabb piackomform eszköze lehet(ne).**

Piackomform, hiszen **alkalmazásuk önkéntes**, megpályázásukról a gyártó maga dönt, – a másik oldalon pedig az **egyres fogyasztók szabad választása, tudatos vásárlói döntése a meghatározó**.

A **környezeti jelzések bevezetésének elsődleges célja** a környezetterhelés csökkentése volt. A független (hivatalos) **környezeti jelek elterjedése, használata mindenkinek hasznos**, hiszen:

- 1) **Segíti a fogyasztó tájékozódását**. Azt, hogy a vásárlás során a **fogyasztó mérlegelhesse az ökológiai szempontokat** is és megtalálhassa a környezetbarát termékeket. Számukra a **logó a reklámnál sokkal megbízhatóbb információkat közöl** a termék környezethez való viszonyáról.
- 2) **A gyártók-kereskedők felé jelzésértékű**. A megváltozott fogyasztói keresletre reagálva **fokozzák a környezetbarát termékek és szolgáltatások kínálatát**. Ezzel **piaci előnyhöz juthatnak**. Ami viszont **a többi gyártót ösztönözheti** arra, hogy termékeikkel ők is megszerezzék a logót
- 3) **Segíti az állami környezetpolitikai célkitűzések megvalósítását** is, hiszen a környezetet kevésbé terhelő termékek, technológiák általános elterjedése összességében kedvezően befolyásolja a környezet állapotát. A környezeti jelzések **elősegíthetik, a modern környezetgazdálkodási alapelvek érvényesülését** (megelőzés elve, együttműködés elve, okozói elv).

A **logó alkalmazása a felvilágosítás-tudatformálás fontos eszköze** is. Általános elterjedésük **fokozza a fogyasztók környezeti érzékenységét**. Főleg igaz ez akkor, ha a jelzés kiegészítésként megjelenik az adományozó pontos indoka is: hogy a pozitív értékelés mely környezeti elemre vagy tulajdonságra vonatkozik.

Ezzel a **fogyasztóban is tudatosulhat a termékek okozta „rejtett” környezetterhelés** (pl. újrapiapír használata nemcsak fa, de energia- és vízkímélet is).

### **Külföldi hivatalos környezeti jelzések:**

#### **Kék angyal” (a német jelzés)**



A **legrégebbi és legismertebb külföldi környezeti jel**. A „Kék angyal” **1977-ben vezették be**, azóta **80 termékcsoporthoz** – a betétes italcsomagolástól a fogkeféig – **több mint 4200 termék** kapta meg (szigorú minősítési eljárás után).

Eredetileg – miként a magyar „cédrus” – **a jelzés csupán a termék általános környezeti tulajdonságairól adott pozitív információt**.

A visszaélések és a fogyasztók korrekt tájékoztatása érdekében a jelzés ma már tartalmazza azt a kedvező ökológiai indokot is, amelyre tekintettel a termék megkapta logó használati jogát.

### Az osztrák logó



1990-ben vezették be. Eddig 44 követelményeiben szigorú irányelvet dolgoztak ki, a jelzés viselésének jogát 440 termék kapta meg.

Külön irányelvet dolgoztak ki a turisztikai létesítményekre, ahol a beszerzés, tisztítás, energiaháztartás, víz/szennyvíz, konyha, étkezés, hulladékgazdálkodás, berendezés stb. „környezetbarátságát” értékelik (eddig 140-e kapták meg).

### Az „Eurovirág” (az EU jelzése)



1992-ben vezették be az Európai Unió által önállóan jegyzett környezetbarát védjegyet (a tagállamok számának megfelelő csillagvirág-szirommal).

Az EU területén használható logót az egyes nemzeti védjegyekről függetlenül, de egymást kiegészítő, bonyolult eljárás keretében az egyes országokban arra kijelölt hivatalos szervek adományozzák.

Irányelveket eddig 15 termékcsoporthoz dolgoztak ki, kb. 250 termék nyerte el a minősítést.

### Egyéb iparági (nemzetközileg használt) jelölések

#### Naturtextil



**A Naturtextil: 16 textilgyártó és importőr termékein használt jelölés. Csak 100 %-ban természetes alapanyagból készült termék kaphatja, tiltott a szintetikus eredetű színező és adalékanyagok felhasználása is.**

A **logó használatának engedélyezésekor értékelik** az alapanyag előállításának (az ültetvények művelésének, illetve az állattartásnak) biológiai, a szállítás, feldolgozás ökológiai és szociális (!) jellemzőit is.

Az értékelésnél – a „*TransFair*”-hez hasonlóan – szociális szempontokat is figyelembe vesznek.

## **TransFair**



Ez a logó a „harmadik világ” országainak (főleg élelmiszeripari) termékein jelenik meg és azt jelzi, hogy a termék forgalmazói elfogadták és betartják a TransFair elveit.

**Cél:** a termelők (általában kisparaszti szövetkezetek) munka- és életkörülményeinek javítása a fejlődő országokban.

**Ösztönzés:**

- ✓ a piacképes,
- ✓ jó minőségű termékek (gyümölcsök, bab, kávé, tea, csokoládé stb.) előállítására,
- ✓ azok ellenértékének tisztességes megfizetésére,
- ✓ a helyben felhasználható (fenntartható) fejlesztési alapok képzésére.

Német központú egyesülés.

Elsősorban a közvetítőket kiiktató, hosszú távú kereskedelmi kapcsolatokat támogatják.

## **IFOAM**



**IFOAM:** Itt a logónál lényegesebb a mögöttes szervezet, hiszen világszerte az IFOAM koordinálja az ökológiai mezőgazdálkodást.

**100 ország több mint 700 tagszervezetének fedőszervezeteként:**

- ✓ közzéteszi a biotermékek minőségi irányelveit,
- ✓ szervezi a biogazdálkodó mozgalom tapasztalatcseréjét,
- ✓ ellátja képviselőit.

Teljes jogú magyar tagszervezete a Biokultúra Egyesület.

### **Ionizáló sugárral kezelt élelmiszer**



Elsősorban **csíráatlanítási, tartósítási céllal** – külön engedély alapján – **az élelmiszereket ionizáló sugárdózissal kezelik** (szárított zöldségek- gyümölcsök, fűszerek, mazsola, burgonya, hagyma).

**Ez a kezelési eljárás több országban tiltott.**

Az EU – Magyarországhoz hasonlóan – **feltételekkel megengedi**, de a csomagoláson szerepeltetni kell „**az ionizáló energiával kezelt**” kifejezést és alkalmazható az ehhez rendszeresített (sajnos zöld színű) nemzetközi jel is.

**Irányadó jogszabály:** 1/1996. (I.9.) FM-NM-IKM sz. rendelet 27.§ (4) bekezdése, módosult az új, irányadó jogszabály: a **79/2006. (XI. 17.) FVM rendelet**.

### **Génkezelt élelmiszer**



**Génkezelt élelmiszer:** a „*Géntechnológiával előállított összetevőt tartalmaz*” feliratnak és a mellékelt (nemzeti színű!) jelölésnek kell(ene) megjelennie mindazon termékek csomagolásán, **amely géntechnológiával** módosított szervezetből áll, vagy részben ilyen szervezetet tartalmaz (a jelölésnek ez utóbbi pontos megnevezését is tartalmaznia kell). Irányadó jogszabály: 1/1999. (I.14.) FVM számú rendelet 15.§ (1) bekezdése; módosult az új, irányadó jogszabály:142/2004. (IX. 30.) FVM-GKM együttes rendelet)

## Újrafelhasználásra utaló jelzések

### Újrafelhasználásra utaló jelzések

Ezek a „**nem hivatalos**” **nemzetközi jelzések** a termék (csomagolás) **elméleti újrahasznosíthatóságáról** adnak a fogyasztónak **tájékoztatást**.

Azt **jelzik**, hogy a termékek/csomagolások hulladékai anyaguknál fogva **értékes másodnyersanyagok** – ami azonban nem jelenti azt, hogy nálunk valóban újrahasznosításra is kerülnek. Ennek ugyanis **logikus előfeltétele** lenne egy országos szelektív hulladékgyűjtési rendszer kiépítése – ami Magyarországon sajnos még csírájában sem lelhető fel.

A terméket gyártó cégeket azonban a valós helyzet sokkal kevésbé érdekli, mint a „pozitív jelzésértékkel bíró” alkalmazásától várható előn

## Körbenyilak” műanyagokhoz



### „Körbenyilak” műanyagokhoz

A műanyagtermék/csomagolás alján, a „körbenyílban” gyakran **egy szám jelenik meg**, alatta **kiegészítő betűjelzéssel**.

Ezek **segítik a műanyagfajta beazonosítását**, melynek – más országokban – az **újrahasznosítást megelőző gyűjtésnél, válogatásnál van jelentősége** (az ipar számára csak az egynemű műanyag hulladék értékes).

Bár **Magyarországon nem kötelező a műanyagfajta jelölése**, ennek ellenére közöljük a számok „megfejtését”. Ennek oka az, hogy segítsünk **felismerni a környezetre-egészségre legnagyobb veszélyt jelenthető műanyagfajta**: a PVC-t.

**Más országokban** – ha még nem tiltották ki – a **tudatos fogyasztók ma már kerülnek a PVC-ből készült gyermekjátékokat és élelmiszer-csomagolásokat**.

Szám	Rövidítés	Műanyagfajta
01	PET	Polietilénterftalát

02	PE-HD	Polietilén
03	PVC	Poliviniklorid
04	PE-LD	Polietilén
05	PP	Polipropilén
06	PS	Polisztirol
07	PBT	Polibutiléntereftalát
07	PC	Polikarbonat

## „Maszek logók”

A „hivatalos” (semleges) logók mellett cégek, iparágak, de egyesületek is gyakran használnak maguk által alapított és adományozott környezeti jelzéseket.

Elterjedésüket könnyíti, hogy Magyarországon nincs jogszabály, amely tiltaná vagy korlátozná a „maszek zöld logók” alkalmazását (fellépni ellenük pedig csak akkor lehet, ha a logójukon megjelenik a „környezetbarát” szó).

A jó szándékú indítást nem vitatjuk, de ténykérdés, hogy saját jelzést kitalálni sokkal egyszerűbb és olcsóbb, mint a „Cédrus” logót megszerezni.

Mivel a „maszek jelzések” hitelességét, az adományozás megalapozottságát, rendjét követni lehetetlen – így az a fogyasztók számára megtévesztő lehet.

Különösen igaz ez akkor, ha:

- a cég környezetre való hivatkozása alaptalanul,
- a fogyasztók növekvő környezeti érzékenységét kihasználva,
- önös piaci előnyök szerzése érdekében történik.

A környezeti reklámozás, felcímkézés keresletnövelő hatását, "imázsépítő" nagyszerűségét az ipar és a kereskedelem nálunk is hamar felismerte.

Különösen ráférne az önmérséklet a zöldre mázolásban jeleskedő:

- ✓ csomagolóiparra,
- ✓ gépjármű lobbira és
- ✓ a háztartási mosó- és vegyszergyártókra.

És még valami.

Ha van is némi valós tartalma a reklámnak, talán akkor sem kellene azt a látszatot ébreszteni mintha termékük a környezetre semmi veszélyt nem jelentene (mintha létezne hogy a fogyasztó annál környezetkímélő mosópor, környezetbarát autó, stb.) környezetvédeőbb, minél többet fogyaszt cégük "környezetbarát" termékből.

A „maszek logók” a hivatalosság látszatát keltve általában:

- körpecsét alakúak (pl. a Caola Rt. által használt jelzés) vagy
- zöld színűek (lásd: a RÁBA Euro-motorok vagy a „Zöld ecset” festékcsalád logóját).

Ezek népszerűsítése nem célunk, – inkább egy olyan nem hivatalos (német) jelzésre hívnánk fel a figyelmet, melyet tapasztalatunk szerint a felnőtt magyar fogyasztók is gyakran félreértelmeznek: „Der Grüne Punkt” (a német zöld pont) Németországban bevezetett „magánbillog”.

A német csomagolóanyag gyártók és a kereskedelmi hálózatok kényszerűségéből – hogy megmeneküljenek a csomagolóanyagok kötelező visszaváltásától – 1995-ben egy saját begyűjtő rendszert állítottak fel (DSD) és annak saját védjegyeként bevezették

## „Der Güne Punkt” – a zöld pont jelölés



„Der Güne Punkt” (A Zöld Pont) jelölés.

A csomagolóanyagon megjelenő jel tehát csupán arra utal, hogy a **gyártó-forgalmazó cég Németországban bekapcsolódott a visszagyűjtést működtető hálózatba** (megvásárolta a logó használatának jogát), az így jelölt hulladékot az erre rendszeresített (sárga) konténerekbe kell bedobni. Vagyis a Zöld Pont nemhogy nálunk, de még „otthon” sem közvetít semmit a csomagolóanyag környezeti tulajdonságairól, gyártásának, ártalmatlanításának körülményeiről.



(Forrás: [Reflex Környezetvédelmi Egyesület](#))

## MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ

**Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)**

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

**Számos dolgot tehetünk**, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarorszag/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!

**CSALÁN KÖRNYEZET- ÉS TERMÉSZETVÉDŐ EGYESÜLET**  
**8200 Veszprém, Rákóczi u. 3. I/2.**

**12. számú**

**ÓRAVÁZLAT**  
**FOGYASZTÓVÉDELMI ISMERETEK**

**9-12. évfolyamok osztályfőnöki órájára**

**Téma: mire ügyeljünk a különböző tartós fogyasztási**  
**cikkek vásárlásakor (mobiltelefonok, PC-k, audió-vizuális cikkek).**

**Vásárlás az internetről**

**Amit az elektronikus kereskedelemről tudni illik.**

**Készítette:** Mitev Hrisztó

**Készült: a TÁMOP 5.5.6.-08/2 „A fogyasztóvédelem társadalmatisítása tudatos**  
**fogyasztói magatartás kialakításával” című pályázat keretében**

**„Mert mindenki fogyasztó – Tájékoztató kampány a Közép-dunántúli régióban” (TÁMOP**  
**5.5.6. – 08/2 – 2008 – 0007) program**

**A foglalkozás időtartama: 45 PERC**

Sor-szám	Megnevezés	Tematika leírása	Időtartam
	<b>Bevezető:</b>	<b>A foglalkozás témája, tárgya:</b> <b>Vásárlási tanácsok.</b> <b>Az elektronikus kereskedelemről,</b> <b>vásárlás az internetről</b>	
1.	<b>A foglalkozás első részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Mire ügyeljünk vásárláskor. A legveszélyesebbnek minősített fogyasztóvédelmi problémák</b> <b>Tipikus fogyasztóvédelmi esetek</b>	<b>0-15 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
2.	<b>A foglalkozás második részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Mire ügyeljünk: netbook, MP3-lejátszó, printer, fotónyomtató, adathordozók, mobiltelefon, GPS, mikrohullámú,DVD, tűzijátékok vásárláskor</b>	<b>16-30 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása az egyes cikkek, termékek vásárláskor követendő eljárás, gyakorlati kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
3.	<b>A foglalkozás harmadik részének tartalma, tárgya:</b>	<b>Az Internetes és az elektronikus kereskedelemre ható szabályok</b>	<b>31-40 perc</b>
	<b>Javaslat a téma feldolgozására (interaktív módon)</b>	<b>az osztály bevonása a megjelölt kereskedelmi formák igénybevitelével kapcsolatos tudnivalókról, vásárláskor követendő eljárás, gyakorlati kérdések megválaszolásába, esetleg példákkal illusztrálva</b>	
4.	<b>Összefoglaló</b>	<b>FOGALMAK és ami mögöttük van</b> <b>A VÁSÁRLÁS TANULSÁGAI</b>	<b>41-45 perc</b>
5.	<b>Javaslat házi feladatra, otthoni munkára,</b>	<b>Írjanak egy cikket az internetes és az elektronikus kereskedelem előnyeiről és hátrányairól, fogyasztóvédelmi vonatkozásairól!</b>	
		<b>EGYÉB KÖVETKEZTETÉSEK</b>	
		<b>HA BELEFÉR AZ ÓRÁBA:</b> <b>VILLÁMKÉRDÉSEK</b>	
		<b>DÍCSÉRETEK, BÍRÁLATOK</b>	

**Minél jobban fel tudunk készülni a kihívásokra, ha minél korábban, minél fiatalabb korban kezdünk el „tudatos fogyasztóvá válni”, mert így válik az életünk, mindennapi gyakorlatunk, életvitelünk részévé, beidegződik a cselekvésünkbe.**

