

**ONLINE KIADVÁNY A FIATALOK  
FOGYASZTÓI TUDATOSSÁGÁNAK  
NÖVELÉSE ÉRDEKÉBEN**

**2023.**

**FOGYASZTÓVÉDELMI EGYESÜLETEK ORSZÁGOS SZÖVETSÉGE**

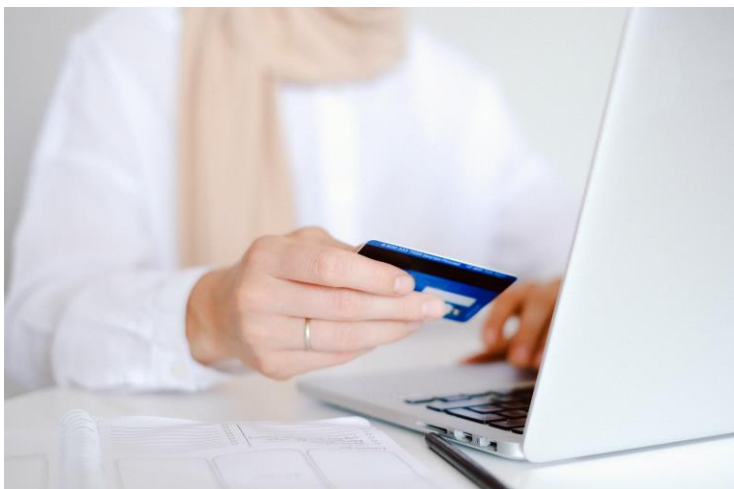
Készült az Igazságügyi Minisztérium támogatásával



## **Kedves Fiatal Fogyasztók!**

Azokhoz szeretnénk most szólni, akik vásároltak már interneten, használnak mobiltelefont, asztali számítógépet vagy laptopot, rendeltek már pizzát, jegyet, reklamáltak már boltban, vagy esetleg utaztak már hagyományos vagy fapados légitársasággal. Jó eséllyel mindannyian megfelelünk ezen feltételeknek, így mindenkire szólunk szavaink és ezáltal a kiadványunkban foglaltak. Fogyasztói társadalomban élünk, ami röviden és egyszerűen úgy fordítható le kisebb túlzással, hogy 0-tól 99 éves korig vásárolunk, szolgáltatásokat veszünk igénybe, azaz mindannyian fogyasztók vagyunk.

Ez a kiadványunk elsősorban Nektek, fiataloknak szól, de „a legjobb tanulás a tanítás” elve alapján arra tudunk Titeket, diákokat ösztönözni, hogy az itt olvasottakat osszátok meg szüleitekkkel, tanáraitokkal, idősebb testvéreitekkel is, hadd tanuljanak belőle ők is. Ahhoz ugyanis, hogy kellően felvértezve vegyünk részt a fogyasztói mindennapokban, szükséges azokkal az információkkal rendelkezünk, amelyek segítik, hogy a pénzünkért azt kapjuk, amit szeretnénk, hogy ne legyünk átverés, vagy csalás áldozatai, vagy bármilyen probléma esetén tudjuk, mik a jogaink és hova fordulhatunk segítségért.



Jelen kiadványunk talán kissé eltér a megszokott tájékoztató információs füzetektől, felépítés szempontjából mindenképpen. Minden egyes fejezet elején bemutatunk egy megoldandó alapszituációt, olyat, amely a mindennapi életben számtalanszor előfordulhat, szinte bármelyik fogyasztóval. Érdeemes ezeket a helyzeteket átgondolni, majd annak fényében lépni a következő részhez, ahol átvesszük az egyes témakörökhöz kapcsolódó legfontosabb tudnivalókat. Miután ezzel megvagyunk, jöhet az alapszituációnk értékelése, nézzük meg, jól gondoltuk-e a fejezet elején talált szituáció megoldási lehetőségeit. Végül, de nem utolsó sorban szituációs játékokon keresztül tudjuk az adott témakörben tanultakat elmélyíteni.

A kiadványt igyekeztünk úgy elkészíteni, hogy azt az általános iskola felsős tagozatán tanulóktól kezdve a középiskolásokon át akár egyetemi csoportok is felhasználhassák – higgyétek el, mindenkinek szükséges van a tudásra, a fogyasztói tudatosságra, kortól függetlenül. Vágjunk hát bele a fogyasztóvédelmi kalandba, ismerjük meg, mit tehetünk, ha szétszakadt a két napja vásárolt cipőnk, ha lefagy a minap vett mobilunk, ha mindig az utolsó szabad szobát árulják a neten, vagy ha éppen tudni akarjuk, hogyan védjük egyszerre pénztárcánkat és a Föld bolygót! Kezdhetünk.

## Online vásárlások

### avagy mi fán terem az elállási jog, a megrendelt pizzát tényleg nem lehet visszaküldeni, és mi a helyzet, ha két nap alatt szétrúgtad a focicipődet?

Képzeljük el azt az alapszituációt, hogy hónapokon át gyűjtünk a kedvenc focistánk által is használt márka szerinti cipőre! Végre összegyűlik a pénz, megrendeljük online a csukát, ami időben meg is érkezik. Persze azonnal ki akarjuk próbálni, rohanunk is a barátainkkal a térre, ahol a kertvárosi derbi keretében fel is avatjuk rögtön. Hiába azonban a két rúgott gól és három gólpassz – bravó! – a cipő talpa feljön. Az első sokkhatást követően a tudatos fogyasztó barátunktól azt a tanácsot kapjuk, hogy küldjük vissza a cégnek a csukákat, 14 napon belül indokolás nélküli elállási jogunk van online vásárlás esetén. Megtörténik, elállunk az előírt szabályok szerint és fel is adjuk postán a csomagot. Majd a cég visszaír, hogy köszönettel megkapta, de mivel „túlhasználtuk”, ezért csak a cipő árának 20 százalékát adja vissza. Na ne... De mi a megoldás ilyenkor? Megteheti ezt a cég? Nem kérhetjük a teljes vételárat? Vagy esetleg más fogyasztói jogunkkal sem élhetünk? Ebből a fejezetből kiderül, ismerkedjünk meg az elektronikus kereskedelem fogyasztóvédelmi szabályaival!

