

Lapszemle

2010. május 20. hét

Beiskolázott ügynökök

Jogszabályok sorával próbál rendet tenni a PSZÁF az utóbbi években jócskán elburjánzott hitelközvetítői piacon. A nemrég életbe lépett új előírások értelmében az immáron hatósági engedélyköteles közvetítói tevékenységet rövidesen csak az végezhet, hogy aki a PSZÁF felügyelete alatt hatósági vizsgát tett, továbbá káreseményenként ötmillió, együttesen legalább 50 millió forintos felelősségbiztosítást kötött. Emellett a hitelintézeti törvény módosítása alapján a független közvetítő csak a megbízótól fogadhat el díjazást, az ügyféltől nem, s egy másik jogszabályban limitálták a jutalékok mértékét is. Piaci vélemények szerint a szabályozás következtében jelentősen csökken a hitelközvetítők száma. Rákos Tamás, a Credithill hitelközvetítő értékesítési igazgatója elsősorban az évente 700-800 ezer forintba kerülő felelősségbiztosítás miatt gondolja úgy, hogy az ügynökök harmada felhagyhat a tevékenységével. Elsősorban a kicsi, kevés ügyféllel dolgozó közvetítők szállhatnak ki. Fogyasztóvédők szerint éppen ezért lesznek jó hatással a piacra az új előírások. Barabás Gyula, a Magyar Hitelszövetség elnöke szerint a hitelközvetítők közül azokkal volt főleg probléma, akik egyben biztosítási ügynökök is. Úgy látja: a kettős ügynöki szerep gyakorlatilag melegágya az ügyfelek, de sokszor a szakemberek számára is nehezen áttekinthető, befektetéshez kötött biztosítással kombinált hitelek terjedésének. (május 15. Népszabadság 9.o.)

Árversenyt indít a Telenor

Telenor névre vált május 18-án a Pannon GSM Távközlési Zrt. - közölte Anders Jensen, a cég vezérigazgatója. A társaság a névváltással egy időben több új terméket és olcsóbb szolgáltatásokat vezet be, bővíti szélessávú internet kínálatát is, valamint 70 százalékkal csökkenti az uniós adatroaming díjakat. A Telenor világszinten 179 millió ügyféllel rendelkezik, a Pannonnak 3,5 millió előfizetője van. Magyarországon összesen 11,8 millió mobiltelefon előfizetés van, míg a vezetékes vonalak száma 3 millióra csökkent, ami a háztartások 61 százalékát fedi le. Azon magyar háztartások aránya, amelyik csak mobiltelefont használ, 34 százalék. A norvégiai központú Telenor a világ egyik legnagyobb mobilszolgáltatója, 2009-ben árbevétele 107 milliárd norvég korona volt, s több mint 40 ezer alkalmazottat foglalkoztat. "A Telenor támadást indít a vezetékes telefonok ellen" címmel kiadott sajtóközleményében ismerteti a névváltással járó, már holnaptól tapasztalható változásokat, ugyanakkor nyilvánvaló, hogy a norvég tulajdonban álló operátor valójában nem a vezetékes telefonszolgáltatók ellen irányítja támadását, hanem a magyar mobilpiac többi szereplője ellen. A Telenor ügyfelei holnaptól 5 forintos percdíjjal (5 forintos egyszeri kapcsolási díjat fizetve) telefonálhatnak bármilyen belföldi vezetékes hálózatba, minden időben. A mobil és vezetékes hívások díja közötti különbség megszüntetése a vállalat várakozásai szerint a telefonálási szokások gyökeres átalakulásához vezethet, és új mérföldkövet jelenthetnek a hazai mobil távközlési iparágban. (május 18. Népszabadság 10.o.)

Láncfék

Tamás Gábor

Hamar újra kezdődhet az a háború a hazai élelmiszerpiacon, amely fél éve átmenetileg