**„A felkészült fogyasztó a legvédelettebb fogyasztó”**

## TARTALOMJEGYZÉK:

**Általában mire ügyeljünk a vásárláskor?**

**Melyek a legveszélyesebbnek minősített fogyasztóvédelmi problémák**

**Tipikus fogyasztóvédelmi esetek**

**Lábbelik vásárlásakor előforduló problémák**

**Élelmiszerek vásárlásakor előforduló problémák**

**Mire ügyeljünk a közüzemi és a távközlési, internet szolgáltatók esetében?**

**Gáz, villany, vízszolgáltatók:**

**Internet, telefon szolgáltatók:**

**Gyermekjátékok vásárlásakor előforduló problémák**

**Tipikus fogyasztóvédelmi esetek megoldása**

**A netbook vásárlásával kapcsolatos tudnivalók**

**A netbook néhány fontos tulajdonsága**

**Hogyan válasszunk MP3 lejátszót?**

**Mire kell vigyázni a (MP) készülék használatakor?**

**Fülre vigyázni!**

**Praktikus tanácsok a készülék vásárlásához**

**Olcsó tintasugaras nyomtató és drága patron**

**OEM vagy for use?**

**Mi lesz a garanciával?**

**Utántöltés = gyenge minőség?**

**A Hamis patron veszélyei**

**Hogy spóroljunk, mire ügyeljünk nyomtatáskor?**

**Fotónyomtató-szemle**

**Felbontóképesség, egyéb jellemzők**

**A fotónyomtatók típusai működési elvük szerint**

**Adathordozók vásárlása**

**Gyorsat, megbízhatót**

**Dolgozz pendrive-ról!**

**Páncélba zárt adatok**

**(használt) Mobiltelefon áfa nélkül**

**Áfa nélkül? Milyen alapon?**

**Biztonságosak ezek a készülékek?**

**Mire figyeljünk, ha áfa nélküli telefont vennénk?**

**GPS-körkép**

**Választási szempontok**

**Szűrt infók**

**Amit a mikrohullámú sütőkről tudni illik**

**Mit gondoljunk át vásárlás előtt?**

**Új gép a konyhában**

**Tévhittek és félelmek**

**Olcsó DVD-lejátszók**

**Médiaformátumok**

**Zónák, régiókódok**

**Képtulajdonságok**

**Audio és video kimenetek**

**Tudnivalók a tűzijátékokról**

**A választék**

**Szigorú szabályok között**

**Az elektronikus kereskedelemről általában**

**Mi az internetes vásárlás?**

**A szabályozás fő kérdései, területei**

**A fogyasztók tájékoztatása**

**Elállás esete, lehetősége**

**A teljesítésre vonatkozó szabályok**

**Az elektronikus úton kötött szerződésekre vonatkozó szabályok**

**Személyes adatok védelme**

**Az elektronikus szolgáltatásokra vonatkozó különös fogyasztóvédelmi szabályok**

**Fogyasztóvédelem az elektronikus szolgáltatások esetében**

**Internetes és elektronikus kereskedelem**

**Mi az elektronikus kereskedelem**

**A legfontosabb jogszabályi tudnivalók**

**Fogyasztóvédelmi problémák az elektronikus kereskedelemben**

**Fogyasztóvédelmi problémák fajtái**

### **JAVASOLT KÉRDÉSEK A TÉMA FELDOLGOZÁSÁHOZ:**

- 1.) Általában mire ügyeljünk a vásárláskor?
- 2.) Melyek a legveszélyesebbnek minősített fogyasztóvédelmi problémák?
- 3.) Melyek a tipikus fogyasztóvédelmi esetek?
- 4.) Lábbelik vásárlásakor melyek a leggyakrabban előforduló problémák?
- 5.) Melyek az élelmiszerek vásárlásakor előforduló problémák?
- 6.) Mire ügyeljünk a közüzemi és a távközlési, internet szolgáltatók esetében?
- 7.) Gyermekjátékok vásárlásakor mire kell figyelni?
- 8.) Mit tudnunk a tipikus fogyasztóvédelmi esetek megoldásának lehetőségeiről?
- 9.) Mit kell tudni a netbook vásárlásával kapcsolatban?
- 10.) Mi a különbség a netbook és a notebook között?
- 11.) Hogyan válasszunk MP3 lejátszót?
- 12.) Mire kell vigyázni az MP3 készülék használatakor?
- 13.) Tintasugaras nyomtatók vásárlásakor mire ügyeljünk?
- 14.) Mire ügyeljünk a tintasugaras nyomtatókhoz patronok vásárlásakor?
- 15.) Mire kell odafigyelnünk, ha fotónyomtatót akarunk vásárolni?
- 16.) Mire kell különös figyelmet fordítanunk az adathordozók vásárlásakor?
- 17.) Mire figyeljünk, ha áfa nélküli telefont ajánlanak megvételre?
- 18.) Milyen típusú és „képességű” GPS-készüléket vásároljunk, hogy ne bosszankodjunk a használatakor?
- 19.) Mit gondoljunk át mikrohullámú készülékek vásárlása előtt?
- 20.) Milyen típusú és „képességű” DVD-lejátszót vásároljunk, hogy ne bosszankodjunk a használatakor?
- 21.) Mikor milyen típusú tűzijátékok vásárlására van lehetőségünk?
- 22.) Mi az elektronikus kereskedelem és mire jó?
- 23.) Van-e különbség az Internetes és az elektronikus kereskedelem között?
- 24.) Milyen szabályok vonatkoznak az elektronikus úton kötött szerződésekre?

25.) **Milyen különös fogyasztóvédelmi szabályok vonatkoznak az elektronikus szolgáltatásokra?**

## **SEGÉDLET – IRODALOM– SZÖVEGGYŰJTEMÉNY:**

### **Általában mire ügyeljünk a vásárláskor?**

Noha a **fogyasztói jog bizonyos védeltséget nyújt a fogyasztóknak**, azért a legegyszerűbb mindig a **baj megelőzése**.

A problémákat **nem tudjuk minden esetben kivédeni**, azonban kis odafigyeléssel sok kellemtelenségtől óvhatjuk meg magunkat.

Az alábbiakban összefoglalhatjuk, **mire érdemes ügyelni vásárláskor**:

- **olyan helyen vásároljunk**, ahol megfelelő **tájékoztatást kapunk** a vásárolni kívánt **termékekről**. Jogunk van:
  - **magyar nyelvű termékleírást** kapni,ismerni az adott **termékek**
  - **tulajdonságait**,
  - **veszélyeit**,
  - **használatát**.
- Általában elmondható, hogy:
  - az adott **termékcsoportra specializálódott szakboltokban nagyobb eséllyel kapunk alapos tájékoztatást**,
  - mint a sokféle árucsoportot kínáló **nagyáruházakban**.
- **Vásárláskor az eladó köteles nyugtát, blokkot**, illetve kérésünkre **számlát** kibocsátani. Győződjünk meg róla, hogy a nyugtán **szerepelnek-e**:
  - **az értékesítő adatai** (neve, címe és adószáma),
  - a feltüntetett **vételár azonos-e a fizetettel**,
  - illetve **szerepel-e** rajta a **kiállítás dátuma**.A **blokkot** mindenképpen **őrizzük meg**, hogy az esetleges **reklamációnkat** legyen mire alapoznunk. A **blokkal**:
  - **tudjuk igazolni a vásárlás** (az „adás-vétel”) **tényét**, és annak birtokában
  - **tudjuk érvényesíteni** az adott termékre vonatkozó:
    - **szavatossági**, illetve
    - **garanciális****jogainkat**.
- **Egyes tartós használt termékek, fogyasztási cikkek esetében kötelező a jótállás, a garancia biztosítása. A termékek vásárlásakor**:
  - a fizetést tanúsító **bizonylat (nyugta, blokk, számla)** mellé
  - **kötelező garanciajegyet is csatolni**, amelyet
  - **érvényesíteni kell** (a bolt bélyegzőjével, a vásárlás időpontjával és aláírással).

A jótállási jegyet a vásárlást tanúsító bizonylattal együtt **meg kell őriznünk**, mert a **termék meghibásodása esetén csak ezek birtokában érvényesíthetjük** garanciális jogainkat. Ennek hiányában ugyanis

- **sem a kereskedő,**
  - **sem a garanciajegyen szereplő, kijelölt szerviz nem kötelezhető** a garanciális kötelezettségeik teljesítésére.
- Fontos tudnunk, hogy **a leértékelt árura is érvényes a jótállás**. Abban az esetben, ha a kereskedő feltünteti, hogy:
- milyen **minőségbeli csökkenés miatt** történt a leértékelés,
  - akkor ez esetben viszont **erre a hibára nem vonatkozik a garancia**.
- **Ha nem akarunk problémákat, olyan boltban vásároljunk, ahol a termékek árát:**
- **pontosan,**
  - könnyen azonosíthatóan és
  - **egyértelműen feltüntetik.**

**Több eladási ár egyidejű feltüntetése esetén az áru eladási árán a feltüntetett legalacsonyabb eladási árat kell érteni.**

## **Melyek a legveszélyesebbnek minősített fogyasztóvédelmi problémák**

A **legveszélyesebb fogyasztóvédelmi esetek mindig azok**, amelyeknél:

- **az egészségünk**, vagy még rosszabb esetben
- **az életünk**

**kerül veszélybe.**

Az élelmiszeripar az egyik olyan terület, amelynél **a nem megfelelő minőségű termékek kockáztatják az egészségünket.**

Vásárláskor sokan **gondolkodás nélkül pakolják tele a kosarukat**, anélkül, hogy elgondolkodnának, vajon **milyen összetevőket is tartalmaznak** a megvásárolt élelmiszerek. Sokan megnyugtatták magukat azzal, hogy **az időről időre kirobbanó hatalmas élelmiszerbotrányoktól eltekintve nem érheti nagy baj őket**. Pedig **ha nem nézzük:**

- ✓ **a dioxinnal fertőzött,**
- ✓ **esetleg „guar”-gumit tartalmazó élelmiszereket,**
- ✓ **az ólommal „dúsított” pirospaprikát, vagy**
- ✓ **a szennyezett csecsemőtápszereket,**

akkor is találunk aggódnivalót.

A **mai napig vitatott, hogy az ételekben található sokféle adalékanyag:**

- ✓ **milyen hatással van** vajon az **emberi szervezetre**, és
- ✓ **milyen problémákat okozhat**

az évek során:

- ✓ **az elfogyasztott élelmiszereknek és**
- ✓ **tisztítószereknek köszönhetően**

**a testünkben felhalmozódott sokféle vegyi anyag.**

**A veszélyes adalékanyagok mellett a romlott ételek is okozhatnak súlyos panaszokat.** (Pl.: a közelmúltban egy vendéglőben elfogyasztott romlott libacomb elfogyasztásába halt bele egy férfi.)

Az élelmiszerek mellett **a nem megfelelő gyermekjátékok is:**

- ✓ **súlyos veszélyforrást jelentenek,**
- ✓ **a 3 év alatti gyerekek fulladását is okozhatják az apró műanyag alkatrészek.**

Ezen kívül **minden karácsonykor lehet hallani:**

- ✓ a rossz minőségű karácsonyfaégőknek „köszönhető” tüzesetekről is.

## Tipikus fogyasztóvédelmi esetek

Az alábbiakban összefoglaljuk a legjellemzőbb fogyasztóvédelmi eseteket.

Ezzel szeretnénk felhívni a figyelmet azokra a termékekre és szolgáltatásokra, amelyek vásárlásánál **mindenképp érdemes körültekintőnek lennünk.**

Vegyük sorra az egyes termékeket, szolgáltatásokat:

## Lábbelik vásárlásakor előforduló problémák:

A megvásárolt cipők (férfi vagy női szandál, félcipő, női csizma, gyermekcipő, sport-lábbelik különböző típusai stb.) **gyakran képezik minőségi reklamáció tárgyát.** Ezeknél a termékeknél örökösen felmerülnek olyan problémák, amelyek a **fogyasztóvédelmi esetek nagy klasszikusai közé sorakoztak fel.**

Gyakran van probléma:

- ✓ a „nem rendeltetésszerű”-nek titulált **használatból,**
- ✓ a **hónapokig elhúzódó vizsgálatból,** és
- ✓ a **szavatossági időn** történő vitatkozásból.

## Élelmiszerek vásárlásakor előforduló problémák:

A leggyakrabban – szinte **naponta** – vásárolunk élelmiszert.

Az **elfogyasztott ételek jelentős hatást gyakorolnak az egészségünkre,** nem is csoda, hogy a fogyasztóvédelmi **panaszok jelentős hányada erről a területről kerül ki.**

**Élelmiszerek vásárlásakor** mindenképp érdemes **ellenőriznünk,** hogy:

- ✓ **az adott termék minősége** (minőség-megőrzési-, fogyaszthatósági ideje) **nem járt-e még le,** és
- ✓ érdemes **olyan terméket választanunk,** amelyben **a lehető legkevesebb a tartósítószer és adalékanyag** (ha nem nagyon értünk az „E számokhoz”, akkor érdemes követnünk azt az irányelvet, amely szerint **a legkevesebb összetevőt tartalmazó terméket** érdemesebb választani).

## Mire ügyeljünk a közüzemi és a távközlési, internet szolgáltatók esetében?

### Gáz, villany, vízszolgáltatók:

**Gyakran képezik** – a különböző okokra visszavezethető – **panaszok tárgyát** ezek a szolgáltatók. Jelentősen **megnehezíti a fogyasztók dolgát,** hogy gyakran nincs is választási lehetőségük, mivel ezek a „termékek” a **legtöbbször vezetéken keresztül érkeznek.**

### Internet, telefon szolgáltatók:

Az elmúlt években a **legdinamikusabban ez a két szolgáltatási terület növekedett,** így a slágerterületek egyikévé nőtte ki magát.

**Rengeteg az akció és a kedvezmény,** ám az óriásplakátok és a reklámok nem terjednek ki minden részletre.

Nagyon fontos, hogy még a **szerződés megkötése előtt elolvassuk annak apró betűs részeit is!**

### **Gyermekjátékok vásárlásakor előforduló problémák**

Nagyon fontos a **gyerekek, a gyermekeink egészsége és testi épsége.** Éppen ezért figyeljünk oda arra, hogy milyen játékokat vásárolunk nekik.

**Három éves kor alatt semmiképp se vegyünk apró műanyag alkatrészeket tartalmazó játékokat.**

Jó ha tudjuk, hogy a **kínai műanyag játékgyerekek** nagy százalékánál egy játékhoz képest **túl nagy erővel lőhető ki a lövedék,** ami sérülésekhez vezethet.

### **Tipikus fogyasztóvédelmi esetek megoldása**

Ha **fogyasztóvédelmi ügybe – reklamációba és az ezzel kapcsolatban keletkező – vitába csöppenünk,** és úgy érezzük, hogy:

- ✓ az **esetünk megoldása kilátástalan és**
- ✓ **semmi reményünk sincs,**
- ✓ maximum **pereskedhetnénk,** ahhoz viszont
- ✓ **se kedvünk, se energiánk,**

akkor fontos tudnunk, hogy **létezik más megoldás is.**

**Sok esetben, ha az adott kereskedő (cége, vállalata) látja, hogy tisztában vagyunk a jogainkkal, akkor máris hajlandó engedni. Nézzünk néhány tipikus példát:**

**Sok vásárló járt már úgy, hogy a hibás:**

- ✓ **műszaki cikket,**
- ✓ **bútort, vagy**
- ✓ **egyéb terméket**

**visszavitte a vásárlás helyére,** onnan azonban továbbirányították:

- ✓ **a szervizbe,** amely azonban
- ✓ **területileg messze van.**

**Fontos tudnunk, hogy a jog mellettünk van** ez ügyben, hasonló helyzetben érdemes arra hivatkoznunk, hogy **tisztában vagyunk vele:** hibás termék esetében megválaszthatjuk, hogy:

- ✓ **az üzletbe,** avagy
- ✓ **a szervizbe**

visszük vissza az adott terméket.

Az is **gyakori probléma,** hogy a **hibás termék vételárának levásárlását kínálja fel a kereskedő,** viszont:

- **mi nem találunk** semmi olyan portékát, **ami nekünk tetszene,** vagy
- a meghibásodás után **már nem bízunk az adott üzletben és a forgalmazott termékeiben.**

**Jó, ha tudjuk**, hogy ezt a **felajánlást nem kötelező elfogadnunk**, ha ugyanis **az üzlet** nem tudja vállalni:

- az adott **termék megjavítását**, vagy
- **kicserélését**, akkor joggal
- **követelhetjük a teljes vételár visszafizetését** (vagyis **elállhatunk a szerződéstől!**)!

Az előzőekben ismertetett **általános** – és néhány termék értékesítésével, szolgáltatás igénybevételevel kapcsolatban megismert – **információkat követően, tekintsük át**

- néhány ma **aktuálisnak tekinthető** és ebből kifolyólag
- **nagy keresletnek örvendő**

**fogyasztási és műszaki cikkel kapcsolatos speciális információkat.**

Az **alábbi cikkekkel** kapcsolatban hívjuk fel a figyelmet a **fontosabb vásárlási tudnivalókra**:

- ✓ a **számítástechnikai eszközök** közül: netbook, MP3 lejátszót, nyomtatók (fotónyomtatók), adathordozók;
- ✓ használt mobiltelefonok,
- ✓ GPS készülékek,
- ✓ **háztartási elektronikai készülékek** közül: a mikrohullámú készülékek,
- ✓ **audió-vizuális cikkek** közül a DVD-lejátszók
- ✓ az **egyéb cikkek** közül a **tűzijátékok**

## A netbook vásárlásával kapcsolatos tudnivalók

A netbook:

- ✓ ideális ajándék és
- ✓ jó választás lehet,

ha pontosan tudjuk, kinek és milyen használatra szánjuk.