### Amit mindenkinek tudnia kell az online vásárlásról

Arról aligha kell hosszú sorokat regélnünk, hogy ma már mindennapi életünk része a virtuális világ, az online kereskedelem, a digitalizáció kora rég beköszöntött. Fent vagyunk közösségi oldalakon, milliónyi applikációnk van, családdal, barátainkkal, munkatársainkkal és még ismeretlenekkel is különböző kommunikációs csatornákon tartjuk a kapcsolatot. Játsszunk a neten, időpontot foglalunk a hivatalba és az orvoshoz, csekkoljuk az időjárást, a sporttevékenységeinket applikációkon vezetjük, a házi feladatokat online kapjuk és oldjuk meg, és nem mellékesen – vásárolunk is, nem is keveset.



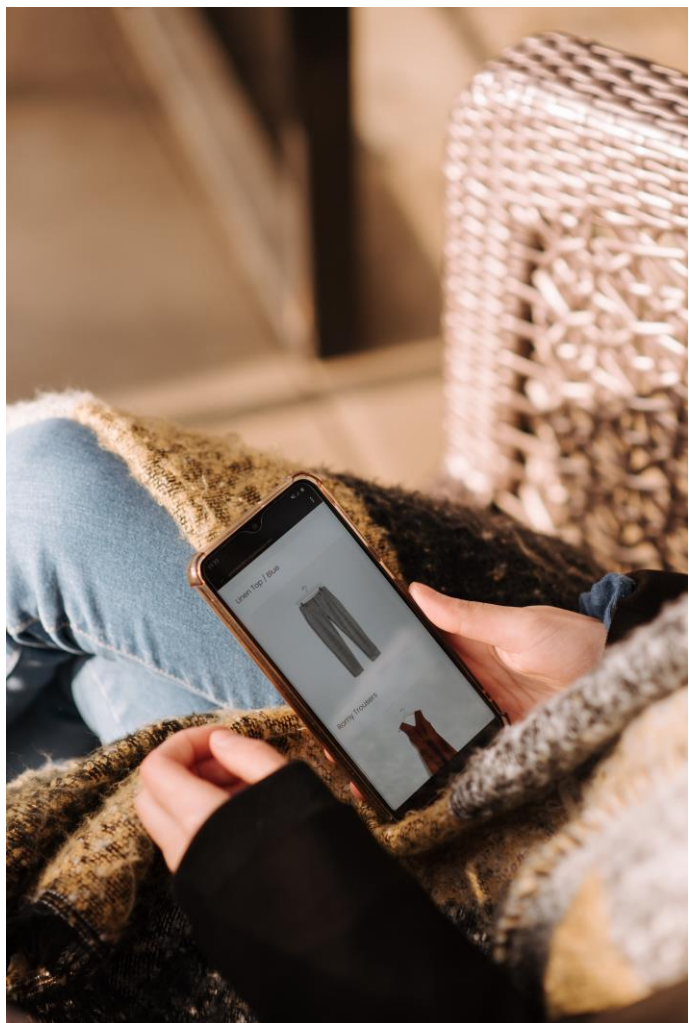
Rendkívül egyszerűen, gyorsan, kényelmesen vehetünk igénybe szolgáltatások vagy rendelhetünk meg termékeket, nagyobb a választási és az összehasonlítási lehetőség is. Igen ám, de jelentős a kockázat is, és most elsősorban az elektronikus vásárlásokra gondolunk. Vannak szabályok, amiket érdemes, és vannak, amiket be kell tartanunk ahhoz,

hogy ne vágassanak át bennünket. És nem árt tisztába lenni fogyasztói joginkkal sem, már csak azért sem, hogy az alapszituációban felvázolt példát meg tudjuk oldani.

Mindenekelőtt a legfontosabb tudnunk, hogy szigorú tájékoztatási kötelezettségek vonatkoznak a webáruházakra, már a vásárlást megelőzően. Világosan és közérthető módon tájékoztatni kell ugyanis minket a termék vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságairól, az eladó vállalkozás nevééről, székhelyének postai címéről, a telefonszámáról és elektronikus levelezési címéről. Tudnunk kell már a vásárlást megelőzően a bruttó vételárról, az ezen felül felmerülő valamennyi költségről, legyen szó akár a szállítási díjról vagy a postaköltségről. Kötelező tájékoztatni a vásárlót a fizetésről, a szállításról és a teljesítési határidőről, a vállalkozás panaszkezelési módjáról, valamint a fogyasztót megillető szavatossági és jótállási jogokról. Végül, de nem utolsó sorban tájékoztatni kell az ügyfeleket a békéltető testülethez fordulás lehetőségéről és elérhetőségeiről, valamint az elállási jog gyakorlásának határidejéről és egyéb szabályairól is fel kell világosítani a vásárlókat.

És hogy mi az az elállási jog? Mitől lehet elállni, meddig és egyáltalán, minden vásárlástól elállhatunk? Nos, amit a legfontosabb tudni, hogy hagyományos, azaz bolti vásárláskor nem illeti meg a vásárlókat hibátlan teljesítés esetén az elállási jog, jogszabály szerint.

Az elállási jog lényege ugyanis éppen abban rejlik, hogy mivel internetes vásárlás esetén nincs lehetőségünk kipróbálni, vagy közvetlenül megtekinteni a terméket, ezért a termék átvételét követően meggondolhatjuk magunkat. Ez pedig az indokolás nélküli elállási jog. Azaz meggondolhatjuk magunkat akkor is, ha nem hibás a termék, csak nem tetszik, nem jó a mérete, vagy már van belőle egy ugyanolyan, és nem vagyunk gyűjtők. A termék átvételétől számított 14 napunk van arra, hogy éljünk ezen elállási jogunkkal, ezért fontos, hogy minden internetes vásárlás esetén – is – legyünk figyelmesek és alaposak.



Elállás esetén a terméket haladéktalanul, de legkésőbb az elállás közlésétől számított 14 napon belül vissza kell küldenünk a vállalkozásnak, vagy a vállalkozás által a termék átvételére meghatalmazott személynek – tipikusan ilyen a futár – átadunk, kivéve, ha a vállalkozás vállalta, hogy a terméket maga szállítja vissza. Elálláskor csak a termék visszaküldésének

közvetlen költségét kell nekünk állni, hacsak a vállalkozás ezt át nem vállalja. Amennyiben elálltunk a szerződéstől, a vállalkozás haladéktalanul, de legkésőbb az elállásról való tudomásszerzésétől számított 14 napon belül köteles visszatéríteni a teljes vételárat a fogyasztó által igénybe vett fizetési móddal megegyező módon. Tehát ha bankkártyával fizettünk, akkor nem küldheti vissza a vételárat a cég készpénzben, kivéve, ha ebbe kifejezetten beleegyeztünk.