elcsendesedett. Igaz, csak a felszínen: a január óta hatályos, a „tisztegtelen forgalmazói magatartás tilalmáról” szóló új paragrafusok ellenére ugyanúgy játszanak a nagy élelmiszerláncok a magyar beszállítókkal, mint eddig. Tilos a késedelmes fizetés? Sebaj, beleírjuk a szerződésbe, hogy a nevezetes harminc napon túl további három hónapig nem léphet az élelmiszeriparos. Ha nem tetszik, rendelünk mástól. Megtiltanak egyes árviisszatérítéseket? Nosza, egyetemesen vonjunk le egy vaskos tételt egyenesen a szállítói számlából - és még hosszasan sorolhatnánk. Jogos, ha ennek a hazai beszállítókat nyomorító viszonyrendszernek egy erős, egyben határozott lépésekre is kész új kormányzat nekimegy. A magyar piacon uralkodó üzletláncok - és nemcsak a „multik”, a hazai tulajdonúak sem különbek - igenis visszaélnék a helyzetükkel, valóban egyetlen céljuk, hogy az utolsó fillért is kipréseljék az összes náluk megforduló forintból. És ha ebbe belerokkan egy-két magyar cég, kapnak helyette tíz másikat. Két alapérvet szoktak „mentségükre” felhozni a kereskedők: 1. Amikor leszorítják az árakat, a fogyasztó érdekében teszik; 2. A magyar gyártóknak körül kellene nézniük a külföldi piacokon, mert akkor észrevennék, hogy az övékéhez hasonló minőségű árut legtöbbször olcsóbban be lehet onnan szerezni, mint itthon. Nem mondják ki, de érzékeltetik, ennek fényében a hazai szállítmányok pusztá átvétele is egyfajta gesztus. Ezt a gyakorlatot akarja megfékezni a Fidesz-vezette új kormány. Szerintük azonban a rossz viszonyokat abban a rendszerben nem lehet megváltoztatni, amiben kialakultak. Ezért azt ígérik, hogy állami segítséggel megszervezik a kiskörzeti értékesítést, hogy lerövidítsék a forgalom sok közvetítőt gazdagító láncát, és joggal-hatósággal-szabályozással megtörik a láncok hatalmát. Ez utóbbiak azonban nem adják majd fel könnyen pozícióikat. Hivatkozhatnak a versenytörvényre és uniós szabályok sorára, amely tiltja a vállalkozások közötti diszkriminációt, az import mesterséges fékezését meg pláne. A meccs tehát kétesélyes. Ráadásul az árversenyt jogszabállyal megfékezni aligha lehet. Márpedig egy protekcionista piacsabályozás velejárója az lehet, amitől egy kormánynak tartania kell: a drágulás. A nép a legnemzetibb kormánynak sem bocsátja meg, ha intézkedései következtében érzékelhetően rosszabb lesz az élet. És aligha tudja most a hatalom a magyar fogyasztóban feléleszteni a hazafias vásárlás eszményét. Hiába támogatja minden egyes liter magyar tej megvásárlása a hazai munkahelyek megőrzését, ha az tíz százalékkal drágább, mint a szlovák, akkor - egyértelmű felmérési eredmények szerint - azt veszi és nem a drágábbat, még ha magyar is. Ha nem teheti, felháborodik. E forintban nagyon is meghatározható mozgástér az, amin belül gondolkodhat a hatalom, amikor az üzletláncok megregulázásához kezd. Nem lesz könnyű dolga.

(Népszabadság, 2010. május 19., szerda, 3. oldal)

Óvatosságra int a GVH

A Gazdasági Versenyhivatalhoz (GVH) az utóbbi időben több panasz érkezett, amelyek szerint hitelközvetítők ajánlották ügyfeleiknek a fogyasztói csoportban való részvételt mint hitellehetőséget - adta hírül a szervezet. A GVH a panaszokat vizsgálja, ám egyben felhívja a fogyasztók figyelmét arra, hogy ha hitelközvetítő javasolja is az Euro Correct Consulting Kft. és a Group Saving Kft., a Swiss Invest 2009 Hungary Pénzügyi Szolgáltató Kft., az Euromobilien Hungary Pénzügyi Szolgáltató Kft., az Exit Finance Constitution Kft., valamint a Hungarian Economy Partners Kft. vállalkozások megkeresését, részletesen tájékozódjanak a konstrukcióról. A fogyasztói csoportoknál a többéves futamidőn belül szerencse kérdése, hogy melyik csoporttag jut idő előtt vásárlási lehetőséghez és ha úgynevezett előtörlesztést vállal a fogyasztó, akkor akár egy napra is lerövidülhet az elállási idő.

(Napi Gazdaság, 2010. május 20., csütörtök, 3. oldal)

Javítani kell a gyerekek pénzügyi tudatosságát

F. Szabó Emese

Az elmúlt években több kutatás is azt mutatta, hogy a magyar lakosság pénzügyi tudatossága rendkívül alacsony színvonalú, és a gyerekek érdeklődése is roppant csekély a pénzügyek iránt. Ennek javítására a jegybank oktatási programokat szervez középiskolásoknak, de az általános iskolások is meg lettek szólítva egy videopályázat útján.

A magyar lakosság pénzügyi tudatossága rendkívül alacsony színvonalú, a gyerekek pedig egyáltalán nem érdeklődnek a pénzügyek iránt. Ennek javítására több oktatási programterv és kampány született.