Tudjuk azonban, hogy mi a különbség a netbook és a notebook között?

### Netbook:

**Mini laptop**, kicsi és kicsit lebutított notebook. Kijelzője 12 inch alatti, és általában kifejezetten internetezésre van kialakítva, nincs benne optikai meghajtó (nem lehet vele dvd filmet nézni, cd-t hallgatni)

A Netbook: a sokat utazó, egyszerű és nem nagy gépigényt kívánó szoftvereket használóknak ajánlott. Internetezésre, e-mailezésre, mobil számlázásra kiváló alkalmas.

Szövegszerkesztésre, táblázatkezelésre is megfelelő, de film és zenehallgatás is megoldható vele.

### Notebook

A leggyakoribb mobil számítógép. A notebook súlya 2-3 kg körül van, tudása általában a közepes kategóriába esik.

Ma már egyenértékű szóként használjuk a lappal, bár számítógép történetileg a kettő nem ugyanaz.

A netbookok elterjedése két okra vezethető vissza:

- Az egyik ok, hogy az **internetes alkalmazások** sokak számára a **számítógép fő felhasználási területévé léptek elő**. Nem szorul külön magyarázatra az a tény, hogy:
  - a **webes böngészés**,
  - a **csevegő-programok futtatása** és
  - az **elektronikus levelezés** vagy
  - a **szövegszerkesztés**

**nem igényel** olyan **hardverkiépítést**, mint egy komolyabb játék, vagy grafikus alkalmazás.

Ráadásul épp ezek a felhasználási területek **jelentősek a mobilitás szempontjából**.

- A **másik ok** a **notebookok (laptopok) viszonylag magas áraiban** keresendő. Igény mutatkozott a felhasználók részéről egy **olyan mobil készülék iránt, ami:**
  - **olcsó**,
  - alkalmas az **alapvető netes és irodai alkalmazások futtatására**, emellett
  - **kis helyen elfér** és
  - **kitölti a PDA-k és laptopok közötti piaci rést**.

A netbookok árai hatvanötezer forintnál kezdődnek, de vannak egyedi akciók, melyek során olcsóbban is beszerezhetjük.

A netbookok hardveres teljesítménye többnyire **alulmúlja**

- **az asztali gépek**, vagy a
- **középkategóriás notebookok szintjét**.

Ez nem is baj, hiszen nem arra tervezték őket, hogy felvegyék a versenyt nagyobb testvéreikkel. Ebből következően viszont **bizonyos felhasználási célokra nem igazán alkalmasak.**

### **A netbook néhány fontos tulajdonsága:**

- **A kijelző mérete 9-11" között mozog, ez megfelelő:**
  - **pár óras használatra,**
  - **szövegolvasásra,**
  - **internetes szörfözésre,**
  - **de kifejezetten megterhelő,**
  - **ha valaki hosszabb időn keresztül dolgozik rajta.**

Ezért **nem igazán alkalmasak** céljára, vagy **családi gépnek.**

Hasonló árért – használtan ugyan – de szinte **minden igényt kielégítő családi asztali gépet vásárolhatunk megfelelő monitorral,** ami a legújabb játékokon kívül szinte **minden otthoni felhasználásra alkalmas** (filmnézés, zenehallgatás, régebbi játékok, internet).

- **Wifi kapcsolódási lehetőség** feltétlenül legyen benne, mert egy **külső adapter nem túl olcsó és nem is praktikus,** a netbook lényege pedig épp az, hogy **utazás közben bármikor könnyedén "levadásszunk"** egy-egy utunkba eső **hotspotot..**
- A netbookok többnyire **nem rendelkeznek optikai meghajtóval** (CD-, DVD meghajtó), az így tárolt adatainkhoz tehát:
  - **csak külön külső meghajtóval,**
  - **vagy egy másik számítógép és pendrive közbeiktatásával férhetünk hozzá.**
- Netbookok készülnek **hagyományos merevlemezekkel** is, de gyakran csak néhány GB kapacitású **flash memóriával rendelkeznek,** az pedig tényleg csak\_
  - **egy minimalizált operációs rendszerhez és**
  - **kevesebb adat tárolásához elegendő.**
- Elsősorban azoknak **ajánljuk** e termékeket, akik:
  - **egy asztali vagy komolyabb laptop mellé,**
  - **gyakori utazások esetére****második gépként szeretnének egy könnyű és praktikus hordozható megoldást.**

### **Hogyan válasszunk MP3 lejátszót?**

**Ha film lejátszására képes hordozható elektronikai terméket – ajándékként – szeretne vásárolni,** de nem tud eligazodni a számtalan jelölés között?

**A választás sajnos tényleg nem egyszerű.**

**Érdeemes alaposan utána nézni mi mit jelent,** mielőtt a kiválasztanánk a készüléket.

**A hordozható zenelejátszók nem a XXI. század találmányai.**

**Az 1980-as években kezdett tömegesen elterjedni a sétáló zenehallgatás,** akkor még igen drága, **elemmel működő kazettás zsebmagnók** formájában.

**A 90-es években a CD lemezek lejátszására is alkalmas** kütyük voltak a favoritok, majd nagyjából az **ezredfordulóval kezdetét vette az MP3 lejátszók sikerkorszaka.**

Ezek a kis készülékek **sokkal kevesebb energiát** igényelnek, **legtöbbjük saját akkumulátorral rendelkezik,** így használatuk **nem jár folytonos elemcseréssel,** ez pedig **környezeti szempontból sem elhanyagolható körülmény.**

Az **első Mp3-as lejátszók** főként a nevüket is adó fájlformátumok lejátszására voltak képesek, az azóta eltelt időben **jelentős fejlődés zajlott le a mobil zenedobozok piacán**. Eleinte már az is nagy szó volt, ha **több formátummal is megbirkózott** a ketyere, majd **generációs ugrás** következett:

- az egyre nagyobb és színesebb **kijelzők** már **képek**, sőt
- **videók megjelenítésére is alkalmassá váltak**.

A közelmúltban már megjelentek a piacon az **MP5 lejátszók**.

Az **Mp3 és Mp4 elnevezések** még **fájlformátumokat is takarnak**, az **Mp5** esetében már nem erről van szó, mindössze a készülékek **új generációját kívánták a gyártók** a megnevezéssel érzékeltetni.

Az **Mp4-ek** számos előnyük ellenére szinte kivétel nélkül mind ugyanazzal a **fogyatékosággal küzdenek**:

- **viszonylag szűk az általuk kezelt formátumok köre és kis kijelzővel készültek**,
- **alkalmasak ugyan hosszabb filmek nézésére, de**
- **az élvezhetőség területén még hagynak kívánni valót maguk után**.

A gyártók – felismerve a fogyasztói igényt – elkötelezték magukat egy olyan készülékgeneráció piacra dobása mellett, ami a legtöbb formátummal elboldogul, **intelligensen optimalizálja a feltöltött tartalmakat** a készülék kijelzőjéhez, és az esetleg hardveresen **nem ismert kódolásokat** egy program segítségével a **saját "nyelvére" fordítja**. A kívánatos kijelző-méretet **2,5" körül határozták meg**.

Ezen kívül **egyes típusok**:

- ✓ **fényképezőgéppel,**
- ✓ **GPS vételi lehetőséggel és**
- ✓ **egyéb kiegészítő funkciókkal is**

fel lesznek vértelve

## **Mire kell vigyázni a (MP) készülék használatakor?**

### **Fülre vigyázni!**

A típusok és formátumok mellett **fontos odafigyelni a vásárlás során egy potenciális veszélyre is, a halláskárosodásra**.

Az utóbbi években e **termékek rendkívül elterjedté váltak az Európai Unióban**, egyes becslések szerint **százmillióra** is tehető azoknak a **száma**, akik napi rendszerességgel élvezik a **zenehallgatás ezen formáját**.

Ijesztő, hogy közülük **minden tízedik fogyasztó** úgy hallgat zenét, hogy **hallását maradandó károsodás veszélyének teszi ki**.

Az **EU illetékes szervei ezért lépésekre szánták el magukat, és vizsgálatokat, tanulmányokat készítettek** annak kiderítésére, hogy **milyen feltételek fennállása esetén jelenthet veszélyt a zenelejátszók használata**.

Megállapították, hogy **alapvetően két probléma van**:

- **Az egyik, hogy a használat gyakran zajos helyen, buszon vagy vonaton történik, és itt az alapzaj elnyomása érdekében hajlamosak vagyunk feljebb tekerni a hangerőt.**

A fogyasztók védelme érdekében ezért az EU szeretné elérni, hogy a gyártók építsenek be alapértelmezett hangerő-beállítást lejátszóba a halláskárosodás elkerülése érdekében.

- A másik probléma a huzamos használatban rejlik. A fülbe dugható hangszórók igen könnyen okozhatnak akár maradandó károsodást is. Ha az egy-két méter távolságra tartott headset hangját tisztán, kivehetően halljuk, az a fülbe dugva már káros hangerő.

Az EU által elkészített tudományos [tanulmány](#) azt is megállapította, hogy tartós halláskárosodást okozhat, ha hosszú időn keresztül nagy hangerőn hallgatunk zenét ezeken a hordozható készülékeken.

A jövőben a gyártóknak nemcsak alapértelmezett hangerő-beállításról kell gondoskodniuk, hanem arra is figyelmeztetniük kell a fogyasztókat, hogy a biztonsági határértékek túllépése veszélyes.

Erre valószínűleg a kijelzőn megjelenő piktogram, vagy készülécímke formájában kerül sor.

A jelenlegi szabályok azt írják elő, hogy a használati útmutatóban utalni kell a veszélyre.

## Praktikus tanácsok a készülék vásárlásához

- **Vásárláskor** mindenképpen érdemes szem előtt tartani, hogy ezek a készülékek:
  - igen érzékeny, mikroelektronikai technológiával készülnek,
  - óvatos kezelést igénylenek,
  - használatuk során kerülni kell a szélsőséges hőmérsékleti és fizikai behatásokat.

Persze vannak kifejezetten sportoláshoz ajánlott, strapabíró modellek is. Edzéshez, futáshoz pánttal a karra csíptethető, fél kézzel is kezelhető MP3-lejátszót választhatunk, így a vezetékek sem lesznek útban.

A fülhallgató stabil legyen, az erős fizikai igénybevétel miatt pedig elég kisebb memóriakapacitású lejátszó is. (Minél nagyobb a lejátszó memóriája, annál sérülékenyebb lehet a mechanizmus!)

- Azt is érdemes jó előre eldönteni, hogy mire szeretnénk használni. Semmi értelme jelentős kiadással terhelni a pénztárcánkat, ha csupán munkába és iskolába menet hallgatjuk napi egy-két órát, de filmet nem nézünk rajta, mert a drága technológia nem éri meg az árát, ha nem használjuk ki.

Ha a lejátszót táskában, vagy belső zsebben hordjuk, olyan modellt válasszunk, aminek zsinórján – lehetőleg kijelzős – távirányító is van, így beállításhoz sem kell elővennünk.

A tömegközlekedéssel utazók esetében a jó fülhallgatóra helyezi a hangsúlyt, hogy ne a káros hangerőfokozással, hanem a megfelelő fülessel zárhassuk ki a külvilág zavaró hangjait.

(Ellenben ha szükséges odafigyelni a környezet hangjaira, például görkorizás vagy biciklizés mellett, semmiképp ne használjunk zajsűrűs fejhallgatót, vagy fülest!)

- Nem árt figyelembe venni, hogy egy ilyen új készülék kompatibilis-e a számítógépünkkel, hiszen az esetek legnagyobb részében a PC-ről tudjuk tartalommal megtölteni a lejátszót. Gyakran előfordul, hogy egy több éves számítógép nem, vagy csak igen lassan képes adatokat átvinni a jóval újabb csatlakoztatott eszközre. Itt első sorban a támogatott USB szabványnak van jelentősége, új lejátszók szinte csak USB 2.0 szabványt igényelnek, és az új USB 3.0 szabvány elterjedése is a 2009. évi piacra kerülését követően várható.

- Az egyik igen sarkalatos kérdés a **memória, illetve annak bővíthetősége**. Előfordul, hogy **elsőre remek vételnek tűnik a készülék**, és csak később derül ki, hogy a **memória igencsak kevés**, a bővítés pedig nem, vagy csak több ezer forintos költséggel oldható meg.  
**Ha filmet is akarunk nézni, ajánlatos legalább 4 GB memóriával számolni.** Ha van már otthon memóriakártyánk, próbáljunk olyan készüléket venni, ami kompatibilis a meglévő kiegészítőnkkel.  
**Csak annyi memóriának fizessük meg az árát**, amennyit biztosan kiaknázunk majd!
- Egy **nehezen olvasható kijelző**, logikátlan menürendszerrel **megkeserítheti az életünket!** Ügyeljünk arra, hogy a **kezelőfelület mellett a menü is legyen egyszerűen használható**. Vásárlás előtt próbáljuk ki a menüt! Ha első nekifutásra átlátjuk, később sem lesz vele gondunk.
- **Legjobb, ha egy-egy típusról először az interneten tájékozódunk.** Főleg fórumok és termékhozzászólások adnak hiteles véleményt, de **sok hasznos információt meríthetünk a műszaki cikkek tesztelésével foglalkozó oldalak cikkeiből is.**  
Ha pénztárcánk engedi, **kerüljük az ismeretlennek tűnő neveket** és a kínai után gyártás csodáit!  
**Az árak áttekintésében** segítenek az online ár-összehasonlító oldalak. Elég a kívánt termék márkáját és típusát beírni, vagy bemásolni az oldal keresőjébe ([árgép](#), [depo](#), [olcsóbbat](#)), és máris **válogathatunk a kedvezményes árakon dolgozó webáruházak kínálatából.**
- Bármilyen lejátszó vásárlása mellett döntünk, **lehetőleg válasszunk olyan terméket, melynek vételára tízezer forint feletti**, mert így jogszabálynál fogva **egy év kötelező jótállás is vonatkozik rá.** (Függetlenül a forgalmazó, vagy a gyártó saját garanciájától) A nagy elektronikai áruházláncoknál és nagyobb internetes boltoknál a kedvezményes árak mellett viszonylag **gördülékeny a garanciális ügyintézés.**

## **Olcsó tintasugaras nyomtató és drága patron**

Manapság akár tízezer forintért is saját tintasugaras nyomtatóhoz juthatunk, a beleváló patronok viszont aránytalanul drágák.

Eredeti, gyári patron esetén akár a nyomtató árát is kifizethetjük, ha azonban utángyártottat vagy utántöltöttet veszünk, olcsóbban megúszhatjuk.

Kérdés azonban, hogy mi lesz a garanciával.

## **OEM vagy for use?**

A nyomtatók eredeti gyártója által áruba bocsátott **patronokat** hivatalosan az **OEM**, azaz **Original Equipment Manufacturer** (eredeti kellékanyag-gyártó) rövidítéssel jelölik.

Ezek a gyártók saját maguk gyártanak patronokat és festéket nyomtatóikhoz, a kellékek borítására és csomagolására is saját márkanévüket nyomtatják.

A „for use” **produktumokat**, azaz az **eredetivel kompatibilis kellékanyagokat** nem a nyomtatók gyártói, hanem **más gyárak állítják elő**, az OEM-gyártók előírásainak megfelelően.

A **kompatibilis kellékanyagok** szinte minden típushoz képest **olcsóbbak, az OEM kellékekkel összehasonlítva.**

Az eredeti patronok ára igen magas, akár tízezer forint is lehet.

**Az eredeti gyári patron ára tartalmazza az innováció költségeit**, vagyis a kísérletezésbe ölt pénzt is. Ezt a fogyasztóknak kell megfizetniük, míg az utángyártott termék gyártói ezt nem számolhatják fel. Előfordulhat, hogy **két nyomtatópatron árért már új nyomtatót** adnak, patronnal együtt.

**Az aránytalanság oka a rendkívül erős árverseny.**

Mivel a **nyomtatókat ma már nagyon olcsón kínálják** (15-20 ezerért már egész jót kapunk), a gyártóknak valamivel **kompenzálniuk kell** a bevételkiesést, ezért drága az eredeti patron.

Az **utángyártott patron olcsóbb**, átlagosan két-hármezer forint, viszont rizikósabb megvenni. Ilyet csak kellő utánajárás mellett vásároljunk!

**Az új nyomtatókat próbapatronnal forgalmazzák**, amibe kevesebb festéket töltenek. A próbapatron ránézésre nem különbözik a rendestől, **súlyra viszont könnyebb** és élettartamuk is rövidebb, mint egy normál patroné.

Bizonyos **nyomtatógyártók akciós áruként reklámozzák** a teletöltött patron, pedig az alapkövetelmény lenne.

**Utángyártott termékeknél** vegyük figyelembe a **beletöltött tinta mennyiségét**. A kompatibilis termék kapacitása **eltérhet az eredetiétől**; általában **50-100 százalékkal** nagyobb, de kisebb is lehet.