Az elállási jog nem korlátlan, ezt is szem előtt kell tartanunk. Nincs például elállási jog élelmiszerekre – lásd pizza esete! –, kibontott csomagolású CD-re, DVD-re vagy szoftverre, letöltött programokra, vagy a fogyasztó egyedi utasításai alapján legyártott termékekre – ajándék bögre nagymama nevével! –, vagy szintén kibontott csomagolású higiéniai termékekre. Az elállási határidő alatt a termék tényleges használata miatti, azaz nem a kipróbálás miatti értékcsökkenést is meg kell térítenünk, tehát – anélkül, hogy máris megoldanánk a példánkban szereplő esetkört – felpróbálhatjuk a ruhadarabot, de azt tönkre nem tehetjük, nem „használhatjuk túl”, mert ilyenkor a teljes vételár sem fog visszajárni.

### **Akkor mi a helyzet a szétrúgott focicipőnkkel?**

Mindezek után térjünk vissza az alapszituációnkra, a szétrúgott focicipőre. Az előbb olvasottak alapján megfelelően jártunk el, hiszen a termék átvételét követő 14 napon belül éltünk elállási jogunkkal. Elállási nyilatkozatunk rendben volt, a terméket is időben visszaküldtük. A cég pedig nem hajlandó visszafizetni az elállásunk alapján a teljes vételárat, „túlhasználat” miatt. Azt láttuk, hogy valóban megteheti, ha nem csak az alap kipróbálási esetről van szó, hanem értékcsökkenés is felmerül, hiszen egy komoly derbin vettünk részt a cipőben, amelynek során szétment a talpa, akkor az értékcsökkentett rész járna csak vissza. Igen ám, de itt jön képbe a szavatosság intézménye. Az elképzelt, de igencsak gyakori szituációban igenis vannak fogyasztói jogaink hibás termék esetében. De hogy ezek mik, és azért is, hogy tovább csigázzuk az érdeklődést, ugorjunk tovább a következő fejezetre, ahol megismerhetjük a jótállás és a szavatosság szabályait. De csak miután kipróbáltuk a „Ki a kreatívabb webáruház tulajdonos?” játékot!

### **Ki a kreatívabb webáruház tulajdonos? – játék**

Alakítsatok három- vagy négyfős csoportokat! Az egyes csoportok készítsenek egy webáruházat, természetesen elég rajz formájában, haladók megtervezhetik laptopon, mobilon vagy asztali számítógép segítségével is. A csoportok találják ki, hogy milyen terméket szeretnének árusítani. A webáruház nyitólapját kell megtervezni, amelynél fontos, hogy felkeltse a látogatók figyelmét, legyenek tehát kreatívak, ugyanakkor a menüsor tartalmazza a fent tanult tájékoztatási kötelezettségeket magában foglaló menüpontokat is – segítségképpen, például elérhetőség menüpont legyen mindenkinél!

Miután végeztetek az előkészítéssel, mutassátok be a többi csoportnak a webáruházaitokat, mondjátok el, mit és miért árusítotok, és milyen jogszabályi jogokat és esetleges többletjogokat biztosítotok a fogyasztóitoknak!

**Jótállás, szavatosság, garancia**  
**avagy kijárat az útvesztőből, mikor reklamálhatsz a hibás laptop miatt, és tényleg ki kell cserélni 3 munkanapon belül a bekeppált mobilt?**

Hogy ne csak a fiúk, hanem minden olvasónk érdeklődését fenntartsuk, most képzeljük el azt az alapszituációt, hogy megvásároltuk a legújabb és legmenőbb telefonkészüléket, mondjuk egy hagyományos telefonüzletben. De amikor az első üzenetet el akarjuk küldeni a legjobb barátunknak, a telefon lefagy, egyszerűen nem csinál semmit, az üzenet nem megy át, a mobilon nem lehet képernyőt váltani, és kikapcsolni is csak az újraindító reset gombbal vagy gombokkal lehet. Újraindítás után a helyzet változatlan. Ahogy azt kell, azonnal visszavisszük a telefont a boltba – figyelem, a vásárlást követő napon vagyunk! –, ahol az eladó közli, elküldik bevizsgálásra a hibás készüléket, majd jelentkeznek valamikor. Oké, de nekünk most kell a telefon, és nemcsak a közösségi média oldalunk naprakésszé tétele miatt, hanem azért is, mert a matek házi is azon érkezik például. Mit tehetünk ilyen szituációban, egyáltalán mi a kereskedő kötelezettsége ebben a helyzetben? Ha tovább olvasunk, nemsokára kiderül, ígérjük!

**Amit mindenkinek tudnia kell a jótállásról és szavatosságról**

Hiba, hibás teljesítés. Ahhoz, hogy megértsük a szavatosság és a jótállás cseppet sem egyszerű jogintézményeit és szabályozását, ebből a két alapfogalomból kell kiindulnunk. Hibásan akkor teljesít az eladó vállalkozás, ha a termék a teljesítés, vagyis az eladás időpontjában nem felel meg a szerződésben vagy a jogszabályban foglalt minőségi követelményeknek. Fontos, hogy ez nem azt jelenti, hogy már az eladáskor hibás lett volna az általunk vásárolt árucikk, viszont az akár később jelentkező hiba oka már a vásárláskor megvolt. Hibás a teljesítés tehát például gyártási hiba vagy rejtett hiba esetén, de mindenképpen feltétele a hibás teljesítésnek, hogy az nem a vásárlónak köszönhető. Magyarán, ha mi törjük el a mobilunkat, vagy szakítjuk el a frissen vásárolt felsőnként, az nem hibás teljesítésnek minősül, legfeljebb egy oltári nagy pechnek.

Meg kell azt is jegyeznünk, hogy nincs hibás teljesítés akkor sem, ha már a vásárláskor ismertük a hibát. Például árát csökkentve árulja a termékét a cég, mert színhibás, és erre fel is hívja a figyelmet. Ilyenkor tehát színhiba miatt nem reklamálhatunk, viszont általános, nem hiba miatti „akciós terméknek” hibátlan kell lennie.

Folytassuk magyarázó kalandozásunkat a szavatosság fogalmával! A szavatosság azt jelenti, hogy bármilyen terméket is vásároljunk – akár egy nagyon olcsó ruhadarabot is – az eladó szavatossággal tartozik a termék olyan hibájáért, amely a termékben már meglévő hiba miatt következett be. Hiba esetén ilyenkor közvetlenül az eladóhoz fordulhatunk problémánkkal. A szavatossági idő a vásárlástól számított két év, fogyasztó és vállalkozás közötti, árura vonatkozó szerződés esetén azonban az ellenkező bizonyításáig vélelmezni kell, hogy a teljesítést követő egy éven belül a fogyasztó által felismert hiba már a teljesítés időpontjában megvolt a termékben, kivéve, ha ez a vélelem a dolog természetével vagy a hiba jellegével összeegyeztethetetlen.