Az elmúlt években több kutatás is azt mutatta, hogy a magyar lakosság pénzügyi tudatossága rendkívül alacsony színvonalú - a jegybank 2006-ban végzett vizsgálatot a fiatalok körében, az idén pedig a Budapesti Gazdasági Főiskola (BGF) hallgatói készítettek egy felmérést arról, hogy tisztában vannak-e a diákok a nyugdíjrendszer alapvető tulajdonságaival.

Az eredmények szerint a fiatalokat lényegében nem érdeklik a pénzügyek, nem értik a pénzügyi hírek nyelvezetét, és a megfelelő szülői minta is hiányzik. Nem csak a pénzügyekkel vannak problémák, a nyugdíjrendszer finanszírozásával és annak szabályaival sincsenek tisztában a fiatalok.

A probléma orvoslására több pénzügyi szereplő is kidolgozott valamilyen programot, ezek között komplex képzési csomagok, sőt játékok is találhatóak iskolák részére.

A Magyar Nemzeti Bank, a Diákhitel Központ és a Magyar Bankszövetség 2008-ban hozta létre a Tudatos Pénzügyekért Alapítványt, amely egyebek mellett a PSZÁF, a GVH és a Brókerképző Központ szakmai támogatását élvezi. Az alapítvány az Oktatási és Kulturális Minisztérium és a jegybank közreműködésével tavaly ősszel indította el a Pénzügyi Oktató Programot (POP).

Az ehhez csatlakozó középiskolák azt vállalták, hogy a program által kidolgozott oktatási anyagot felhasználják, emellett csatlakoznak a Pénziránytű Iskola Programhoz, a Pénziránytű Alapítvány kezdeményezésére és az Oktatási és Kulturális Minisztérium támogatásával kialakított iskolahálózathoz, amely a gazdasági, pénzügyi, vállalkozási kultúra és ismeretek oktatásában részt vevő, az annak elterjesztésében szerepet vállaló oktatási intézményeket fogja össze.

A pályázatra negyven POP-tag iskola mellett 21 másik oktatási intézmény is jelentkezett, itt tehát egy komplex csomagban kapnak tájékoztatást a gyerekek a legalapvetőbb pénzügyi ismeretekről. A pályázatot az idén is meghirdette az alapítvány, erre május 21-éig lehet jelentkezni.

A BGF hallgatói pályamunkájukban két korcsoport számára vázolták fel a pénzügyi oktatás megvalósításának lehetőségeit: 7-13 és 14-24 évesek számára. A program mellett egy felügyeleti szervezet is javasoltak felállítani, amely az oktatási program kidolgozásáért és betartatásáért felelne és beszámolási kötelezettséggel tartozna az illetékes minisztériumnak.

Az oktatás mellett az sem elhanyagolandó, hogy miként lehet felkelteni a gyerekek érdeklődését a pénzügyek iránt. Erre vállalkozott a K&H Bank, amikor filmes pályázatot írt ki általános iskolások számára tavaly ősszel - emellett a bank négyezer oktató rajzfilmet is szétosztott általános iskolák között a pénzügyi kultúra javítása érdekében.

A filmes pályázatra 41 általános iskolából összesen 170 videó érkezett, 600 diák részvételével. Az elkészült pályamunkákat videomegosztóra kellett feltölteniük a gyerekeknek, a videókat közel tízezer látta az interneten. A K&H Csoport összesen 1,8 millió forint értékű pénz- és tárgyi jutalommal értékelte a legjobb munkákat és a legaktívabb iskolákat.

Nemcsak a lakosság tudatossága fejleszthető

A Nonprofit Enterprise and Self-sustainability Team (NESsT) és a Citibank április végén győzteseket hirdetett a 2009 NESsT-Citibank Társadalmi Vállalkozásfejlesztő Verseny résztvevői között. A versennyel az üzleti szférában működő, díjazott társadalmi vállalkozások fejlődését kívánják elősegíteni. Tizenöt kisvállalkozás vett részt a NESsT tíz hónapos programjában, amelynek keretében a vállalkozók üzleti tervezési oktatásban, valamint személyre szabott

tanácsadásban részesültek, és olyan finanszírozási módszerekkel ismerkedtek meg, amelyekkel javíthatják pénzügyi lehetőségeiket és elősegíthetik társadalmi céljaik elérését. A NESsT és a Citibank a program végén három kisvállalkozást jutalmazott egyenként tízezer dolláros díjjal, amely szervezeteket a magas színvonalú üzleti tervük elkészítéséért választották a verseny győzteseivé, ezzel is hozzájárulva a vállalkozások továbbfejlesztéséhez.