Nem dönthető el egyértelműen, hogy a gyári, vagy az utángyártott patron jobb-e. Anyagilag **olcsóbbnak tűnhet az utángyártott**, és ha **megbízható szakembertől** szerezzük be, akkor **valószínűleg jobb üzletet kötünk**, mint a jóval drágább gyárit választva.

## **Mi lesz a garanciával?**

A nyomtatógyártók és az őket forgalmazó boltok egyöntetűen állítják, hogy *„Nem éri meg az utántöltés és az utángyártott patron sem. Könnyebben kifolyik a festék, több vele a probléma és nincs rá garancia. A gyári patron ezért hosszútávon gazdaságosabb.”* – hangoztatják a legtöbb helyen.

Az utángyártott termékeket forgalmazók erre azt mondják, hogy a **garanciális buktatók kikerülhetőek**, ha a nyomtatóba szervizeléskor **visszatesszük az eredeti gyári patron**, mert így **nem lehet megállapítani, mikor melyik patron** használtuk.

**Garanciális kérdésekben** tehát inkább **legyünk óvatosak**.

Nem csak a nyomtató, de az **utángyártott kellék garanciája** is fontos lehet. **Vásárlás előtt ellenőrizzük**, hogy az **eladó garanciát vállal-e** utángyártott kellékére. Ugyan nem csereköteles árukról van szó, de **aki bízik a saját termékében, garanciát is vállal** rá. Utángyártott terméket **kizárólag szakértőtől** vegyen!

**A nem megfelelő tinta használata lerövidítheti a nyomtató élettartamát!**

## **Utántöltés = gyenge minőség?**

A **fúvóka minőségromlásával** párhuzamosan a **nyomtatás minősége** is folyamatosan romlik:

- **Fekete tinta** esetében **nyolc-tíz**,
- **színesnél pedig három-négy feltöltésnél többet nem bír ki** egy patron.

Annak is nagy a valószínűsége, hogy a színes patron utántöltésekor **nem teljesen ugyanazokat a színeket** kapjuk vissza.

A nyomtatás minőségére tehát általában **negatív hatással van a töltögetés**.

## **A Hamis patron veszélyei**

A nyomtatóipar számára **egyre nagyobb károkat okoznak** a piacon jelen levő **hamisított nyomtató kellékek**.

A **vezető nyomtató és patrongyártó cégeket tömörítő** Imaging Supplies Coalition (ISC) nevű szervezet szerint az **Egyesült Államokban eladott tintapatronok közül minden huszadik hamisítvány**. A szervezet szerint **hamisított tintapatronokat** nem csak a **feketepiacon** árulnak, azok éppúgy **megtalálhatók a nagykereskedések és áruházak polcain**, mint az internetes boltokban.

**Külsőleg** szinte még szakértői szemmel is **megállapíthatatlan**, hogy az adott **patron eredeti-e, vagy sem**.

**Az ár irányadó lehet**, mert bár a hamisítványt az eredetivel azonos áron is eladhatják, a **feltűnően olcsó termékek** nagy valószínűséggel **másolatok**.

**Utólag is lehetünk okosak:**

- ha a már megvásárolt **patron gyenge minőséggel nyomtat**, vagy
- **rövid idő után folyni kezd**, esetleg
- **hamar kifogy**,

bizonyos, hogy **nem eredeti tartozékkal volt dolgunk**.

**Értékesítőjét** legközelebb inkább **kerüljük**.

## **Hogy spóroljunk, mire ügyeljünk nyomtatáskor?**

**Attól függetlenül, hogy eredeti, vagy utángyártott nyomtatópatronunk van**, pár dologra a **takarékosabb nyomtatás érdekében érdemes figyelmet fordítanunk**.

**Összeszedtünk néhány jótanácsot:**

- **Ha el akarjuk kerülni a festékpatron beszáradását**, – attól függetlenül, hogy esetleg nem is használjuk a nyomtatót – **heti egyszer kapcsoljuk be a gépet**, ami automatikusan elvégzi a **fűvókatisztítást**, amihez festéket is igénybe vesz, így a **patron nem szárad be**.  
**Fölöslegesen ne kapcsolgassuk ki-be a nyomtatót**, mert ezzel már a festéket pazaroljuk.
- **Ha a patron mégis beszáradna**, vagy **eltömődne**, ajánlott **fejtisztító folyadékot** használni. Az **utántöltőhöz kapott tisztítóból** (általában adnak hozzá) tegyünk a tinta mellé **egyharmad-egynegyed arányban**.
- **A tintapatronokat soha ne nyomtassuk teljesen üresre!** Utántöltés szempontjából **legjobb, ha töltöttsége tíz-húsz százalékos**.
- **Soha ne töltsünk túl sok tintát a patronba!** Jobb, ha **gyakrabban és kisebb mennyiségeket töltünk utána**. Így megakadályozható a **tinta kifutása** egyik kamrából a másikba, a **légzárványok kialakulása**, a **fűvókák beszáradása és eldugulása** is.
- **Ha a nyomtató csíkozva kezd nyomtatni**, ne halogassuk tovább az utántöltést, különben kiégnek a patronfűvókák.
- **Patronok szállításánál használjunk erre a célra készült clip-et**, vagy tegyük borítékba. Fordítsunk figyelmet arra, hogy a nyomtatófejhez ne érjen hozzá semmi, mert a színek könnyen összefolyhatnak.
- **Ügyeljünk a színek helyes elhelyezésére** a patronban, nézze meg a használati útmutatót! Néhány patron címkéjén a színek helytelen sorrendben vannak feltüntetve.

- **Alkalmanként tisztítsuk meg a nyomtatófejet desztillált vízzel**, vagy legalább tartsuk **meleg vizes csap alá**. Ezután hagyjuk a patront száradni.
- **Előfordulhat, hogy a nyomtató nem ismeri fel a patront**. Ilyenkor segíthet, ha az érintkezőket **alkoholos vattával** megtisztítjuk.
- Ha nem is túl sokat, de **valamennyi pénzt** (kellékanyagtól függően harminc-kétszáz forint között) **több szaküzletben, kereskedésben** is fizetnek bizonyos használt **kellékanyagokért** (patron, festékkazetta, chip).

## Fotónyomtató-szemle

A digitális fényképezés elterjedése nyomán egyre többen használnak fotónyomtatót is. Egy digitális kép előnye a papírképpel szemben magától értetődő.

Tetszés szerint:

- sokszorosítható (digitálisan),
- szerkeszthető,
- továbbítható elektronikus levélben, de
- megosztható az interneten is –
- fotónyomtatók segítségével pedig kiváló minőségű nyomtatásuk is lehetővé vált.

Ezáltal a hagyományos fényképekhez hasonlóan kitehetjük a falra, vagy fényképalbumba is rendezhetjük őket.

## Felbontóképesség, egyéb jellemzők

Egy fotónyomtató legfontosabb jellemzője a felbontóképessége.

**Minél nagyobb, a gép annál élesebb képet tud nyomtatni.**

A kimeneti kép minősége azonban nagyban függ a digitális fényképezőgép felbontóképességétől: nagyobb kamera-felbontóképességgel nagyobb méretben tudunk jobb minőségű képet nyomtatni.

Kamera-felbontóképesség	Ajánlott legnagyobb képméret nyomtatáshoz (angol hüvelyk / cm)
0,3 Megapixel (640×480)	Nem ajánlott nyomtatáshoz
1,2 Megapixel (1280×960)	3”×5” / 7,5×12,5
2,1 Megapixel (1600×1200)	4”×6” / 10×15
3,3 Megapixel (2048×1536)	5”×7” / 12,5×17,5
4,0 Megapixel (2400×1800)	8”×10” / 20×25
5,0 Megapixel (2500×1900)	9”×12” / 22,5×30
6,0 Megapixel (3000×2000)	11”×14” / 27,5×35
4,0 Megapixel (4000×2000)	12”×16” / 30×40

A kereskedelmi forgalomban kapható, **azonos működési elvű** és **azonos névleges felbontóképességű** fotónyomtatók közel **azonos minőségű kép nyomtatására képesek**.

A nyomtatók közti **legnagyobb különbségek** valójában:

- a **nyomtatási sebességben** és
- az **egyéb kiegészítő, illetve**
- **kényelmi funkciókban**

**mutatkoznak meg.**

Ilyenek például:

- **Nyomtatás többféle lapméretre.**
- **Kétoldalas (duplex) nyomtatás**, manuálisan vagy automatikusan.

- **Hordozható fotónyomtató**, amely működhet **elemről**, beépített, **hálózatról** feltölthető **akkumulátorról**, illetve hálózatról.
- **Belső merevlemez**, képek **archiválásához** és tárolásához.
- Fotónyomtatóba épített, **kisméretű színes LCD-kijelző** a **képek kiválasztásához**, esetleg **egyszerűbb szerkesztéséhez** (forgatás, a vörös-szem effektus eltávolítása).
- Nyomtatás közvetlenül **digitális fényképezőgépről** (PictBridge funkció), vagy annak **memóriakártyájáról** (beépített memóriakártya-olvasóról).
- **Nyomtatás közvetlenül mobiltelefonról** IrDA (infravörös) vagy BlueTooth kapcsolat segítségével.
- **Nyomtatás vezeték nélküli (WiFi) vagy vezetékes (Ethernet) hálózatról.**

## A fotónyomtatók típusai működési elvük szerint

Működési elvüket tekintve a **fotónyomtatók két csoportba sorolhatók**, amelyek nagyban meghatározzák néhány fontosabb jellemző paraméterüket:

- **az egyik csoportot a tintasugaras** (angolul: ink-jet),
- **a másikat pedig a festék-szublimációs** (magyarul nevezik hőszublimációsnak is, angolul: dye-sublimation, vagy röviden: dye-sub) **fotónyomtatók alkotják.**

A **tintasugaras** fotónyomtatók **működési elve** megegyezik a **hagyományos tintasugaras nyomtatókéval**: vagyis a **mozgó fej** a kis tartályokban levő folyékony festéket fűvókákon keresztül, apró tintacseppek formájában fecskendezi a papír megfelelő helyére. A megfelelő **színeket három-kilenc színből keverik ki**, több szín nagyobb színelbontást jelent. Manapság az otthoni felhasználásokra tervezett **tintasugaras fotónyomtatók felbontóképessége 4800×1200 dpi** (dot per inch – az egy hüvelykre – 2,54 cm-re – eső pontok száma) körül mozog. Szigorúan véve egy általános felhasználási célú színes tintasugaras nyomtatóval is **nyomtathatunk digitális képeket**, ám erre a tintasugaras fotónyomtatók sokkal inkább alkalmasabbak.

A **festékszublimációs** fotónyomtatóknál a festékpontok az **álló fej elektronikusan vezérelt fűtőelemei segítségével** egy három (esetleg négy) színt tartalmazó szalagról szublimáció (szilárd-légnemű fázisátalakulás) révén kerülnek a fotópapírra. **A szalagon az egyes színek alkotta téglalapok mérete megegyezik a papír méretével.** Ennél a típusnál **nem a fej mozog, hanem a papír** és a szalag: egy nyomtatási ciklusban a szalag egy színe van a papír felett, miközben a szalag szélességével megegyező hosszúságú fejen levő fűtőelemek az adott szín megfelelő mennyiségét szublimáltatják a papírra.

**Az utolsó ciklusban a kép még rendszerint egy fóliabevonatot is kap**, amely megvédi a későbbi környezeti hatásoktól (tapintás, további szublimáció).

**Felbontóképességük sokkal alacsonyabb**, mint a tintasugaras fotónyomtatóké, általában: 300×300 dpi.

Emiatt élvezhető formátumban csak kisebb méretű képek nyomtatására alkalmasak (<10×15 cm).

	<b>Előnyök</b>	<b>Hátrányok</b>
<b>Tintasugaras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sokféle kimeneti képméret egy adott modell esetén is</li> <li>Többféle papír- ill. tintatípus alkalmazható</li> <li>Alacsonyabb ár</li> <li>Nagyon jó, kiváló képminőség</li> <li>Nagy felbontóképesség</li> <li>Az egy képre eső költségek (festék, tinta) alacsonyabbak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lassabbak</li> <li>A képek kevésbé tartósak</li> <li>A finomabb színelkülönbségeknél esetleg gondjaik lehetnek</li> <li>Hosszabb száradási idő</li> </ul>

<b>Festék-szublimációs</b>	Jobb színfelbontás (16,8 millió szín)	Korlátozott kimeneti képméret egy adott modell esetén is
	Egyes modelleknél külső védőréteget is kap a kép	Korlátozott papírválaszték
	Gyorsabbak	Drágábbak
	Kisebb tömeg, méret	A nyomtatott képek nem mindig elég élesek
	Sokkal tartósabb képek	Kis felbontóképesség
	Nincs száradási idő	Az egy képre eső költségek (festék, tinta) magasabbak
	Mivel a tinta soha nincs folyadék fázisban, ezért tisztább a nyomtatás és száradásával nem tömi el a fejet, ezért megbízhatóbb	
	Nincs mozgó fej - így kevesebb meghibásodási lehetőség.	

**Mindkét** típusba tartozó **fotónyomtatónak megvan a maga előnye**, illetve **hátránya**. Ezeket a fenti táblázatban foglaltunk össze. Fotónyomtatók vásárlása esetén ezek, illetve igényeink, szükségleteink ismeretében célszerű kiválasztani a megfelelő terméket. Mindenesetre döntsünk bármelyik típus mellett, a fotónyomtatás **otthon mindenképpen drágább, mintha digitális képeinket laborban „hívatnánk elő”**.

## Adathordozók vásárlása

**Napi információink mentésére, személyes adataink tárolására keresve sem találhatnánk jobb megoldást a pendrive-nál.**

**A kis szerkezet hasznosságát mutatja, hogy eredeti svájci bicskát is vásárolhatunk beépített pendrive-val.**

## Gyorsat, megbízhatót

**Árzuhanás figyelhető meg** a pendrive-ok választékában, de a **legolcsóbb, ezer forint alatti** darabok használatuk során **lassúnak bizonyulhatnak, hamar tönkremennek.**

**Ha nem talárod a gyártó honlapját a neten, inkább ne is vedd meg.**

**Máshol** ugyanis valószínűleg **nem találsz majd részletes és hiteles adatokat** az áhított termékről. Így vélekedik Egri Imre a PC World tesztlaboros munkatársa az USB Flash memóriák, azaz pendrive-ok vásárlásáról.

**Olyat válassz, ami már USB 2.0-ás csatolófelületet használ**, ez kompatibilis lesz a már elavulóban lévő, lassúbb adatátvitelű 1.1-essel is. **A legtöbb modell már ilyen**, de érdemes meggyőződnöd arról, hogy a rövid leírásban **szerepel-e a „bűvös” 2.0-ás jelölés.**

A **pendrive-ra** élettartama során akár százezerszer is írhatunk adatot. A gyártók szerint **alkalmazhatóságuk ideje tíz év** (a rajta levő adat megmaradását is ilyen időtartamra szavatolják).

**Tárolókapacitásuk 256MB-tól a 8-16GB-ig terjed**, legtöbbször mégis 1GB-os darabokkal találkozhatunk. Azok a cégek, amelyek jó belső memóriákat (RAM-okat) gyártanak, pendrive-fronton is megbízhatót, maradandót alkotnak.

**A termékleírásokban általában szerepel az olvasási-írási sebesség.** Ezek kapcsán azonban többnyire **csak elméleti adatokról beszélhetünk**, hiszen a másolás folyamatát a számítógép belső memóriájának munkája mellett rengeteg más tényező is befolyásolja.

**A sebesség operációs rendszertől is függ.** Windows Vista-t használva például gyorsabb a pendrive adatátvitel, mint XP-nél.

Benedek Rudolf, a Computer Diszkont igazgatója szerint, ha nem akarsz sebességproblémát, **ismert márkát érdemes választani**, lehetőleg olyat, **amire öt év garanciát ad a gyártó.**

A **Kingston**, vagy a **Corsair** modelleknél 13-14 Mb/s a megjelölt írási sebesség, ami elfogadhatónak számít és nem fogja benned a lassúság érzetét kelteni.

**Ezernyolcszáz forintos határtól** érdemes elindulni pendrive választásánál, mert a **noname darabok gyorsan kidőlnek.** Az A-Data PD14, vagy a Kingston DataTraveler 1Gb-os modelljei **kétezer forint alatt** beszerezhetők.

A szintén **1 GB-os Corsair és Sandisk** flashdrive-ok ára **kétezerhatszáz forint**, ugyanezek 2GB-os változatban háromezer forintnál kezdődnek.

**A legolcsóbb 4GB-os eszköz nyolcezer forint, 8GB-nál pedig tizenháromezer** forint az alsó határ.

Léteznek már az **elfoglalt memóriamennyiséget megjelenítő** LCD-kijelzős modellek is, a legújabb **LG flashdrive** pedig e-mailben értesíti tulajdonosát, ha netán elveszne.