Mindez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a vásárlástól számított egy éven belül felismert hiba esetén a vállalkozásnak kell bizonyítania, hogy mi okozta a hibát, egy éven túl, de két éven belül viszont a miénk ez a bizonyítási kötelezettség. Az eladónak a felelősségét olyan termékhiba alapozza meg, amely már a vásárlás pillanatában megvan a termékben, csak nem ismerhető fel, nem véletlenül hívják rejtett, vagy gyártási hibának.

Ha pedig meghibásodik az általunk vásárolt termék, élhetünk szavatossági jogokkal, amelyek



részben megegyeznek a jótállási jogokkal is. Jöjjenek most ezek!

Hibás teljesítés esetén elsősorban kijavítást vagy kicserélést kérhetünk, kivéve akkor, ha az általunk választott kijavítás vagy kicserélés lehetetlen, vagy ha az aránytalan többletköltséget jelentene a vállalkozásnak.

Kérhetjük továbbá az ellenszolgáltatás arányos leszállítását, vagyis a vételár csökkentését, vagy el is állhatunk a szerződéstől, ha a vállalkozás a kijavítást vagy a kicserélést nem vállalta, annak nem tud eleget tenni, vagy ha a vevőnek a kijavításhoz vagy kicseréléshez fűződő érdeke megszűnt. Ahogy azt az online vásárlás szabályainál már láttuk, az elállás azt jelenti, hogy úgy kell tekinteni a vásárlást, mintha az meg sem történt volna, vagyis visszajár a termék az eladónak, a teljes vételár pedig a vásárlónak. Fontos tudnunk azonban, hogy jelentéktelen hiba miatt elállásnak nincs helye.

Azt is szem előtt kell tartanunk, hogy a kijavítást vagy kicserélést megfelelő határidőn belül, a fogyasztó érdekeit kímélve kell elvégezni, azaz nem húzható a végtelenségig, valamint a szavatossági kötelezettség teljesítésével kapcsolatos költségek, például javítási költségek a vállalkozást terhelik.

A szavatosságra vonatkozó szabályok részben jótállás esetén is érvényesülnek, annyival, hogy ott még erősebb védelemben részesülnek a vásárlók. A jótállás ugyanis azt jelenti, hogy az eladó a hibátlan teljesítésért felel, a jótállás teljes időtartama alatt felmerült minőségi kifogás esetén pedig csak akkor mentesül ezen felelősség alól, ha bizonyítja, hogy a hiba oka a teljesítés után, azaz nem rendeltetészerű használatból ered. A jótállás lehet jogszabályon alapuló, azaz kötelező jótállás, és a felek megállapodásán alapuló, szerződéses vagy önkéntes jótállás.

A jótállási igény a jótállási határidőben érvényesíthető. Ez a határidő kötelező jótállás esetén attól függ, hogy a termék vételára mekkora. Ha a kötelező jótállás alá eső termék ára 10.000,- Ft és 100.000,- Ft közé esik, 1 év jótállás vonatkozik a termékre. 100.001,- Ft és 250.000,- Ft között 2 év, míg 250.000,- Ft felett 3 év jótállás van a termékre. Önkéntes jótállásnál viszont a vállalkozás döntését múlik a jótállási határidő.

A jótállási igény érvényesítésére a szavatossági jogok gyakorlására vonatkozó szabályokat kell megfelelően alkalmazni, azaz kijavítást, kicserélést, árleszállítást, elállást lehet érvényesíteni jótállási időn belül.

Nagyon sokszor felmerül az úgynevezett három munkanapos csere szabálya és annak érvényesítése. Ez ugyanis csak és kizárólag kötelező jótállás alá eső termékekre vonatkozik, és azt jelenti, hogy ha a vásárlástól számított három munkanapon belül jelentünk be hiba miatti csereigényt, akkor nem hivatkozhat az eladó az aránytalan többletköltségre. Ilyenkor tehát javítás helyett köteles cserélni a meghibásodott terméket.

Azt sem szabad elfelejtenünk, hogy a szavatossággal ellentétben nem minden termékre van kötelező jótállás, csak azokra, amelyeket a jogszabály felsorol. Ilyenek elsősorban egyes tartós fogyasztási cikkek 10 ezer forint vételártól kezdődően, így például a mobiltelefonok, a háztartási gépek, a bútorok, a járművek, a sporteszközök, stb.

2021. január 1-jétől ráadásul többletvédelem illet meg bennünket abból a szempontból, hogy a végtelenségig ne lehessen húzni a korábban elég gyakran tapasztalt javításokat.



Ha ugyanis egy kötelező jótállás alá tartozó termék első alkalommal hibásodik meg és a terméket értékesítő vállalkozás vagy a szerviz megállapítja, hogy a termék nem javítható, akkor a vállalkozás 8 napon belül köteles cserélni a terméket. Ha a termék cseréjére nincs lehetőség, a vállalkozás köteles a fogyasztó által bemutatott, a termék árának megfizetését igazoló számlán vagy nyugtán feltüntetett vételárat 8 napon belül visszatéríteni a vásárló részére.

Ha a kötelező jótállás alá tartozó termék meghibásodik és a terméket értékesítő vállalkozás vagy a szerviz megállapítása szerint a termék javítható, akkor a vállalkozásnak törekednie kell a termék 15 napon belüli javítására. Ha a javítási idő a 15 napot meghaladja, akkor a vállalkozás a fogyasztót legkésőbb a 15. napon tájékoztatni köteles a javítás várható



időtartamáról. Ha a terméket pedig 30 napon belül sem tudja megjavítani a vállalkozás, vagy a szerviz, akkor a vállalkozás 8 napon belül cserélni köteles a terméket. Ha erre nincs lehetőség, a vállalkozás köteles a vételárat 8 napon belül visszatéríteni a vásárló részére.

Ha egy kötelező jótállás alá tartozó termék pedig a harmadik javítást követően újból meghibásodik, akkor a vállalkozás 8 napon belül köteles cserélni a terméket, tehát negyedik alkalommal már nem ragaszkodhat a javításhoz a vállalkozás. A háromszori javítás nem ugyanazon hibára vonatkozik. Ha a termék cseréjére nincs lehetőség, a vállalkozás köteles a vételárat 8 napon belül visszatéríteni a vásárló részére. Fontos kiemelni, hogy ezek a szabályok, azaz az első javításra, 15 napos értesítési kötelezettségre, 30 napon belüli javításra és háromszori cseréjére vonatkozó rendelkezések nem vonatkoznak gépjárművekre, vagy pl. motorkerékpárra, elektronikus kerékpárra.