(Napi Gazdaság, 2010. május 20., csütörtök, Napi felelősségvállalás, 1+2. oldal)

Lényeges információt titkolt el a Sky Europe

A Gazdasági Versenyhivatal 2007 szeptemberében indított vizsgálatot a Sky Europe Airlines a. s. ellen. A "fapados" légitársaság 2007-ben megjelent hirdetéseiben rendkívül kedvező árakon kínált repülőjegyeket. A GVH egyrészt azt vizsgálta, hogy a reklámok tartalmaznak-e valótlan állítást, másrészt pedig hogy az adott hirdetések elhallgatnak-e valamilyen lényeges információt. A vizsgálat során a GVH megállapította, hogy a Sky Europe hirdetéseiben szétválasztotta a különböző költségelemeket. A reklámokban a nettó jegyárát tüntették fel, majd külön - általában apró betűs tájékoztatásban - utaltak arra, hogy a feltüntetett jegyár nem tartalmazza a repülőtéri illetéket. Kiderült az is, hogy a jegyárban nem volt benne az értékesítési és tranzakciós díj sem, holott ez a két költségelem a fogyasztók oldalán elengedhetetlenül felmerül. A GVH megállapította továbbá, hogy a Sky Europe egyetlen hirdetésében sem utalt arra, hogy a jegyvásárláshoz értékesítési díj is kötődik. Annak elhallgatása, hogy a fogyasztóknak a hirdetett áron túl még további költségeket is magukra kell vállalniuk ahhoz, hogy utazhassanak, a GVH álláspontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül. Ugyancsak alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, hogy a Sky Europe fiktív kedvezményeket ígért egyes hirdetéseiben. Mindezek miatt a versenyhatóság a légitársaságot 10 millió forintra büntette. A bírság összegének meghatározásakor a GVH súlyosbító körülményként értékelte, hogy a megtévesztő hirdetések célzott fogyasztói kört értek el, a jogsértés a vizsgált tájékoztatások többségében megfigyelhető volt, a megtévesztő hirdetések pedig egy éven át tartottak. Enyhítő körülménynek bizonyult ugyanakkor, hogy a fogyasztók a vásárlás előtt tájékozódhattak a pontos feltételekről. (május 21. *Napi Gazdaság 19.o.*)

Szó sem volt a járulékos költségről

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa azért bírságolta meg 10 millió forintra a Ryanair "fapados" légitársaságot, mert azzal tévesztette meg a fogyasztókat, hogy hirdetéseiben elhallgatta: a repülőjegy árán felül még több járulékos költséget is ki kell fizetniük, ha utazni akarnak. A Ryanair Ltd.-vel szemben 2008 márciusában indult versenyfelügyeleti eljárás. A légitársaság kedvezményes áron írált 2007-ben repülőjegyeket. A Ryanair reklámjaiban nem tett említést az úgynevezett extra szolgáltatásokról, illetve azok költségéről, amilyen egyebek mellett a poggyászdíj, illetve az airport-check-in díj is. A versenyhatóság 10 millió forint bírságot szabott ki a légitársaságra. A bírság összegének megállapításakor súlyosító körülménynek bizonyult, hogy a Ryanair kiterjedt, hosszú ideig tartó reklámozási gyakorlatának minden tájékoztatása tartalmazott jogsértő elemeket. Enyhítő körülménynek bizonyult ugyanakkor, hogy a fogyasztók vásárlás előtt tájékozódhattak a pontos feltételekről. A légitársaság a GVH-határozatot megtámadta a bíróságon. A Fővárosi Bíróság a 2010. május 5-ei tárgyaláson elutasította a Ryanair keresetét. (*Napi Gazdaság 19.o.*)

Megtévesztő tájékoztatás az árról és a megtakarításról

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa megállapította, hogy a Wizz Air 2007-ben alkalmazott tájékoztatási gyakorlata a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas volt azért, hogy a reklámozott repülőjegyek árával kapcsolatos tájékoztatásai megtévesztőek

voltak, illetve a repülőjegyekkel kapcsolatosan reklámozott egyes kedvezmények nem tükrözték a fogyasztó számára a valós megtakarítást. Ezért a versenyhatóság 20 millió forint bírságot szabott ki. A Wizz Air kezdetben a repülőjegyek nettó árát emelte ki a reklámjaiban, majd 2007 tavaszától szakított ezzel a gyakorlattal és a jegy árába belefoglalta az adókat és illetékeket is, de azért maradt még külön fizetnivaló. (*Napi Gazdaság 19.o.*)