A svájci **Victorinox** már **2004-óta beépíti bicskáiba** a pengeként kihajtható USB-t.

## **Dolgozz pendrive-ról!**

**Elterjedőben van a flashdrive-ok** aktív hardverként való használata. A beépített operációs rendszernek köszönhetően **úgy tevékenykedhetünk bármely számítógépen, hogy távozáskor nem hagyunk nyomot magunk után.**

**Sokkal biztonságosabb** akár saját, akár idegen PC használatánál, ha **a pendrive-ról működteted a szövegszerkesztőt, vagy a levelezőrendszert.**

**Ebben nyúlt segítséget az U3 honlapja**, ahonnan ingyen tölthetsz le pendrive-ra való **Firefox-ot, Skype-ot, vagy Open Office-t.**

**Ha már használtál** ilyet, tapasztalhattad, **hogy masszív, nehezen blokkolható, könnyen titkosítható** rendszerről van szó.

**Érdemes figyelni a flashdrive modelleken** az U3-megjelölést! Jelentős ártöbblettől nem kell tartanod, bár a Windows magyar nyelvű kiadásában sajnos problémásan, vagy egyáltalán nem működik az U3.

## **Páncélba zárt adatok**

A gyakran zsebre vágott, ezért sok fizikai behatásnak kitett apró készülékeknek:

- **nincs mozgó alkatrészük,**
- **nem károsítja** őket a környezet mágneses tere,
- **nem karcolódik az adathordozó rétegük,** így

**szinte elpusztíthatatlanok.**

Hallottunk már olyanról is, ami **túlélte egy-két nagymosást** is.

Az operációs rendszerek (Windows 98-tól kezdve) már kivétel nélkül **képesek felismerni a hozzájuk csatlakoztatott USB-meghajtót.**

A **mínusz negyven és plusz hetven Celsius közt működőképes**, kilencven százalékos páratartalomnak is ellenálló készüléknek egyedül a csatlakozófelülete érintkezik a külvilággal, amit **érdemes óvni a statikus elektromosságtól**, rajta tartva a műanyag kupakot. **Ne húzd ki a drive-ot a számítógépből a biztonságos eltávolítás opciója nélkül**, nehogy károsodjanak, vagy elveszenek az adataid!

## **(használt) Mobiltelefon áfa nélkül**

Nem egy gsm-boltban vagy webáruházban találkozhatunk a szokásosnál jóval olcsóbb, áfa felszámítása nélkül kínált telefonokkal.

Az interneten egymásnak ellentmondó vélemények és tapasztalatok olvashatók ezekről a készülékekről, csalódott és elégedett vásárlókról egyaránt hallhatunk.

**Mi a trükk az áfa nélküli árusításban?**

Utánanéztünk a jogszabályi háttérnek és az olcsó készülékekkel járó kockázatoknak.

## **Áfa nélkül? Milyen alapon?**

Az **áfa nélküli termékek** kereskedelmével kapcsolatban **általános a bizonytalanság**. Azok sem tudják, **miről van szó**, akik már vettek áfa nélküli telefont, sőt, **a fogyasztóvédelmi szakemberek többsége sem ismeri a nulla százalékos áfával kapcsolatos tudnivalókat**.

Sem a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságnál (**NFH**), sem a Gazdasági Versenyhivatalban (**GVH**) nem hallottak ilyen árusítási lehetőségről. Márton György, a GVH szóvivőjének elmondása szerint azért, mert hivatalukba nem érkezett erre vonatkozó panasz vagy észrevétel. Ez jó hír – gondolhatnánk, ha a mobiltelefonokkal foglalkozó fórumokon nem akadnánk lépten-nyomon panaszos vásárlókba.

Az elégedetlenek szerint **átvágásról, újként eladott használt telefonokról van szó**, legtöbbször:

- **garancia nélkül**, vagy
- **érvénytelen garanciális papírokkal**.

Valójában ez is teljesen **legális árusítási forma**, zavart vagy elégedetlenséget legtöbbször a tájékoztatás hiánya okoz.

### **Részlet egy panaszos leveléből:**

*...kiválasztottam magamnak egy HTC Touch Diamond típusú telefont. A .... webáruházban volt a legolcsóbb, 89.990 forint. Felhívtam az üzletet és azt mondták, hogy van belőle.*

*Sietve odamentem az üzletbe, s ott derült ki, hogy ez egy szolgáltatóhoz kötött használt készülék, az új kártyafüggetlen viszont ötezer forinttal drágább. Ezen eléggé fölháborodtam, de úgy voltam vele, ha már emiatt átutóztam az egész várost, megveszem a készüléket. Már meg is kötöttük az üzletet.*

*Elém nyomtak egy adásvételi szerződést, semmi számla, semmi blokk, én viszont közöltem, hogy Áfás számlát szeretnék, mert cégem van, és visszaigényelném az Áfát.*

*Ekkor jött az igazi hidegzuhany... közölték, hogy a készülék ára nem tartalmazta az Áfát, ha számlát szeretnék, akkor az még plussz húszezer forintomba fog kerülni. Nagyon mérges lettem, és elálltam a vásárlástól. (A levelet az ÁrGép.hu bocsátotta rendelkezésünkre.)*

Az áfa nélküli árusítás lehetősége a **különbözeti adózásról szóló törvényen** alapul (**megtalálható a [1992. évi LXXIV. törvényben](#)**.) Természetesen nem idézzük az ijesztő jogi terminológiában írt passzusokat, mivel köznapi nyelven is egyszerűen megfogalmazható,

miről is van szó: A különbözeti adózás a **használtcikk-kereskedelemben** és **bizományos értékesítés** esetén vehető igénybe.

Lényege, hogy **az árusított termék** – ebben az esetben a telefon – **egyszer már gazdát cserélt, és kifizették utána az áfát**, valószínűleg egy olyan uniós országban, ahol kisebb az áfa mértéke.

**Mire a készülék egy magyar gsm-üzletbe kerül, jogilag már használt terméknek minősül.** A különbözeti adózás szerint **így már nem teljes ára után kell áfát fizetni**, csak a **felvásárlási és eladási ár különbsége után.**

A **nullszázalékos áfával kínált termék** ezek szerint már **használt cikknek minősül**, legalábbis jogilag.

A **reklamálók egy része szerint** valóban újként eladott, de már **használt készülékekről van szó**, az elégedett vásárlók viszont arról számolnak be, hogy gyári csomagolásban jutottak a telefonhoz – ezek a termékek csak papíron voltak használtak, valójában **használat nélküli továbbértékesítésről** volt szó.

Az **áfa nélküli vásárlásnál** – az eladó esetleges tiltakozása ellenére is – **kérhetünk számlát**, ezen azonban fel kell tüntetni, hogy **„különbözet szerinti adózás”**. Mivel ezekben az esetekben **nem fizetünk áfát, természetesen vissza sem igényelhetjük azt.**

És, hogy **honnan származnak ezek a telefonok?**

Több üzletet is megkerestünk ezzel a kérdéssel, de a **tulajdonosok** finoman szólva **sem voltak bőbeszédűek a származási helyet illetően.**

## **Biztonságosak ezek a készülékek?**

Az **áfa nélkül vásárolt telefonokkal** kapcsolatos legtöbb probléma a **garancia** miatt van.

A **két évre szóló gyári garancia** ugyanis, mire a készülék a vásárlóhoz jut, már nem két év, hiszen ez már a második értékesítés.

Ezeket a telefonokat éppen ezért **rövidebb időre szóló jótállással** hirdetik, gyári garanciát sokszor nem is, csupán az adott üzletét ígérve.

Az **üzlet által ajánlott jótállás** persze **nem mindig megbízható.**

**Sokszor előfordul**, hogy a **hibás készüléket** különböző kifogásokkal **nem hajlandók visszavenni vagy megjavítani.** Nem mondható, hogy sehol nem találkozunk megbízható garanciával, mint ahogy ennek ellenkezője sem igaz. Ezen a területen is **vannak tisztességes és tisztességtelen piaci szereplők.** De hogyan tudjuk megkülönböztetni, melyik gsm boltban vagy webáruházban vásároljunk?

Az **ÁrGép.hu** internetes termék- és ár-összehasonlító portál már többször szembesült a problémával, **többen jelezték** az oldalon feltüntetett webáruházakkal kapcsolatos **gondjaikat.** A **nullfás termékekkel** kapcsolatban elsősorban **az okozott problémát**, hogy az áfával feltüntetett termékek mellett – mivel azoknál jóval olcsóbbak voltak – ezek a telefonok **kedvezőbb helyet foglaltak** el az ár-összehasonlításban. Az ÁrGép.hu képviselője szerint a vásárlók korrekt tájékoztatása érdekében több megoldással is próbálkoztak, végül az áfa nélküli termékeket a **Piactér-en tüntették fel.**

A Piactér bevezetésével ezek a telefonok **nem kerülnek azonos ár-összehasonlításba** az áfával árusított termékekkel, a vásárlók pedig világosan elkülönítve válogathatnak áfás- és áfa nélküli telefonok között.

**Fontos információ** ezen a felületen az áfa nélküli telefonok mellett **feltüntetett garancia-időtartam** is. A Piactér funkciója a vásárló tájékoztatása mellett a webáruházak azonos feltételek melletti versenyét is biztosítja.

Az oldal **Piacterén a telefonok** mellett az azokat árusító **webáruházakról** is információkat nyerhetünk. **Véleményt olvashatunk** és írhatunk bármely webshopról, a portál munkatársai pedig **utánajárnak a vélt, vagy valós sérelmeknek**.

Minden **panasz esetén felkeresik a vásárlót**, közreműködését kérve a panasz kivizsgálásában. Természetesen az adott webáruház üzemeltetőjének véleményére is szükség van, hiszen egy panasz esetenként **csak a vásárló szubjektív jellegű véleményét** fejezheti ki.

**Ha bebizonyosodik a tisztességtelen magatartás** (nem korrekt a garancia, esetleg kibontott, szépséghibás termék árusítása), az **ÁrGép.hu** akár **azonnali hatállyal is befejezheti az adott webáruházzal történő közreműködést**.

A közeljövőben **az egyes áruházak** már nem csupán **pontozhatóak lesznek**, de szöveges értékeléseik feltüntetésére is lehetőség nyílik.

**Az ÁrGép.hu** tehát – a megbízható tájékoztatás, illetve saját, jól felfogott üzleti érdekei védelmében – **fogyasztóvédelmi feladatot vállal**, amihez azonban **vásárlói aktív közreműködésére is szükség lesz**.

Az oldal célja a magyarországi **internetes vásárlás**:

- **fejlesztésének,**
- **megbízhatóságának és**
- **az elégedett fogyasztók számának növelése.**

### **Mire figyeljünk, ha áfa nélküli telefont vennénk?**

- Csak megbízható üzletből vásároljunk!
- Figyeljünk a **garancia időtartamára**, illetve **érvényesíthetőségére!** Gsm üzletek által kínált „**nem hivatalos**” **garanciával lehetőleg ne vásároljunk** készüléket!
- A telefon mellett **figyeljünk a tartozékok meglétére** is – ilyen készülékhez ugyanazon tartozékok járnak, mint egy valóban új telefonhoz.

### **GPS-körkép**

**Az autóban használható navigációs berendezések robbanásszerű elterjedése a jelentős (akár évi negyven százalékos) árcsökkenés mellett egyre növekvő kínálatukat eredményezi.**

A **nagyobb műszaki áruházak** bőséges választéka **áraik komoly szóródásából is kitűnik**. A **MediaMarkt legolcsóbb jármű-navigációs terméke** 39 990 forint, a legdrágább 219 990 forint.

- ✓ A **Saturn** árai pedig 37 990-től 119 990 forintig terjednek. Néhány szerényebb árfekvésű készülék ára az alábbi, összehasonlító táblázatban olvasható.
- ✓ A **legolcsóbb – Garmin Nüvi 200** – navigációs készülék azoknak ajánlható, akik kizárólag tájékozódásra használják a PNA-t. **Egyszerűen kezelhető**, műszaki analfabéták számára is jól kiismerhető darab. Processzora meglehetősen gyenge, kisebb méretarányú térképre váltva akár **fél percig is eltarthat a kép betöltése**. Csak Magyarországon használható. **Az akku feltöltése négy órát vesz igénybe**, folyamatos navigáció esetén mintegy **öt órán keresztül működőképes**.

- ✓ A **Garmin 250-es modell** – amint ára is mutatja – nagyobb tudású készülék. Bár kezelése ennek sem bonyolult, **műszaki paramétereit komolyabbak: képernyője szélesebb, egész Európára kiterjedő térképpel, erősebb processzorral szerelték.**
- ✓ Az **Altina A660** árához mérten **szerény, de megbízhatóan teljesítő készülék**, szokásos extrákkal: mp3, képnézegető, video-lejátszó. Legnagyobb gyengéje, hogy **nincs hozzá hálózati töltő**, így üzem közben szinte **egyfolytában a szivargyújtón kell lennie.**
- ✓ A **Navigon 2100** esztétikus, Kelet-Európa-térképpel ellátott eszköz, amely rendelkezik a korábban említett TMC-tunerrel is.
- ✓ A **TomTom One V3** előnye **könnyű, kezdők számára is kiismerhető kezelhetősége. Hátránya** viszont, hogy nem igazán magyar autósoknak szánt termék: a térkép magyar területekre vonatkozó **lefedettsége rendkívül gyenge**, negyvenhét százalékos.
- ✓ A **Wayteq N350** jóval inkább használható. Internetes fórumok felhasználói szerint **pontos, megbízható készülék**, gyenge pontjának akkumulátorteljesítménye számít.

**Egy-két óránál tovább nem bírja feltöltés nélkül.**

	MediaMarkt	Saturn	Extreme Digital	Digital.hu
Garmin Nüvi 200	39.990	-	39.990	-
Garmin Nüvi 250	54.990	59.990	53.900	81.600
Altina A660	-	44.990	54.900	44.812
Navigon 2100	49.990	49.990	-	49.948
TomTom One V3	54.990	54.990	-	-
Wayteq N350	54.990	49.990	-	46.400

## Választási szempontok

A legtöbb esetben **érintőképernyős készüléken meghatározhatjuk úticélunkat**, a berendezés pedig – akár **több verzióban** – **megtervezi** nekünk az útvonalat.

Éttermek, benzinkutak, illetve az általunk megjelölt helyek számontartása mellett a készülék a legkisebb települések **házsám-részletességű térképét** is tárolja.

A **készülékek többsége figyelembe veszi a forgalombefolyásoló tényezőket**, így a **sebességkorlátozásokat** is. Ahhoz, hogy a számunkra legalkalmasabb eszközt használhassuk, el kell döntenünk pár dolgot. Át kell gondolnunk, mekkora az a virtuális térkép, ami igényeinket kielégíti.

### Léteznek:

- **csak Magyarországon használható készülékek,**
- **de Kelet-Európát,**
- **sőt az egész kontinenst**

**tartalmazó navigációs rendszerek is.**

A forgalmazott PNA-k **többsége beépített, vagy SD-kártyára töltött térképet használ.**

Ha újabb térképekkel szeretnénk bővíteni a készülék memóriáját, az jelentős anyagi ráfordítással jár. Egy **ilyen szoftver húsz-harmincezer forintot kóstál.**

Fontos szempont az is,  **mennyire részletes és naprakész leendő készülékünk térképe.**

A legtöbb PNA által használt szoftver **az interneten keresztül frissíthető**.

Koósz Kornél térképészeti szakértő véleménye szerint **érdemes a magyar fejlesztésű IGO szoftverrel szerelt navigációt választani**.

Ez **ingyenesen, évente kétszer kínál internetes frissítést**, megbízható, naprakész információkkal szolgálva.

A Navtech-térképpel felszerelt navigációk részletesebbek (különösen a nyugat-európai területeket tekintve), az ehhez tartozó frissítések viszont nem ingyenesek, áruk közel száz euró.

Szakértőnk véleménye szerint talán **hónapokon belül elérhető lesz a közvetlen, naprakész frissítést lehetővé tevő rendszer**, ami letöltögetés nélkül, közvetlenül készülékünkre tölti az éppen aktuális változásokat – **műholdas kapcsolat segítségével**.

Ez valószínűleg díjas szolgáltatás lesz, igénybe vételéhez a készüléknek ún. TMC-támogatással is rendelkeznie kell.

## **Szűrt infók**

**Fontos választási szempont a magyar nyelvű menü**, illetve hangnavigáció is – bár ezt a készülékek nagy része „tudja”.

Hasznos, bár egyelőre **csak magasabb árfekvésű készülékekben van Bluetooth-kapcsolat**. Ez többek között **telefonunk vezeték nélküli kihangosítását is lehetővé teszi**. Az általunk talált legolcsóbb ilyen készülék 79 990 forintba került (MyGuide 3300).

**Bizonyos készülékek esetében hangutasításokat rendelhetünk** egyes célállomásokhoz, így egyszerűbb az elérni kívánt hely megjelölése.

Inkább esztétikai, mint funkcionális kívánalmaknak tesz eleget az újabb – magyar – fejlesztésű **3D-s megjelenítés**, ami **bizonyos épületeket, tájrészleteket térhatásban emel ki a térképből**.