Szintén nagyon fontos tudnivaló, hogy 2021. január 1-jétől a jótállás érvényesítéséhez nem kell a csomagolást megőrizni, azaz a vállalkozás nem követelheti tőlünk az eredeti csomagolást, tehát a csomagolás hiányában is érvényesíthető a jótállási igény. Ugyanakkor a nyugtát, számlát, blokkot, jótállási jegyet, stb. minden esetben őrizzük meg!

### **Akkor mi a helyzet a lefagyott telefonnal? És a szétrúgott cipőt se felejtjük el!**

Most, hogy megismertük a szavatosság és jótállás szabályait, ugorjunk vissza az alapszituációinkhoz, a lefagyott mobiltelefonhoz! A vásárlástól számított három munkanapon belül visszavittük a készüléket a boltba. A termék 10 ezer forint felett volt, tehát kötelező jótállás alá esett. És egyértelműen hibás. Lefagy. Újraindítjuk. Nem működik... Azaz az eladónak kutya kötelessége azonnal kicserélni azt – természetesen utólag vizsgálhatja, hogy mi okozhatta a hibát, de egy ugyanolyan, működőképes készüléket kell adnia. Nem hivatkozhat arra, hogy javítgatja, vizsgálgatja, cserélnie kell. Ha pedig erre nem képes, mert nincs, vagy egyértelműen mindegyik készülék ugyanazzal a hibával bír, akkor a teljes vételárat vissza kell adnia.

És akkor itt jön képbe a szétrúgott cipőnk is, amelyet kettővel korábbi példánkban hoztunk fel. Ha visszaemlékezünk, online vásárlás esetén valóban korlátozott az elállási jogunk abban az értelemben, hogy a teljes vételár tényleg nem járna vissza a termék túlhasználata miatt. Igen ám, de az a termék hibás is, hiszen egy használat után levált a talpa, egy nem éppen olcsó focicsukának pedig igenis bírnia kellene a strapát, legalább egy ideig, semmiképpen sem csak az első meccs végéig.

Magyarán, ilyenkor ne az elállási jogunkkal éljünk, mert nem kapjuk vissza a teljes vételárat, hanem szavatossági jogunkkal. Mert a hiba miatt az eladónak javítania, vagy cserélnie kell a hibás cipőt, ha pedig erre nem képes, vissza kell utalnia a teljes vételárat. Ne hagyjuk magunkat félrevezetni, csak azért, mert részben – vagy bizonyos körben – igaza lehet a kereskedőnek! Rátermettségünket bizonyíthatjuk is rögtön a „Tudatosabb a fogyasztó, mint amennyire eltökélt az eladó?” játékunkban.

## **Tudatosabb a fogyasztó, mint amennyire eltökélt az eladó? – játék**

Alakítsatok háromfős csoportokat! Minden csoportban az egyik játékos a fogyasztó, a másik a vásárló, a harmadik a békéltető testületi személy. Húzzatok az alábbi szituációk közül egyet-egyét, és rövid felkészülési idő után játsszátok el a többiek előtt. Próbáljátok meggyőzni az eladót, hogy igazatok van, az eladó pedig védje vállalkozása gazdasági érdekeit, amíg meg nem győzik végérvényesen. A békéltető testületi személy eközben megpróbál a felek között egyezséget létrehozni, ha pedig az eladó és a vásárló nem tud megegyezni, döntse el, kinek van igaza, és indokolja meg, miért. Egy-egy szituációt akár több csoport is eljátszhat, létszámtól függően. Az egyes szituációk:

1. A két napja megvett mosógép mos, de nem centrifugáz, így a ruhák csuromvizesen esnek ki a gépből. Cserét kértek, az eladó azonban csak a hiba kijavítását vállalja, ehhez pedig 12 napra lenne szüksége.
2. A négy éve vásárolt TV-d tönkrement, se kép, se hang. Megvan a számla, az eredeti csomagolás, minden, az eladó nem hajlandó azonban sem cserélni, sem javítani.
3. Utcai cipőt vásároltál két hónapja. De mivel imádsz sportolni, abban kosaraztál, fociztál, futottál, bicikliztél. Tönkre is ment, felrepedt a varrásnál. Ki akarod cseréltetni az eladóval, ő azonban azt mondja, nem rendeltetészerűen használtad.
4. Elromlott a laptopod, így nem tudod a házi feladataidat normálisan elvégezni. Az eladó átveszi a terméket javításra, de még 43 nap elteltével sem történik semmi. „Majd megjavítjuk” – állítja...
5. Két éve vett a család 280 ezer forintért egy hűtőt. Mivel tönkrement, ki akarjátok cseréltetni, a cég azonban közli, egy év a jótállás a termékre, így nincs mit tenni...

### **Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok**

#### **avagy a „már csak egy szoba szabad, siessen és foglaljon”, valóban egy szabad szobát jelent és örült nagy érdeklődést a szállás iránt, vagy csak át akarják vágni a fejünket?**

Képzelnék el azt az alapszituációt, hogy a tanévnyitóról sétálunk hazafelé az osztálytársainkkal, és meglátjuk a kirakatban a „csak most, csak itt, csak ennyi, végkiárúsítás” feliratot! Ugyanezzel a felirattal találkozunk aztán mindennap, a téli szünet előtt is, farsangkor, sőt, még az évzáró után is, mielőtt megkezdjük jól megérdemelt nyári szünetünket.

Vagy képzelnék el azt a helyzetet, amikor a már említett nyári szünetre akarunk szállást foglalni a családdal. A monitoron megjelenik villogva egy visszaszámláló óra, mellette nagy piros betűkkel: „már csak egy percig érhető el ilyen kedvezményesen a szoba, még 26 fogyasztó nézi éppen ezt a szállást, foglaljon most, ne maradjon le” felirat!

Végül egy olyan szituációba is képzelnék magunkat, amikor azt látjuk az újsághirdetésben, hogy „ingyen az Öné lehet a teljes Harry Potter sorozat, rendeljen most”, majd a lap alján kis csillaggal jelölve, hogy ehhez csak a következő hozzájárulási díjat kell fizetnie...

Elsőre talán jól hangzik mindegyik. Hiszen egy éven át hatalmas kedvezmény, csak ott, csak akkor, csak nekünk, ez remek! A szállás annyira fantasztikus, hogy rajtunk kívül 26-an nézik, ráadásul kedvezményesen, kattintsunk gyorsan és foglaljunk! És bizony, a teljes Harry Potter sorozat, hét könyv, nem olcsó mulatság, és ingyen is megkaphatjuk! Vagy majdnem ingyen. De mielőtt kattintunk, vásárlunk, döntünk, álljunk meg egy pillanatra, mert itt nagyon könnyen lehet, hogy átverésről van szó. Az úgynevezett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról lesz szó ebben a fejezetben!

#### **Amit mindenkinek tudnia kell a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról**

Akkor minősül egy kereskedelmi gyakorlat megtévesztőnek, ha az valótlan információt tartalmaz, vagy egy valós tény, figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy például a termék lényeges jellemzője, mennyisége, a származási helye, a környezetre gyakorolt hatása, vagy éppen az áru ára, illetve díja tekintetében téveszti meg a fogyasztót, vagy alkalmas egyáltalán arra, hogy megtéveszse a vásárlót. Ezzel a megtévesztéssel pedig olyan ügyleti döntés meghozatalára készítet minket, magyarán arra, hogy a terméket megvásároljuk, amelyet egyébként nem hoztunk volna meg, vagy az ügyleti döntés meghozatalára akár csak alkalmas.

De megtévesztés az is, ha a vállalkozás a terméken, annak csomagolásán, illetve egyéb kommunikációs eszköz, például reklám útján a termék eladási áráként a ténylegesen fizetendő árnál alacsonyabb árat jelöl meg. Azaz nem mond igazat az árról. Az ár tekintetében amúgy is igencsak gyakran tud átverni bennünket a cég, hiszen megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat az a vállalkozás is, amely az általa meghirdetett akciós eladási árnál magasabb áron értékesíti termékét. Például a feltüntetett akciós eladási árhoz képest magasabb áron

történik az értékesítés, ha egy nem akciós termékre vonatkozóan a kedvezményes időszak lejártát követően az akciós tábla kint marad, vagy ha az akciós árkiírást már az akciós időszak előtt kihelyezik.

Tisztességtelen az is, ha az áru leírása „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel történik, ha a fogyasztónak ezzel ellentétesen igenis fizetnie kell bármit. Megtévesztés ezen felül az is, amikor a vállalkozás az áru mennyisége tekintetében téveszt meg bennünket, és ezáltal olyan üzleti döntés meghozatalára késztet minket, amelyet egyébként nem hoztunk volna meg, vagy erre alkalmas.

De vannak ennél súlyosabb esetek is, amelyet csak úgy nevezhetünk: feketelistás tényállások: ez a hatályos törvény alapján 32 olyan tényállást tartalmaz, amelyek minden körülmények között tisztességtelennek minősülnek. Ezek megvalósítása esetén nincs helye mérlegelésnek, a hatóságnak meg kell büntetnie a jogsértő vállalkozást. Ezek közül szemezgetünk most párat, már csak azért is, hogy a bevezetőben megjelenített szituációkra tudjunk választ adni.

Kezdjük is mindjárt azzal az esettel, amikor „csődeljárás, végkiárusítás, költözés miatt minden eladó” felirattal találkozunk. Amennyiben valótlanul állítják, hogy a vállalkozás felhagy a tevékenységével vagy áthelyezi az üzletét, akkor az minden körülmények között tisztességtelennek minősül.

Ugyancsak feketelistás tényállás az az eset, amikor a „gyorsan foglaljon, mert rendkívül népszerű a termék, mindenki ezt vásárolja éppen” feliratok villognak a szemünk előtt. Azaz a vásárló azonnali döntéshozatalra késztetése céljából valótlan állítja, hogy a termék csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztót megfosztja a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.

„Két év szavatosságot biztosítunk minden termékre!” – hirdeti a vállalkozás, ami szép és jó, csakhogy nem a cég biztosítja, hanem törvény. Emiatt pedig tisztességtelennek minősül a cég magatartása, hiszen a vásárlók törvényes jogait úgy mutatja be, mintha azok a vállalkozás ajánlatának sajátosságai lennének.



Ugyancsak tisztességtelen az olyan hamis benyomás keltése, hogy a fogyasztó már megnyert, meg fog nyerni, vagy meghatározott cselekmény megtétele révén fog megnyerni egy nyereményt, miközben valójában nincs ilyen nyeremény, vagy a nyeremény érvényesítése, illetve igénybevétele a fogyasztó számára meghatározott pénzösszeg megfizetéséhez vagy költségek viseléséhez kötött. Tisztességtelen – és rendkívül erkölcstelen is – annak valótlan állítása, hogy a termék alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására – ilyen tipikusan a „meggyógyít mindent” típusú hirdetés.

És végül, de nem utolsó sorban: a reklámban gyermekkorúak közvetlen felszólítása a reklámozott termék megvételére, illetve igénybevételére vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőttet, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott terméket, avagy „beszéld rá szüleidet, hogy vegyék meg Neked ezt...” típusú reklámok ugyancsak tisztességtelennek minősülnek.

Még mielőtt választ adnánk a feltett kérdéseinkre, fontos tudnunk, hogy melyik hatóság jár el akkor, ha egy vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytat. Nos, főszabály szerint ilyenkor a fogyasztóvédelmi hatósági hatáskörben eljáró kormányhivatal jár el. Nem is kérdés, hogy ha van főszabályunk, akkor kell kivételnek is lennie. Ez esetben kettő ilyen eset is van. Ha az érintett kereskedelmi gyakorlat a vállalkozás olyan tevékenységével függ össze, amelyet a Magyar Nemzeti Bank felügyel, tehát pl. bank, biztosító követ el tisztességtelen magatartást, akkor a Magyar Nemzeti Bank jár el. Ha pedig kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas – például országos jelentőségű nagy cégről van szó, vagy országos sugárzású televízióban hirdetnek egy terméket tisztességtelenül – akkor a Gazdasági Versenyhivatal jár el.

### **Akkor mi a helyzet az egy éven át tartó végkiárusítással, a szuper szállodai szobával és a teljesen ingyenes Harry Potter sorozattal?**

Nos, ahogy a fentiekben láthattuk, a helyzet az, hogy ezek egytől-egyig tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek. Nem is akármilyennek, az úgynevezett feketelista körében kerültek feltüntetésre, azaz minden körülmények között tisztességtelennek minősülnek. Hiszen valótlanul állítja első példánk, hogy a vállalkozás felhagy a tevékenységével vagy áthelyezi az üzletét, ne felejtjük el, az évnyitótól kezdve az évzáróig mindennap láttuk a hirdetést.