A nagyobb elektronikai szaküzletekben **alig néhány valóban használható információ** segít bennünket a készülékek közti választásban.

Ha jól akarunk dönteni, **érdemes az internetről tájékozódnunk**, vagy alaposan kikérdezni egy hozzáértő eladót. A kiállított készülékekről néhány alapadaton kívül nem sok derül ki, még a sokak számára fontos extrákról sem. (A [www.gpsbolt.hu](http://www.gpsbolt.hu) oldalon viszont könnyen informálódhatunk a készülékek tulajdonságairól.)

A PNA-k tudása mára meglehetősen kibővült.

A navigációs segítség mellett ma már **sok készüléken hallgathatunk zenét, nézhetünk filmet** vagy képeket, sőt, – bár egyelőre csak elvétve – **kamerás berendezést is találunk**. Amint az a leírtakból is kiviláglik, **nem könnyű rálelni az ideális készülékre**.

A rendkívül széles körű kínálatból viszont **mindenki megtalálhatja a számára legmegfelelőbb navigációs berendezést**

## **Amit a mikrohullámú sütőkről tudni illik**

**Miben térnek el egymástól a mikrosütők? Mire figyeljünk, ha újat szeretnénk vásárolni? Mit tehetünk hosszabb élettartamuk érdekében? Milyen tévhitek keringenek velük kapcsolatban? Ezekre a kérdésekre kerestünk választ alábbi körképünkben.**

## **Mit gondoljunk át vásárlás előtt?**

**Középkategóriájú modellekből hatalmas a kínálat.**

Adódik a kérdés, **milyen lényeges különbség lehet a készülékek között?**

Vásárlás előtt **alaposan gondoljuk át, mire akarjuk a mikrót használni.** Nem mindegy, hogy:

- **egyszemélyes háztartásba kerül-e, vagy**
- **egy többgenerációs családi ház konyhájában fog üzemelni.**

**Ha egyedül élünk:**

- ✓ **kisebb teljesítményű és**
- ✓ **űrtartalmú,**
- ✓ **alapfunkciókat ellátó,**
- ✓ **olcsó árfekvésű mikró is megteszi.**

**A családok számára** azonban a minél nagyobb belső tér és forgótányér átmérő, illetve a könnyű tisztíthatóság lehet fontos szempont.

**A nagyobb űrtartalmú gépek drágábbak** ugyan, de **ha:**

- **több ember használja,**
- **ha sok ételt** melegítünk benne,
- **mindenképpen érdemes egy márkásabb, strapabíróbbra tervezett gépre áldozni.**

**A tapasztalatok szerint** a vásárlók zöme csupán **gyors melegítésre használja** a mikróját, amit a legegyszerűbb gépek is tökéletesen elvégeznek.

**Nem érdemes túl nagy hangsúlyt fektetnünk a teljesítményre:**

- **egy-két deci folyadék melegítése** során az **időkülönbség minimális,**
- **ételek esetén** pedig legfeljebb néhány perc eltérés mutatkozhat a kívánt hő elérése szempontjából.

Ilyen alapgépekben **zöldséget párolhatunk, virslit főzhetünk és vizet is forralhatunk.** Fontos, hogy a **sűrűbb ételt több részletben,** időnként megkeverve melegítsük. Így elkerülhető, hogy a széle száraz, égett legyen, a közepe viszont fagyos-hideg maradjon.

**Ha gyakori főzést, meleg-szendvics- és pizza-sütést tervezünk,** akkor keressünk **grill funkcióval** ellátott gépeket. Utóbbiak kisütésére tökéletesen megfelel egy, vagy mikró, vagy grill üzemmódban működő, **egyszerű grillezős gép.** Ilyen típus ára alacsonyabb a kombinált (grill+mikro egyszerre) működésre alkalmas mikróknál. **A grill fűtőszála állhat szabadon,** de a legtöbb gépben rács mögé rejtik.

**A védőrácsot jóval könnyebb tisztítani,** mint csupasz fűtőszálról kapargatni az odaégett ételt – ezt mérlegeljük a választáskor! **Létezik mozgatható fűtőszál** is, ez talán könnyebben tisztítható

**Ha a célunk főzés, hús- és süteménysütés,** akkor a **harmincezer forintnál drágább** készülékeket nézeggessük.

A „crisp” funkcióval ellátott gépek alkalmasak pirításra is, de csak speciális crisp tál igénybevételével. Ha a gép ráadásul hőlégkeveréses is, gyakorlatilag **kiváltható a hagyományos sütő.** Lényeges, hogy a **mikróban készült étel ízvilága eltér** a hagyományostól, érdemes a kifejezetten mikróra szabott receptekkel dolgozni. A felülről nyitható legújabb modellek és a felső-középkategóriás gépek tudása közt nincs számottevő különbség az ötvenezer és százezer forintos árkategóriában. Itt inkább a dizájn és a **márka dobja meg a gép árát.** A hús-negyvenezer forintos kategória árait a mellékfunkciók befolyásolják.

A **gyerekzár, digitális óra, ledes kijelző, automatikus súly-idő beállítás**, automatikus olvasztás, gőzös takarító funkció egyaránt **nélkülözhető**. Gondoljuk meg, érdemes-e áldozni rájuk.

A **gyerekzár** például jó dolog, de ha a mikrót elég magas polcra tesszük, máris nélkülözhető. Az **étel felmelegítésére**, felolvasztására szánt időt mi magunk is eldönthetjük, segít benne a használati utasítás is.

A **tisztítás is hatékonyabb**, ha magunk végezzük, a gőzölés pedig megoldható egy pohár (ecetes) vízzel.

A **beépített óra** sem létfontosságú, programja végeztével pedig még a legolcsóbb gép is cseng, tehát digitális kijelzőre sincs igazán szükség.

Szakértőink egyetértettek abban, hogy a „**nóném márkák**” (Nethaus, Housmeister, Daewoo, ETA, Dimarson, Delton stb.) **belseje gyakorlatilag ugyanaz**. Ezek többnyire a legolcsóbb **kínai alapgépek**, minimális dizájnkülönbségekkel.

**Nem sok a különbség a Zanussi-Electrolux-AEG gépek között sem**, saját kategóriájukban szinte azonos technikával készülnek, **csak márkanevük, illetve dizájnjuk más**. Az ezüst-fekete, illetve inox (fém) szín pillanatnyilag divatosabb. A hagyományos fehér mikrók emiatt valamivel olcsóbbak. Eltérés mutatkozhat a sütő belsejének színében, bevonatában, ami nem befolyásolja a teljesítményt. Előre el kell döntenünk még azt is, hogy be akarjuk-e építeni a mikrót a konyhabútorba.

Bár a **beépíthető készülékek valamivel drágábbak** a szabadon állóknál, utóbbiak azonban nem alkalmasak utólagos beépítésre!

**Soha ne vásároljunk mikrót piacon vagy aluljáróban**, hiszen a hibás készülék használata **életveszélyes is lehet**. A **Tescoban** (Budapest, Fogarasi út) csak húszezer forintnál olcsóbb készülékekkel találkoztunk, abból viszont tizenegy félével is. A legolcsóbb „nóném márkás” mikró, egy tizenhét literes, hétszázwattos alapmodell 9990 forint. Ugyanez Tesco néven ezer forinttal drágább. A felhozatal csaknem fele egyébként Tesco márkájú. Itt jegyezzük meg, hogy legdrágább modelljük elég jónak tűnt, ár-érték összehasonlításban magasan verte a többit – kérdés persze, milyen hosszú élettartamra számíthatunk majd. Mindenesetre a 18990 forintos, **fém színű mikró húsliteres, nyolcszázwattos, grillezős és légkeveréses**. Utóbbi funkció egyébként csak a több mint tízezer forinttal drágább márkásabb gépekben található meg.

## Új gép a konyhában

Akár a legolcsóbb, akár egy kifejezetten drága gépet viszünk haza, szeretnénk, ha sokáig és jól működne. Csokorba szedtük össze **szakértőink tanácsait**, annak érdekében, hogy mikrónk minél később kerüljön a kezei alá:

- **Soha ne járassuk üresben** a gépet! Ez a toplista első helyén álló ok, ami miatt elromlik a mikró. Az üresjáratról szikrák keletkeznek és tönkremehet a gép lelkének számító magnetron sugárzó. **A javítások átlagára öt-hatezer forint**. Alkatrészcsere előtt a szervizek mindig szólnak, mivel például egy magnetron cseréje tizenhatezer forintnál kezdődik (ami egy márkás alapmodell ára).
- A gépet **ne tisztítsuk súrolószerszettel**, túl vizes szivaccsal, de hideg zsíroldóval sem! **Leghatékonyabb** tisztítószer **az ecetes víz**, amit a gépben egy pohárban felforraltva hagyunk kihűlni, majd a párát puha ronggyal töröljük le. Az ecet feloldja a szennyeződések és nem károsítja a gép belső bevonatát sem.
- **Ne pattogtassunk kukoricát a gépben** (bár kapható többféle mikróban elkészíthető popcorn), mert a szaga hetekig a gépben, illetve az utána melegített ételben marad. A **pattogatás** (szinte üresjárat) pedig sokszor túlterheli a gépet, emiatt elromolhat! Ha

valaki popcornfüggő, csak a legerősebb fokozaton, a kukoricapattogás lassulásáig használja a gépet.

- Az **optimális melegítés érdekében** sohasem azonnal, hanem **1-1,5 perccel a melegítési idő lejárta után** vegyük ki az ételt-italt a mikróból. Ennyi idő kell ugyanis ahhoz, hogy a tál visszaadja az ételnek a magába szívott hőt!
- **Minél kevesebb vizet tartalmaz** a melegítendő étel, annál kisebb fokozaton (és hosszabb ideig) melegítsünk! Ugyanez igaz az ételek sűrűségére is!
- **Soha ne tegyünk fémtartalmú edényt a gépbe!**
- **Kiskanalat se felejtjük a csészében, mert zárlatot okozhat!**

## Tévhitek és félelmek

Sokan állítják, hogy a **mikrosütők sugárveszélyesek**, ezért működés közben nem szabad a közvetlen közelükben tartózkodni.

Szakértőnk ezt határozottan cáfolta, bár **pacemakert viselők számára fontosnak tartja a három-négy lépés távolság megtartását**. Álláspontja szerint, bár az elhasználódott ajtón kiszökhet némi sugár, ez nem veszélyes mértékű.

**Elterjedt tévhit, hogy ha a mikróba tett mobiltelefon, akkor nem jól záródik az ajtó, tehát szökik a sugár.** Szakértőnk szerint ez a kísérlet a vonal azonnal szakadásával végződne, ha valaki felvenné a telefont, a jel gyengesége miatt. Ez persze csak határozott meggyőződés, kísérlettel nehezen lehetne bizonyítani.

**Több védőnő javasolja, hogy bébiételt ne melegítsünk mikróban.** Tolvaj Sándor, az Európa Rendezvényhajó séfje szerint ezt nem a sugárveszély miatt érdemes megfontolni, inkább amiatt, mert a **mikrohullámok roncsolhatják az ételeket**, megváltoztathatják azok ízét. A **Michelin csillagos éttermek** egyik fontos működési feltétele a mikrosütő használatának mellőzése.

A **bébiétel** – és minden étel – úgy őrzi meg a zöldségek, gyümölcsök, húsok, fűszerek természetes ízét, állagát, **ha serpenyőben/lábasban készül és melegedik.**

## Olcsó DVD-lejátszók

Az asztali DVD-lejátszók mára tömegcikkekké váltak. A néhány évvel ezelőttiek még jóval kevesebbet tudtak, áruk ma már olyan alacsony, hogy néhány tízezer forintos nagybevásárlásnál alig tűnik fel a számlán. Az olcsóbb (15.000. forint alatti) asztali DVD-lejátszók főbb jellemzőit, vásárlási szempontjait tekintjük át.

A **DVD-lejátszók optikai adathordozóra** (CD- vagy DVD-lemezeken) előzetesen, digitális formában rögzített **médiaállományokat** (kép, hang, film) játszanak le, a televízió keresztül. A **digitális formátumban tárolt képek** és hangok sokkal jobb minőségű, teljesebb filmélményt adnak, ráadásul minőségük is garantált.

Ebből következik, hogy a **multimédiás tartalmak visszaadása** szempontjából (azonos feltételek, mint televízió esetén) a DVD-lejátszók között gyakorlatilag **nincs különbség**. Az ördög azonban a részletekben lakik!

A **DVD-lejátszók** esetenként **csábítóan alacsony ára**, közel megegyező jellemzőik, a bőség zavara miatt egyes részletek felett hajlamosabbak vagyunk átsiklani, emiatt később megbánhatjuk választásunkat.

Mint sok más hasonló esetben, **DVD-lejátszók vásárlása esetén is célszerű tisztában lennünk azzal, mit várunk el a megvásárolandó készüléktől.**

Tisztáznunk kell például, hogy hagyományos televízióhoz csatlakoztatva, vagy **házi-mozi rendszer részeként** fogjuk-e használni.

## **Médiaformátumok**

**DVD-lejátszók** esetén magától értetődőnek tűnik, hogy lejátsszák a beléjük helyezett DVD-lemezt – ami általában igaz is, egészen addig, míg csak **műsoros DVD-lemezeket** akarunk lejátszani. Esetenként azonban nagyon elcsodálkozhatunk, ha azt tapasztaljuk, hogy lejátszónk egyes DVD-lemezeket nem játszik le, „pedig XY lejátszója vidáman lejátszotta”! Ennek oka legtöbbször az, hogy egyes DVD-lejátszók bizonyos lemezformátumokat nem játszanak le.

A lejátszható formátumokat jó esetben feltüntetik a készüléken, illetve annak dobozán. Alapesetben a **DVD-Video formátumot** játsszák le, ami legtöbbször a műsoros DVD-lemezeken levő filmek formátuma. A lemez ilyenkor MPEG-2 formátumban tömörített vizuális, és PCM, DTS, MPEG-1 vagy Dolby Digital formátumú tömörített hang mellett többnyelvű feliratozást tartalmaz.

A „**régebbi időkben**” viszont, amikor még nem volt DVD-Video formátum, a filmeket CD-lemezen MPEG-1 formátumban tárolták, ami azonban csak VHS (képmagnó) minőséget eredményezett: ezek a VCD (Video CD), illetve annak javított változata, az SVCD (Super Video CD) szabványok. Bár ritkábban élünk vele, alkalmasint jól jöhet, ha a DVD-lejátszó **audio CD-lemezeket** is képes lejátszani, ami a digitális sztereó hang tárolására alkalmas formátum (ilyenkor az audio CD-lemezt a televízión keresztül hallgatjuk).

**Ha tudunk médiaanyagokat DVD-lemezre írni**, vagy mások által DVD-lemezre írott anyagokat szeretnénk lejátszani, akkor jó, ha a DVD-lejátszónk képes **írható lemezek** lejátszására is, mint pl.:

- CD-R/RW (egyszer/többször írható CD-lemez),
- DVD-R/RW (egyszer/többször írható DVD-lemez),
- DVD+R/RW (egyszer/többször írható DVD-lemez - más szabvány szerint),
- DVD-RAM (többször, szinte merevlemezként írható DVD-lemez).

Esetenként szintén hasznos lehet, ha DVD-lejátszónk a következő speciális médiaformátumokat is olvasni tudja: **MP3** (tömörített hangformátum), **WMA** (tömörített hangformátum), **JPEG** (tömörített állókép), **DivX/MPEG4** (tömörített mozgókép).

A fentebb említett médiaformátumok lejátszását ma már lényegében bármely „alsó árkategóriás” DVD-lejátszótól is elvárhatjuk, bár vásárláskor a biztonság kedvéért célszerű ellenőrizni őket.

## **Zónák, régiókódok**

A műsoros DVD-lemezeket rendszerint Földünk régiói szerint is kódolják. Ez azt jelenti, hogy a műsoros DVD-lemezek **csak a Föld bizonyos országaiban forgalmazott DVD-lejátszókon** játszhatók le. Ezt jelzik a lemezeken, illetve a lejátszókon feltüntetett számok 0 és 6 között.

**Itt:**

- **a 0 jelzés az összes régióban lejátszható lemezt;**
- **az 1-es Észak-Amerika;**

- a 2-es Európa (a szovjet utódállamok nélkül, de a balti és a kaukázusi országokkal), továbbá Grönland, a Dél-Afrikai Köztársaság, Japán, a Közel-Kelet és Egyiptom;
- a 3-as Délkelet-Ázsia és Dél-Korea;
- a 4-es Latin-Amerika, Ausztrália és Óceánia;
- az 5-ös Afrika, a volt Szovjetunió utódállamai, a Közép-Kelet és India; végül pedig
- a 6-os szám Kínát jelzi.

A DVD-lejátszók régiók szerinti kódolása lehetővé teszi a tartalom, a megjelenés időpontja és az árak régiók szerinti differenciálását.