A második esetben azonnali döntéshozatalra készítet minket a valótlan állítással, hogy a szoba csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, ezáltal megfoszt minket a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól. És végül, valótlanul állítja a harmadik esetünkben a kereskedő, hogy a teljes Harry Potter sorozat ingyenes, mert valójában fizetnünk kell érte, és nem csak a szállítási díjat.

Ha ilyen vagy ehhez hasonló reklámot, hirdetést vagy felhívást látunk, álljunk meg egy, de inkább több pillanatra, és ez igaz egyébiránt minden vásárlásunkra. Alaposan gondoljuk át, mire költünk, mire van szükségünk, hol kapjuk meg a terméket vagy a szolgáltatást a legjobb áron. Döntsünk tehát tudatosan! De előtte nézzük meg, „Ki az ügyesebb kereskedő?” az osztályban játékunkat.

### **Ki az ügyesebb kereskedő? – játék**

Alakítsatok három- vagy négyfős csapatokat. Hozzatok létre elméletben egy céget, találjátok ki a nevét, hogy mit árusít, legyen az termék, vagy szolgáltatás. Írjátok a cégnek reklámszlogeneket – akár rajzoljatok is hozzá, de lapon, számítógépen is elvégezhető a feladat. Legalább hat olyan mondatot írjátok, amellyel becsalogatjátok a vásárlókat. A hatból legyen legalább egy, ami a fentiekben tanult tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok alá esik. A többi csapatnak ki kell találni, melyik a jogsértő reklám, melyik nem az. Döntsétek el, kié a legjobb reklámszöveg, kitől vásárolnátok legszívesebben.



**Környezettudatosság és energiacímkék**  
**avagy hogyan mentjük meg a bolygót, vagy legalábbis hogyan vigyázzunk rá – kis lépés**  
**az embernek, de nagy lépés...**

Képzéljük el azt az alapszituációt, hogy a család be akar ruházni egy új mosógépre. A termékpaletta rendkívül széles, márkában, árban, rendeltetésben, méretben, színben – és végül, de nem utolsósorban, energiatakarékosságban. Az összehasonlítás – mert ugye tudatos fogyasztók vagyunk, tehát nem egy szempont alapján döntünk, hanem minden körülmény figyelembe vételével, alaposan átgondolva a vásárlást – eleinte könnyű lehet.

Az árak adottak, tudjuk, mi az, amit megengedhet magának a család, mi az, amit nem. A márka is adott, lehet, hogy jó tapasztalatunk van egy márkáról, egy másiktól kevésbé, a harmadiktól meg a szomszéd beszél szuperlatívuszokban. A méret, kinézet, szín sem utolsó szempont, még ha ezek szubjektív elemek is, de összehasonlítás szempontjából ez is megoldható tényező.

Na de mi a helyzet az energiatakarékossággal? Honnan tudjuk, hogy mivel tudunk igazán spórolni, melyik mosógép az áramfaló, melyikkel ugrik meg a havi energiaszámla, stb.

A környezettudatosság és energiacímkézés kapcsolatáról lesz szó jelen fejezetben, amivel talán a bolygót nem tudjuk megmenteni, de kis lépést tehetünk abba az irányba, hogy ne romboljuk tovább a környezetet. Nem mellékesen, az áramszámlán is spórolhatunk.



**Amit mindenkinek tudnia kell az energiacímkékről**

Az energiacímkék egyértelmű és közérthető információkat nyújtanak számunkra a termékek energiahatékonyságáról és más jellemzőiről. Energiahatékonyság szempontjából minél jobb egy termék, annál inkább spórolhatunk, hiszen ezáltal csökken az energiaszámlánk, nem mellesleg az üvegházhatású gázok csökkentéséhez is hozzájárulhatunk. Nem véletlen, hogy az egységes szabályozás érdekében Európai Unió normák rendelkeznek az energiacímkéről és a környezettudatos tervezésről. Ezek a szabályok energiahatékonysági és környezetvédelmi minimumkövetelményeket határoznak meg, még hozzá a háztartási és ipari készülékek tekintetében.

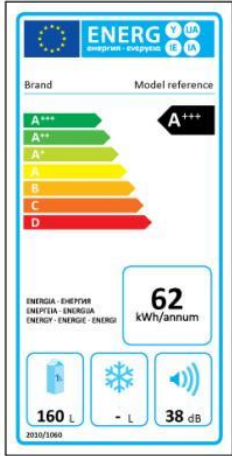
Az uniós energiacímkék megmutatják, hogy az egyes készülékek energiafogyasztásuk szerint hol helyezkednek el egy meghatározott skálán. Nem mellesleg becslést adnak az egyes termékek éves energiafogyasztásáról, így a fogyasztók tájékozott döntéseket hozhatnak. Az Európai Unió 1994-ben vezette be először az A-tól G-ig terjedő energiacímkéket bizonyos háztartási gépekre, ahol az A minősítés a leghatékonyabb, a G minősítés alá a legkevésbé hatékony termékek tartoztak. Így a vásárlók az uniós energiacímkék alapján informálódhatnak azóta is egy-egy termék energiahatékonyságáról.

Természetesen energiafogyasztási címkézésre vonatkozó szabályok nem minden termékre vonatkoznak, csak az uniós norma által meghatározott 14 termékcsoportha. Ide tartoznak a mosogatógépek, a mosógépek, a szárítógépek, a hűtőszekrények, a professzionális és kereskedelmi hűtés, a lámpák, az elektronikus képernyők, a háztartási főzőberendezések, a fűtőberendezések, a vízmelegítő berendezések, egyedi helyiségfűtő berendezések, a szilárd tüzelésű kazánok és végül a légkondicionálók, valamint a háztartási szellőztető berendezések. Ha tehát ilyen típusú terméket vásárol a család, akkor az egyéb szempontok – mint például ár, kinézet, méret – mellett az energiahatékonyságot is figyelembe tudjuk venni döntésünk során.

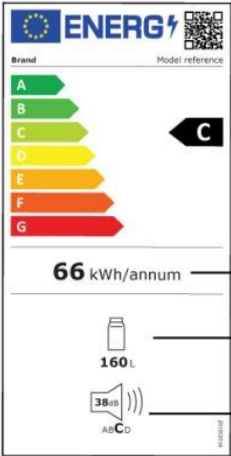
A fenti skálabesorolás alapján érthető módon a gyártók úgy versenyeztek egymással, hogy energiahatékonysági szempontból minél jobb termékeket gyártottak. Ennek hatására az A-tól G-ig terjedő skálán egyre jobban elterjedtek az +, A++ vagy A+++ címkével ellátott árucikkek, azaz a gyártók „még annál is jobb” termékekkel kezdték ellátni a piacot. Ez nyilván nem baj, viszont a fogyasztói döntést megnehezítette. Ezért 2021-től újra csak A-tól G-ig terjedő skálájú termékeket lehet piacra dobni, ami a hűtőszekrényeket, a fagyasztókat, a mosogatógépeket, a mosógépeket, a televíziókat és a lámpákat illeti.

## Honnan lehet felismerni egy energiasztály szempontjából felülvizsgált terméket?

**Jelenlegi energiacímke**



**Új energiacímke**



A QR-kód lehetővé teszi további információk lekérdezését a terméktípussal kapcsolatban

A felülvizsgált energiahatékonysági osztálya ennek a korábbi energiacímkén A+++ osztályúként jelölt hűtőgépek

Ennek a hűtőgépeknek az éves energiafogyasztását kifinomult módszerek segítségével számítják ki

A hűtőgép térfogatát literben (l) fejezik ki

A zajszintet decibelben (dB) fejezik ki, és egy négy osztályból álló skálát használnak a besorolására

A fagyasztót nem tartalmazó hűtőgép energiacímkéi



De a címkék nemcsak az energiafogyasztásról adnak tájékoztatást, hanem más, olyan mutatókról is, amelyek segíthetnek minket a tudatos döntéshozatalban. Így például rengeteg olyan, kötelezően előírt termék címke van, amely egy adott árucikk jellemzőiről, teljesítményéről és környezeti hatásairól ad információt számunkra, legyen szó például a vízfogyasztásról vagy a zajkibocsátásról.

### **Szóval akkor melyik mosógépet válasszuk?**

A válasz egyszerűnek tűnik, pedig nem az. Ugyanis minden szempontot egyszerre kell figyelembe vennünk. Az árat, a márkát, a méretet, a típust, a szint és nagyon fontos, az energiatakarékosági címkét is. A fent elolvasottak alapján utóbbi tekintetében érdemes elsősorban a magasabb betűjelű kategóriákat választani, azaz az „A” és „B” jelűeket. Megkímélhetjük vele pénztárcánkat, megkímélhetjük vele a Földet. És most játsszunk, ki képes legjobban védeni a Földet közületek?

### **Ki védi meg a Földet? – játék**

Alakítsatok három- vagy négyfős csoportokat! Az egyes csoportok készítsenek rövid, pár perces, kreatív előadást vagy beszélgetést az alábbi témákról (akár több csoport is kaphatja ugyanazt a feladatot, létszámtól függően), amit az előkészítés után előadtok a teljes osztálynak/tanulócsoporthoz. Az előadáshoz használhattok rajzokat, vagy akár mobileszközön, laptopon készített prezentációt, ábrákat, stb. Az egyes témakörök:

1. Hogyan tudjuk meggyőzni az idősebbeket arról, hogy védjék ők is a környezetünket?
2. Hogyan tudjuk az iskolánkat környezettudatosá tenni, mit kellene változtatni ahhoz, hogy a suliban is védjük környezetünket?
3. Így nézne ki a bolygónk, ha nem szennyeztük volna évszázadokon át a környezetünket
4. Lakásunk 2040-ben – okoseszközeink, amelyek egyben energiatakarékosak is
5. Egy elképzelt beszélgetés az ükunokánkkal – avagy ükkisfiam, mentsétek meg a bolygónkat!

## **Ki segít, ha baj van, avagy mi az a békéltető testület, mikor fordulhatsz a fogyasztóvédelmi hatósághoz, és miben tud segíteni az Európai Fogyasztó Központ?**

Most, hogy megismertétek a fogyasztóvédelem alapjait és egyes, de messze nem kizárólagos részterületeit, nézzük, kihez lehet fordulni abban az esetben, ha a legjobb felkészültségünk, alaposágunk és tudatosságunk ellenére is probléma merül fel.

Mindenekelőtt ha bármilyen problémánk merül fel egy vásárlással kapcsolatban, akkor vegyük fel a kapcsolatot a vállalkozással. Ennek praktikus okai is vannak, hiszen a leggyorsabban így oldódhat meg a vita. Azonban ha nem sikerül dűlőre jutnunk a céggel, akkor egy esetleges békéltető testületi, vagy fogyasztóvédelmi hatósági eljárás miatt eleve szükséges a vállalkozással történő kapcsolatfelvétel, ez ugyanis az eljárás feltétele mindkét szervezet esetében.

Online vásárlás esetén segítséget jelenthet ezen felül a chargeback is. A bankok és a bankkártya-társaságok között ugyanis létezik egy megállapodás, amely alapján a vásárló akkor kérheti a hivatkozott chargeback, azaz visszautalás lehetőségét, ha bankkártyával fizet, azonban a vásárolt terméket vagy szolgáltatást mégsem kapja meg. Ilyenkor kérelmünket a bankunk bírálja el, bevonva az eladó bankját, és egy pár hónapos határidőn belül döntés is születik a visszatérítésről vagy annak elutasításáról.

Ha nem sikerül megoldanunk a céggel a problémát – legyen szó online, vagy hagyományos vásárlásról, akkor egyedi jogvitánkkal az ingyenes, gyors és egyszerű eljárást lefolytató békéltető testülethez fordulhatunk. A békéltető testületek az ország mindegyik vármegyeszékhelyén, 2024. január 1-jétől pedig régióközpontjában működnek, ráadásul főszabály szerint online járnak el, azaz még ki sem kell mozdulnunk otthonunkból. A céljuk, hogy egyezség létrehozásával a jogvitát megoldják.

Jogszabálysértés, így például a kiadványban oly sokszor hivatkozott megtévesztés, vagy nem megfelelő tájékoztatás esetén fordulhatunk a fogyasztóvédelmi hatósági hatáskörben eljáró kormányhivatalokhoz, amelyek indokolt esetben hatósági eljárást folytatnak le a céggel szemben, szükség szerint bírságot is.

Határon átnyúló jogvitában pedig, ha a cég székhelye az Európai Unióban, az Egyesült Királyságban, Norvégiában vagy Izlandon van, az Európai Fogyasztói Központ segítségét kérhetjük.

Végül, de nem utolsó sorban tanácsért forduljunk a fogyasztóvédelmi civil szervezetekhez, így – hogy haza is beszéljünk – a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetségéhez, kollégáinknál értő és segítőkész szakértőkre találhat minden érdeklődő.

Legyünk tehát tudatos fiatalok, hiszen a jövő már rég elkezdődött. Higgyük el, megéri!