**Egy példa a régiókódok alkalmazására:** egy amerikai filmek először rendszerint az Egyesült Államokban vetítenek, majd néhány hónappal később Európában. Mire a kérdéses film európai mozikba kerül, az Egyesült Államokban már DVD-lemezen forgalmazzák. Viszont ha egy európai az Egyesült Államokban azért vesz filmet DVD-lemezen, hogy otthon megnézze, csalódásban lesz része...

## Képtulajdonságok

A képminőséget illetően általában elmondható, hogy hetven cm-es, vagy annál kisebb képátolóú televíziók esetén **az egyes DVD-lejátszók között gyakorlatilag nincs különbség.** A „progresszív képfrissítés” viszont befolyásolja a DVD-lejátszók által közölt képminőséget. Ez röviden azt jelenti, hogy a **kép frissítése kétszer olyan gyors.** Ezáltal jobb minőségű (kevésbé torzított, élesebb) képet kapunk, a különbség viszont rendszerint csak a plazma illetve LCD televíziókon, valamint a projektorokon látszik (feltéve persze, ha rendelkeznek a megfelelő bemenettel).

**Végezetül** pedig, szinte **minden DVD-lejátszó képes ilyen-olyan speciális képhatásokra,** ám a videomagnóknál sokkal élvezhetőbb formában. Ilyen például a kép remegésmentes kimerevítése („szünet”, „pause”), valamint a gyorsabb vagy lassabb előre vagy visszajátszása, JPEG-állóképek nézegetése esetén pedig azok léptetése, nagyítása, forgatása. EZ View funkcióval a Letter Box képeket konvertálhatjuk a hagyományos tévé képernyőn történő megtekintéshez.

## Audio és video kimenetek

A DVD-lejátszók különböző kimeneteinek igazából nincs jelentősége, ha a lejátszót csak hagyományos televízióhoz csatlakoztatva használjuk.

**A hagyományos televízió analóg jeleket használ,** ezért **a DVD-lejátszó az adathordozó digitális jeleit analóg jelekké kell, hogy alakítsa** (konvertálja).

**Minden DVD-lejátszó képes továbbítani** a Dolby Digital illetve DTS digitális formátumú surround hangzásokat (a surround angol szó jelentése: körülvesz, utalva a térbeli hangzás jellegére). Ez azonban csak akkor élvezhető, **ha kiépítjük hozzá a négy hangsugárzóból álló surround hangrendszert** (ami a házi-mozi rendszer „hangja”).

**Ha nem tervezzük házi-mozi rendszer kiépítését,** célszerű lehet olyan DVD-lejátszót vásárolni, amely rendelkezik „virtuális surround” funkcióval. Ennek birtokában két darab sztereó hangsugárzó (vagy a televízióknk sztereó hangszórói) segítségével egyfajta „szimulált” surround hangzást élvezhetünk.

A lejátszóból küldött analóg jelek az Európában forgalmazott **DVD-lejátszók és televíziók esetén Euro-SCART csatlakozók** segítségével jutnak el a televízióba. Ez a csatlakozási mód

megfelelő képminőséget biztosít. DVD-lejátszókon még a következő analóg kimenetek fordulhatnak elő: **S-Video, kompozit és komponens**.

Ezeknek az átlagos felhasználó számára rendszerint nincs nagy jelentőségük, viszont jó tudni, hogy az említett analóg kimenetek közül a progresszív képfrissítést csak a komponens kimenet támogatja. Újabban, a digitális televíziók terjedésével (ilyenek a plazma, illetve LCD televíziók, sőt végső soron a projektorok is) megjelentek a DVD-lejátszókon a **digitális kimenetek**; a **HDMI** (High-Definition Multimedia Interface) és **DVI** (Digital Visual Interface).

Ezekről annyit célszerű tudni, hogy, mivel a HDMI a DVI-ből lett kifejlesztve, így utóbbi az előbbivel kompatibilis, fordítva azonban nem.

A **legújabb DVD-lejátszókon USB-kimenetet** is találhatunk, amelyre **hordozható merevlemez meghajtót** vagy **pen-drive-ot csatlakoztatva** filmeket illetve zenét játszhatunk le, sőt képeket is nézegethetünk.

## **Tudnivalók a tűzijátékokról**

Egyes tűzijátékok egész évben kaphatók, mások csak négy napig vásárolhatóak meg és csak tizenkét óra hosszan használhatóak fel legálisan.

És vannak olyanok is, amiknek a beindításához külön hatósági engedély kell. Szétnéztünk a szilveszteri tűzijátékok között.

## **A választék**

A **szilveszteri petárdadurrogatás hatalmas és felejthetetlen élmény** – legyünk kilenc, vagy kilencvenkilenc évesek. Igazi adrenalinbomba, és szakszerűen kezelve a petárdákat, **cseppet sem veszélyes móka**.

A népnyelv által **csak petárdaként emlegetett** valami valójában **tucatnyi fajta**, tucatnyiféleképpen kezelhető **pirotechnikai eszközt** jelöl. Avatatlan szemmel elsöre a durranós és a fényes verziót különböztetjük meg. Szakértők dobható és tűzijáték-telepes típusokról beszélnek. Érvényes **kormányrendelet** szerint pedig **öt kategória** létezik.

**Hatóanyag-tartalom alapján** mindet más-más körülmények között szabad elhasználni.

A petárda hivatalos definíció szerint az **elsődlegesen durranó hangot adó termék**. Honunkban a **petárda árusítása, használata és tárolása minden körülmények között tilos**. Joggal merülhet fel a kérdés, hogy a **petárda miért veszélyesebb, mint villanó vagy szikrázó párja**.

Informátorunk szerint **csupán a kulturálatlan használat és a lakossági tiltakozás eredménye**, hogy 2005 óta tilos a petárdázás Magyarországon. Ha úgy használjuk a petárdát, ahogy kell, semmivel sem tesszük ki nagyobb veszélynek környezetünket, mintha bármely más tűzijátékot lőnénk.

**Helytelen használat esetén** pedig ugyanannyira veszélyes, mint a többi.

**Ha rosszul számítjuk ki**, mikor robban, súlyos sérüléseket szerezhethetünk. Erre nagyobb az esély akkor, ha egyszerre több petárdát szeretnénk meggyújtani – ilyenkor elsősorban **kezünk és arcunk van veszélyben**.

Ha privát tűzijátékot tartunk, **rengeteg fajtából válogathatunk** – hang-, fény-, szikra-, köd- vagy füsthatás szerint, ahogyan kedvünk tartja.

**Egy tisztességes tűzijáték kétezer forint körül kapható** – lehet ez akár egy nagy, vagy több kisebb darabból álló szett. Az egyik közkedvelt forma a **római gyertya**. Meggyújtáskor sorozatosan lövellnek ki belőle a szikrák, ropognak és fénylenek. Előtte azonban nem árt egy korláthoz kötözni. Aki átrágja magát a kormányrendeleten, látja, hogy a római gyertyával a

legtöbb vonatkozásban szigorú kivételt tesznek. Szakértőnk szerint ez a fajta kiemelés indokolatlan, mivel a római gyertya nem veszélyesebb a többi más termékénél. Az ára kétezer forint körül mozog.

**A másik közkedvelt tűzijátékforma a rakéta.** A beindításkor **kiáramló gáz íves röppályát ad** a fénycsóvának. A rakétákba általában **nyelet** szerelnek, így **földbe szúrva**, vagy hosszú nyakú üvegből is indítható. Egy rakéta ára háromezer forint körül mozog.

## Szigorú szabályok között

Anélkül **ne menjünk bele semmilyen vásárlásba**, hogy **nem ismerjük a szabályokat** – legalább nagyvonalakban. **Rakétát, tűzijátékot vagy gyertyát**, függetlenül attól, hogy melyik osztályba tartozik, **csak tizennégy éven felüliek vásárolhatnak.**

Az idén érvényes kormányrendelet **öt fajtára** osztja a „tűz művészete” eszközeit:

- **Első osztályba** az úgynevezett **játékos pirotechnikai eszközök** tartoznak. Ezek akár lakásban is használhatók, nettó hatóanyag-tartalmuk nem haladhatja meg a 7,5 grammot.  
Ide tartoznak a **torta-tűzijátékok** vagy a **kisebb rakéták.**
- **A második pirotechnikai osztályba** a **kültéri használatra** szánt petárdákat sorolják, nettó hatóanyag-tartalmuk 75 gramm is lehet. Ehhez a kis tűzijáték csoporthoz tartozik a **római gyertya** vagy a **vetőcsöves tűzijáték.**
- A közepes tűzijátékok csoportjába sorolt eszközök már csak kül- illetve **nagy, nyitott területen** használhatók. A nettó hatóanyag-tartalom már 300 gramm.
- **A négyes és az ötös kategória termékeinek** használatát **szakemberekre kell bízunk.** Ezek már a nyilvános rendezvényeken, **pirotechnikusok által üzemeltetett** vagy **fegyveres- és rendvédelmi szervek által birtokolt pirotechnikai eszközök csoportja.**

Jövőre ez a kategória-beosztás is átalakul – tájékoztatott a Pyropont bolt.

Várhatóan **bővítik azon termékek listáját is, amelyeket egész évben lehet majd kapni.**

## Mikor?

Az **I. pirotechnikai osztály termékeit az év minden napján** megvehetjük. Kormányrendelet szerint az I. és a II. osztályba tartozó termékek december 28. és december 31. között árusíthatók és **december 31. este hat órától másnap reggel hat óráig szabadon felhasználhatók.**

Ha ez alatt a tizenkét óra alatt meggondoltuk magunkat, vagy nem voltunk olyan állapotban, hogy durrogatni tudjunk, akkor jó ha tudjuk, hogy a **kereskedőnek – ingyen – január 5-ig át kell vennie a megmaradt I. és II. osztályba tartozó termékeket.**

**Ha az év többi napján szeretnénk durrogatni**, kivéve, ha a termék nem elsőkategóriás, akkor jön a bürokrácia kaeskaríngója – a megjelölt hatóság engedélyt, helyszínrajzot kér – semmit sem bízva a véletlenre.

## Hol?

**Saját rendezésű tűzijátéknál fontos, hogy megbízható helyről szerezzük be a durrogatnivalót.**

**December 28. és december 31. között** általában **nagy áruházak parkolóiban** találhatunk ideiglenes, kitelepült árusokat. Előírás, hogy egy megbízottuknak január 5-ig ott kell lennie, átvenni a visszahozott darabokat.

**Tűzijátékra-valót az egész évben nyitva tartó pirotechnikai boltokban vehetünk.** Ők szintén január 5-ig veszik be a nem felhasznált darabokat.

**Csomagküldő szolgálathoz ne forduljunk,** hiszen a szállítás postai vagy futár útján **rendeletileg tilos.**

### **Pozor!!!**

**Nem elég a tűzijátékot** illetékesektől **megvenni** – a **használati utasítást** is ajánlatos elolvasni!

**Nem jó** a forgatókönyv, ha **egyik kezünkben a papírral,** a másikkal pedig a begyűjtött **rakétával figyelnek** bennünket izgatott szereteteink. Ez esetben ugyanis nagy valószínűséggel mindnyájan felrobbanunk.

**Nincs jó vége annak sem, ha szétszedjük a tűzijátékot** – ha többet akarunk tudni, válasszuk a megismerés valamilyen biztonságosabb formáját.

**Mindig olyan helyen hozzuk működésbe a robbanó anyagot,** ahol nem akadályozza semmi a kilövést – sem fölfele, sem oldalirányban.

**Ha pedig a rakéta nem szeretne csak azért sem elindulni** az éjszakába **vigyük vissza** a (f)eladónak. Még kijózanodni is van időnk, hiszen január 5-ig várják a hibás darabokat.

### **Az elektronikus kereskedelemről általában**

**Az elektronikus kereskedelem Magyarországon is gyorsan fejlődik.**

**Egyre több virtuális üzlet** kínálja termékeit a világhálón.

**Az internetes áruházak a világ legkényelmesebb beszerzési forrásai.**

**Az elektronikus úton kötött szerződések távollévők között létrejött adásvételi szerződések.**

Az online kereskedelem hazai szabályozásában **kiemelkedő jelentőségű az Európai Unió vonatkozó irányelvének** szabályaira épülő, a távollévők között kötött szerződésekről szóló, már korábban ismertetett kormányrendelet, amely 1999. március 1-én lépett hatályba.

**Az utóbbi időben elektronikus úton küldött kéretlen reklámok, hirdetések (spamek) egyre nagyobb problémát jelentenek:**

- **a felhasználóknak,**
- **a reklámszakmának,**
- **a hírközlési szolgáltatóknak és**
- **a hatóságoknak is.**

**Kiemelt fontosságú,** hogy a szolgáltató a **hírlevél szolgáltatását,** az idevonatkozó törvényi szabályozások, és a **Nemzeti Hírközlési Hatóság határozatai alapján végezze,** és a levelek küldése ne minősülhessen spam-elésnek.

Az elektronikus hirdetésekkel kapcsolatos követelményeket, valamint a kéretlen elektronikus hirdetésekkel kapcsolatos felügyeleti eljárásra vonatkozó egyes rendelkezéseket:

- az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény tartalmazza, az eljárásra egyébként
- a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény az irányadó.

A törvény értelmező rendelkezései közt találhatjuk meg:

- ✓ az elektronikus hirdetés,
- ✓ az elektronikus hirdető,
- ✓ az elektronikus hirdetés közzétevője, valamint
- ✓ az elektronikus hirdetési szolgáltató

fogalmát.

A gazdasági reklámtevékenységről szóló 2008. évi XLVIII. törvény értelmében úgynevezett **direkt marketing** – azaz, amikor a reklám címzettjét közvetlen megkeresés módszerével érik el – akár egy címlista alapján –, különösen elektronikus levelezés, e-mailek, vagy más kommunikációs eszköz útján – **csak akkor teljesíthető, ha ahhoz a címzett előzetesen egyértelműen és kifejezetten hozzájárult.**

## Mi az internetes vásárlás?

Az alábbi ügyletek minősülnek internetes vásárlásnak:

- **termékek és szolgáltatások számítógép hálózaton** (interneten) való vásárlása.
- az internetes vásárlás „üzletei” különböző honlapok, amelyeket **webáruház**nak, e-boltnak nevezünk.
- internetes vásárlás során a vevő
- a webáruház számítógép hálózaton **eljuttatott termékismertetője alapján kiválasztja** és a hálózaton keresztül **megrendeli az árut**;
- gyakran a **fizetést is interneten keresztül bonyolítja** (bankkártyával, beszédési megbízással), de fizethet **készpénzzel, átutalással, jóváírással** is;
- a fizikai **terméket legtöbbször házhoz szállítva** kapja meg a megjelölt címen;
- a szolgáltatás igénybevételéhez **elektronikus jegyet nyomtat.**

Az internetes vásárláshoz kapcsolódó fontosabb jogszabályok

- ✓ [Az Európai Parlament és a Tanács 2000. június 8-i 2000/31/EK Irányelve](#) - „Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv”
- ✓ [Az Európai Parlament és a Tanács 2002. július 12-i 2002/58/EK Irányelve](#) - „Elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv”
- ✓ [Az Európai Parlament és a Tanács 97/7/EK 1997. május 20-i irányelve](#) a távollevők között kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről
- ✓ [2001. évi CVIII. törvény](#) az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről
- ✓ [1992. évi LXIII. törvény](#) a személyes adatok védelméről és a közérdekű adatok nyilvánosságáról

- ✓ [17/1999. \(II. 5.\) Korm. rendelet a távollevők között kötött szerződésekről.](#)

## A szabályozás fő kérdései, területei

A fenti jogszabályok különösen fontos, kiemelt kérdésként szabályozza az alábbi területeket:

- **Fogyasztói jogok**
  - információk, tájékoztatás,
  - az elállás lehetőségei, a teljesítéssel kapcsolatos kérdések.
- **Fogyasztói kötelezettségek**
  - az általános kereskedelmi feltételek elfogadása
- Az elektronikus szerződések szabályai
- A személyes adatok védelme
- A fogyasztóvédelem specifikus kérdései

## A fogyasztók tájékoztatása

Az értékesítő köteles elektronikus úton folyamatosan, könnyen hozzáférhető módon, **magyar nyelven** a következő adatokat közzétenni:

- **nevét,**
- **címét,** illetve székhelyét, telephelyét,
- **elérhetőségének adatait,** különösen az elektronikus **levelezési címét,**
- **ha tevékenysége bejegyzéshez kötött,** a bejegyző bíróság/hatóság nevét és a **nyilvántartásba vételi számot,**
- ha tevékenysége engedélyhez, minősítéshez vagy akkreditációhoz kötött, az **engedélyező, minősítő, akkreditáló szervezet nevét,** elérhetőségét, valamint az engedély (minősítés, akkreditáció) számát,
- ha az általános forgalmi adó alanya, az **adószámát,**
- a szabályozott **szakmák kötelező információit,**
- az adott értékesítéshez kapcsolódóan **a fogyasztóvédelemről szóló tájékoztatást:**
  - az **áru** és a szolgáltatás **alapvető tulajdonságairól,** minőségéről;
  - a **használatára vonatkozó utasításokról** és használatával járó veszélyekről;
  - **áráról, díjáról,** valamint **egyéb fizetési kötelezettségekről,** szükség szerint a **szállítás költségéről;**
  - a **fizetés,** a szállítás vagy a **teljesítés egyéb feltételeiről;**
  - az **elállás jogáról,** gyakorlásának **feltételeiről, módjáról, következményeiről** és kizárt eseteiről;
  - a fogyasztó jogainak érvényesítéséhez szükséges alapvető ismeretekről.

Az értékesítő köteles elektronikus úton közvetlenül, folyamatosan, egyértelmű és közérthető módon **hozzáférhetővé tenni:**

- az elektronikus kereskedelmi **szolgáltatás ellenértékhez kötését** és ellenértékét, valamint az **ellenérték teljesítésének módját,**
- hogy az **ellenérték tartalmazza-e a szolgáltatást terhelő közterheket,** illetve az igénybe vevőhöz történő **eljuttatás minden költségét.**

Az értékesítő köteles általános tájékoztatást adni:

- az alkalmazott **információs rendszerek biztonsági fokáról,**
- a felhasználó számára **kockázatot jelentő tényezőkről** és
- az általa **megteendő óvintézkedésekről.**

## **Elállás esete, lehetősége**

A fogyasztói szerződéstől történő elállás lehetőségei:

- **A fogyasztó a szerződéstől nyolc munkanapon belül indokolás nélkül elállhat.**
- **Az elállás jogát attól a naptól kezdve gyakorolhatja, amikor az árut átvette, szolgáltatás nyújtása esetében pedig, amikor a szerződést megkötötte.**
- **Ha az értékesítő nem tesz eleget tájékoztatási kötelezettségének, a fogyasztó az elállás jogát három hónapon belül gyakorolhatja.**
- **Az értékesítő köteles a fogyasztó által kifizetett összeget haladéktalanul, de legkésőbb az elállást követő harminc napon belül visszatéríteni.**
- **A fogyasztó viseli az elállási jog gyakorlása miatt az áru visszaszolgáltatásával kapcsolatban felmerült költségeket.**
- **A fogyasztót ezenfelül egyéb költség nem terheli.**
- **Az értékesítő azonban követelheti az áru nem rendeltetésszerű használatából eredő kárának megtérítését**

A felek eltérő megállapodása hiányában a fogyasztó nem gyakorolhatja az elállási jogot

- **szolgáltatási szerződés esetében, ha a nyolc munkanapos elállási határidő lejártá előtt az értékesítő a teljesítést a fogyasztó beleegyezésével megkezdte;**
- **olyan áru értékesítése, illetve szolgáltatás nyújtása esetében, amelynek ára, illetve díja a pénzügyi piac értékesítő által nem irányítható ingadozásától függ;**
- **olyan áru értékesítése esetében, amelyet a fogyasztó utasításai alapján vagy kifejezett kérésére állítottak elő, vagy amely természeténél fogva nem szolgáltatható vissza vagy gyorsan romlandó;**
- **hang-, illetve képfelvétel, valamint számítógépi szoftver példányára vonatkozó szerződés esetében, ha a csomagolást a fogyasztó felbontotta;**
- **hírlap, folyóirat és időszaki lap terjesztésére vonatkozó szerződés esetében;**
- **szerecsjáték-szerződés esetében.**

## **A teljesítésre vonatkozó szabályok**

- **Eltérő megállapodása hiányában az értékesítő harminc napon belül köteles a szerződés szerinti teljesítésre.**
- **Ha a szerződésben vállalt kötelezettségét azért nem teljesíti, mert a szerződésben meghatározott áru nem áll rendelkezésre, illetve a megrendelt szolgáltatást nem áll módjában nyújtani, köteles a fogyasztót haladéktalanul tájékoztatni, valamint a fogyasztó által fizetett összeget haladéktalanul, de legkésőbb harminc napon belül visszatéríteni.**
- **Ha az értékesítő a szerződésben meghatározott módon helyettesítő áruval, illetve szolgáltatással teljesít, elállás esetén az áru visszaszolgáltatásával kapcsolatban felmerült költségek az értékesítőt terhelik. A helyettesítésről az értékesítő egyértelműen és pontosan köteles a fogyasztót tájékoztatni.**
- **Az értékesítő nem követelheti a fogyasztótól ellenszolgáltatást, ha olyan árut értékesít, illetve olyan szolgáltatást nyújt, amelyet korábban a fogyasztó nem rendelt meg.**
- **A fogyasztó nyilatkozatának elmulasztása esetén sem lehet vélelmezni az értékesítő ajánlatának – hallgatólagos – elfogadását.**

## Az elektronikus úton kötött szerződésekre vonatkozó szabályok

- **Az értékesítő köteles** az elektronikus kereskedelemre vonatkozó **általános szerződési feltételeket hozzáférhetővé tenni.**
- **Az értékesítő köteles egyértelműen tájékoztatni az igénybe vevőt:**
  - azokról a **technikai lépésekről**, amelyeket a szerződés elektronikus úton való megkötéséhez meg kell tenni;
  - arról, hogy a **megkötendő szerződés írásba foglalt szerződésnek minősül-e**, a **szolgáltató iktatja-e a szerződést**, illetve, hogy az iktatott szerződés utóbb hozzáférhető lesz-e;
  - **az adatbeviteli hibáknak** a szerződéses nyilatkozat elküldését megelőzően történő azonosításához és kijavításához biztosított eszközökről;
  - a **szerződés megkötésének**, valamint a szerződésnek a **nyelvéről**;
  - a **magatartási kódexről**.
- **Az értékesítő köteles biztosítani**, hogy az igénybe vevő az adatbeviteli hibák azonosítását és kijavítását el tudja végezni, egyébként megrendelése nem minősül szerződéses nyilatkozatnak.
- **Az értékesítő köteles** az igénybe vevő **megrendelésének megérkezését elektronikus úton haladéktalanul visszaigazolni**. Amennyiben e visszaigazolás legkésőbb 48 órán belül az igénybe vevőhöz nem érkezik meg, az **igénybe vevő mentesül az ajánlati kötöttség vagy szerződéses kötelezettség alól**.
- A megrendelés és annak visszaigazolása **akkor tekintendő** a szolgáltatóhoz, illetve az igénybe vevőhöz **megérkezettnek**, amikor az **számára hozzáférhetővé válik**.

## Személyes adatok védelme

A személyes adatok védelmével kapcsolatban a következő előírásokat kell betartani:

- **Az értékesítő** az elektronikus kereskedelem során **kezelheti az igénybe vevő azonosításához szükséges és elégséges adatokat**.
- Kezelheti az **olyan személyes adatokat**, amelyek a díj meghatározása és a számlázás céljából **elengedhetetlenek** (szolgáltatás időpontja, időtartama, helye).
- **Személyes adatok kezelésére csak akkor kerülhet sor**, ha ez a szolgáltatás nyújtásához és a törvényben meghatározott **egyéb célok teljesüléséhez feltétlenül szükséges**.
- **Az értékesítő** az adatokat bármely eltérő, de **előzetesen meghatározott célból** (pl. reklámozás) kezelheti, de folyamatosan biztosítani kell, hogy igénybe vevő ezt az **adatkezelést megtilthassa**.
- **A kezelt adatokat törölni kell:**
  - a **szerződés létrejöttének elmaradását**,
  - a szerződés **megszűnését**, valamint
  - a **számlázást követően**, illetve ha
  - az **egyéb célból** történő adatkezelési cél **megszűnt**, vagy
  - az **igénybe vevő így rendelkezik**.
- **Biztosítania kell**, hogy az igénybe vevő bármikor megismerhesse, hogy az értékesítő mely adatkezelési célokból, **mely adatfajtákat kezel**.

## Az elektronikus szolgáltatásokra vonatkozó különös fogyasztóvédelmi szabályok

- Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatást is nyújtó:
  - közüzemi,
  - pénzügyi és
  - nyugdíjpénztári, illetve
  - biztosításitevékenységet folytató vállalkozás elektronikus úton is **köteles**:
  - a bejelentések intézésére,
  - panaszok kivizsgálására és orvoslására, valamint
  - az igénybe vevők tájékoztatására**ügyfélszolgálatot** működtetni.
- A fenti vállalkozás amennyiben a szolgáltatást az igénybe vevők számára **kizárólag elektronikus úton nyújtja** –, továbbá a **kizárólag információs társadalommal összefüggő szolgáltatási tevékenységet végző vállalkozás** jogosult az **ügyfélszolgálatot kizárólag elektronikus úton működtetni**.  
Üzemzavar esetén az ügyfélszolgálat telefonos elérhetőségét biztosítani kell.
- Elektronikus ügyfélszolgálat esetén a panasz elutasítását köteles indokolással ellátva **írásba foglalni** és annak egy példányát az igénybe vevőnek **elektronikus úton megküldeni**.

## Fogyasztóvédelem az elektronikus szolgáltatások esetében

### Internetes és elektronikus kereskedelem

#### Mi az elektronikus kereskedelem

Az elektronikus kereskedelem **olyan üzleti tevékenység elektronikus lebonyolítását** jelenti, amely adatok (szöveg, hang, kép) **elektronikus feldolgozásán és átvitelén** alapul.

**Figyelem: Nem csak Interneten** keresztül, **hanem bármilyen un. „elektronikus” átvivő eszközön keresztül** (pl. telefonon) folytatott kereskedelmi ügylet.

#### Fogalmak

Az elektronikus kereskedelem számos **különböző tevékenységet foglal magában**, mint **árúk és szolgáltatások**:

- elektronikus forgalmazását,
- elektronikus pénz átutalást,
- elektronikus értékpapír kereskedelmet,
- elektronikus fuvarlevél kiállítását,
- kereskedelmi árverések bonyolítását,
- közbeszerzést,
- direkt marketing- és
- ügyfélszolgálati tevékenységet, stb.

## Az internetes és elektronikus kereskedelemre ugyanazok a jogszabályok érvényesek.

(Mindkét tevékenységi területet szabályozó jogszabályok – a teljesség igénye nélkül – a következők: Távollévők közötti szerződésekről szóló 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet; az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény; az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi C. törvény; a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet.)

## A szabályozás lényege

Tájékoztatási kötelezettség az alábbiakat tartalmazza:

- ✓ az értékesítő cégnevéről (nevéről), székhelyéről,
- ✓ a szerződés tárgyának lényeges tulajdonságairól,
- ✓ az ellenszolgáltatásról, beleértve az ellenszolgáltatáshoz kapcsolódó egyéb fizetési kötelezettséget is
- ✓ a fizetés, a szállítás vagy a teljesítés egyéb feltételeiről;
- ✓ az elállás jogáról, feltételeiről;
- **Jótállás és garancia szabályok.**
- **Reklám tevékenységi szabályok.**
- **Elektronikus tevékenység speciális szabályai** (adatvédelem és biztonság, spam, elektronikus felelősség szabályai stb.)

## A legfontosabb jogszabályi tudnivalók

### Elállási jog szabályai:

- A fogyasztó a szerződéstől **nyolc munkanapon** belül indokolás nélkül **elállhat**.
- A fogyasztó az **elállás jogát** attól a **naptól kezdve gyakorolhatja, amikor az árut átvette**, szolgáltatás nyújtása esetében pedig, amikor a szerződést megkötötte

### Tájékoztatási kötelezettség a következőkre terjed ki:

- **Impresszum, kapcsolat, elérhetőség:** minden, ami a szolgáltató közvetlen eléréséhez szükséges **jól látható és egyszerűen elérhető helyen meg kell jelenjen** (név, telephely cím, cégjegyzékszám, adószám, telefonszám, e-mail cím, felelős személy neve);
- **termék, szolgáltatás ára, teljes bekerülési költsége** (ár + ÁFA + posta és szállítási költség + esetleges vámok + esetleges külön díjak);
- Elektronikus tevékenység speciális szabályai:
  - **Opt in, hírlevelet, reklámot, üzenetet küldeni csak előzetes beleegyezés alapján lehet;**
  - **Adatvédelem: kezelheti az adatokat, de kötelezni csak a folyamat végrehajtásához szükséges azonosítók megadására lehet**

## Fogyasztóvédelmi problémák az elektronikus kereskedelemben

- Az elektronikus kereskedelem nemzetközisége,
- Az internetes adatvédelem hiányosságai,
- Az internetes adatbiztonsággal kapcsolatos félelmek,
- Fogyasztóvédelmi-kereskedelmi problémák.

## Az elektronikus kereskedelem nemzetközisége

- Mindig a vásárlás helye szerinti ország joga érvényesül,
- **Minimális nyelvtudás** szükségessége,
- **Határokon átnyúló kereskedelem pénzügyi elszámolási problémák,**
- **Szállítási nehézségek,**
- **EULA fontossága** – szoftver feltételek olvassuk el, vagy legalább is fussuk át.
- **Uniós vitarendezés** – ECC

## Adatvédelmi problémák

A kis kíváncsi: túl sok adatot kér a regisztráláskor és nem csak személy azonosítókat, hanem pl. érdeklődési köröket (marketing !!!! Spam veszély!!).

**Nincs adatvédelmi nyilatkozat** (Privacy policy).

Nem kérdezi meg, mit kezdhet az adatokkal.

## Fogyasztóvédelmi problémák fajtái

**Hozzáférési problémák, informatikai problémák:**

- elégedettség a szoftverrel,
- hozzáférési biztonság,
- felelősségi gubancok.

**Tipikus fogyasztóvédelmi gondok**

**Felmerül a felelősség kérdése** – **Szolgáltatói piramis** felépítése

**SERVICE PROVIDER** (a szolgáltatás nyújtója):

A TERMÉK GYÁRTÓJA  
A BOLT, a FORGALMAZÓ  
SOFTWARE PROGRAM  
A SZÁLLÍTÓ

**BACKBORNE PROVIDER** (az Internet szolgáltató)

**ACCESS PROVIDER** (a hálózat üzemeltető)

Vajon ki (lehet) a felelős a bonyolult rendszerben?

**Mi a megoldás ?**

**Védelem és felelősség !**

**A SZABÁLYOZÁS** – állami feladat:

(Lásd az előző keretes felsorolást: keretszabályok, pl.: EHT, A távollévők kereskedése, Adatvédelem, a fogyasztóvédelmi törvény, az elektronikus jog, stb.)

**ÖNSZABÁLYOZÁS** a szolgáltatók (a piramis tagjai) között, többek között:

- ✓ etikai - magatartási kódex,
- ✓ gentleman- agreement,
- ✓ tartalom önkontrol,
- ✓ minősítő rendszer.

**ALKALMAZÓI SZABÁLYOZHATÓSÁG**

- ✓ beállítom, amit akarok – Internet kultúra
- ✓ oktatás, e-Learning
- ✓ opt-in (belegyező) megoldások.

**Minősített kiváló Internetes áruház**

- Fair Business 2008 projekt ( Gkm projekt az OFE közreműködésével)

## MÓDSZERTANI ÚTMUTATÓ

Célcsoport: Kamaszok / fiatalok (12-18 éves kor)

### Sajátos szükségleteik

A kamaszok/fiatalok tanításakor felmerülő legfőbb probléma:

- a koncentrálóképesség időtartama, és
- az érdeklődés hiánya.

Ez a tanulók egy tárgyra vonatkozó attitűdbeli különbségeinek köszönhető. Például **egyes tanulók unalmasnak találhatják az órákat**, mert saját életük vagy érdeklődésük szempontjából a téma ismeretlen.

### Hogyan feleljünk meg ezeknek a szükségleteknek?

**Számos dolgot tehetünk**, hogy megoldjuk a figyelem vagy az érdeklődés hiányának problémáját.

- **Lehet csoportmunkát kezdeményezni**, amely nemcsak a tanár számára hasznos eszköz a tanulók megfigyelésére, de a tanulók számára is, a **kooperáció** és az **egymástól való tanulás lehetősége** miatt.
- **Használható az esettanulmány** is, amely lehetővé teszi, hogy a tanulók megvizsgáljanak vagy elemezzenek egy sajátos problémát vagy helyzetet, megbeszéljék a megoldást és megoldják a bemutatott helyzetet.
- Az osztályban **más módszerek is használhatók**, beleértve a **kiállításokat**, amelyek hivatalos kurzus vagy képzési program nélkül is nagy **segítséget nyújthatnak** az új értelmezések megtalálásában.
- A **tanulmányutak egyes helyekre** vagy egyes **szervezetekhez** úgyszintén a kérdés jobb megismerését biztosítják.
- **Filmek, diák, vetítőfóliák** és más **vizuális eszközök** ugyancsak nagyban segítik a kérdések jobb megértését.

### (3) INTERNETES INFORMÁCIÓS FORRÁSOK:

[www.csalan.hu](http://www.csalan.hu)

[www.dolceta.eu/magyarország/index.php](http://www.dolceta.eu/magyarország/index.php)

[www.nfh.hu](http://www.nfh.hu)

[www.ofe.hu](http://www.ofe.hu)

[www.szmm.gov.hu](http://www.szmm.gov.hu)

ha kevésnek találod, keress tovább, ennél több is van!