

Lapszemle **2011. 41. hét**

A devizahitel a fő fond

Változatlanul a legsúlyosabb pénzügyi fogyasztóvédelmi kérdés a lakossági devizahitelezés problémája. Ezt állapítja meg a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF) tegnap megjelent Fogyasztóvédelmi Kockázati jelentése. A dokumentum az idei első félévi, fogyasztóvédelmi szempontból kiemelt kockázatú és erős hatású jelenségeket foglalja össze, valamint bemutatja az ezekre vonatkozó felügyeleti válaszlépéseket.

A lakossági hiteleken belül a devizaalapú hitelek aránya ma 70 százalék, ezek 95 százaléka pedig svájcifrank-alapú. A drasztikusan megnőtt törlesztőrészek miatt nehéz helyzetben lévő adósok számára kiemelt jelentőségű a hitelek újratárgyalása. A jelentés hangsúlyozza, hogy fogyasztói szempontból komoly kockázatot jelent, ha a nehéz helyzetben lévő ügyfelek nem ismerik azokat a fizetéskönnyítő lehetőségeket, amelyeket igénybe vehetnek, vagy nem kellő mélységű információkon alapuló döntéseket hoznak adósságuk rendezése érdekében.

A fizetéskönnyítési eljárásokhoz kapcsolódó fogyasztóvédelmi problémának nevezi a dokumentum a hozzá nem értő módon, szakszerűtlenül, esetenként felügyeleti engedély nélkül üzletszerűen tevékenykedő „adósságmentő” vállalkozások működését.

Ugyancsak jelentős fogyasztói kockázata van a nemfizetéshez kapcsolódó behajtási, végrehajtási eljárások jelenlegi gyakorlatának, amelyek során az adós érdeke a gyors és alacsony költségű behajtás lenne. A gyors fedezetértékesítés a mai ingatlanpiaci helyzetben tartós akadályokba ütközik, és az eljárás költségei magasak. A jelentésben a végrehajtáshoz, követeléskezeléshez kapcsolódó rendellenességek kezelésére a felügyelet szükségesnek tartja a végrehajtási törvénymódosítást, s a követeléskezelés fogyasztóvédelmi szempontú szabályozását.

A jelentés szerint a biztosítóknál továbbra is súlyos fogyasztói problémák kapcsolódnak a unit-linked biztosításokhoz, így a felügyelet kialakította ezeknek az életbiztosításoknak az átláthatóságát jelentősen növelő teljesköltség-mutató (tkm) továbbfejlesztésére vonatkozó javaslatait.

Giczi József

(Vasárnap Reggel, 2011. október 2., vasárnap, 8. oldal)

Jaj, nem működik az unió!

Pócs Balázs

Mi nem működik az egységes piacon? (Ez egyébként maga az Európai Unió, csak brüsszeliül.) Erre volt kíváncsi az Európai Bizottság, amikor összeállította az uniós polgárok és vállalkozások panaszainak húszas „toplistáját”. Persze nem lehetett akármilyen problémákkal előhozakodni - mégiscsak az egységes piacról van szó -, hanem csupán azokkal a gondokkal, amelyek a külföldi utazás, letelepedés vagy munkavállalás közben bosszantottak valakit. Több forrásból is gyűjtötték a hétköznapi emberek bajait. Európaszerte jó néhány tájékoztatási irodát, tanácsadó szolgálatot és fogyasztóvédelmi központot működtet az EU, de az oda beérkező eseteket friss közvélemény-kutatással is kiegészítették. S hogy mindennek haszna is legyen, a brüsszeli bizottság azt ígéri, hogy leszűri a tanulságokat és a tettek mezejére lép. A problémák egyik oka az információhiány: az EU-állampolgároknak sokszor fogalmuk sincs, milyen jogok illetik meg őket (vagy ha ismerik is e jogokat, nem tudják, hová forduljanak segítségért). A másik gyakori ok, hogy még mindig

hiányoznak az egységes európai szabályok (rendszerint azért, mert a tagországok nem is szeretnék harmonizálni). Ízelítő a panaszlistából

Zűrzavaros társadalombiztosítási szabályok

Ember legyen a talpán, aki átköltözik (vagy csak dolgozni átjár) egy másik tagállamba, és megérti: hol és hogyan kaphat családi pótlékot, szociális segínyt, egészségügyi ellátást vagy nyugdíjat. Országoként eltérő (és rendkívül bonyolult) társadalombiztosítási rendszerekkel kell megküzdeniük a határokat átlépő polgároknak - itt tehát egységes piacról beszélni enyhén szólva túlzás.

Költséges orvosi ellátás külföldön

Aki azt hiszi, hogy csak úgy átmehet egy másik tagországba, és az ott kapott orvosi kezelést kifizeti majd a hazai biztosítója, nagyot téved. Létezik ugyan európai egészségbiztosítási kártya, de ezzel csupán sürgősségi ellátást lehet igénybe venni. Hosszú évekig tartó vita után is csak annyiban tudtak megegyezni az EU-tagok: a külföldi orvosi számlából legfeljebb annyit kell visszatéríteni, amennyibe ugyanaz a kezelés odahaza került volna.

Szakképesítések bizonytalan elismerése

A diplomák automatikus elismerése a vágyalom kategóriába tartozik (a vonatkozó EU-irányelv csupán néhány szakmánál teszi kötelezővé a papírok elfogadását). A külföldi jelentkezők csak a helyi hatóságok jóindulatában bízhatnak, ám sokszor mindenféle tanfolyamok elvégzésére és vizsgák letételére kényszerítik őket.

Nehézkes számlanyitás egy másik tagállamban

Nem is olyan egyszerű a külföldi bankszámlanyitás, amelyhez gyakran bizonyítani kell, hogy az ügyfél helyben lakik és/vagy dolgozik. Előfordul például, hogy valaki egy másik uniós országban szeretne lakást bérelni, és ehhez a bankban kellene kauciót letétbe helyeznie - de hogyan nyisson számlát lakcím nélkül?

Regisztrációs bonyodalmak külföldön vett autónál

Aki külföldre költözik, és viszi magával az autóját, vagy egy másik tagországban vásárolt gépkocsit akar odahaza használni, hosszadalmas papírmunkára számíthat. Ez jó esetben „csak” idegölő ügyintézészt jelent, rosszabb esetben újabb adókat hajtanak be rajta. Az Európai Bizottság a szabályok egységesítését sürgeti - egyelőre hiába.

Kaotikus határokon átnyúló öröklés

Igaz történet: egy Lengyelországban élő brit állampolgár a nagy-britanniai rokonaitól örökölt. Kifizették vele az örökösödési adót Nagy-Britanniában - majd Lengyelországban is. A zűrzavart megszüntető uniós jogszabálytervezet még csak most készül.

Utazók figyelmen kívül hagyott jogai

Noha az EU-ban (késés vagy járatörülés esetén) jó néhány jog megilleti a repülőn, buszon, vonaton vagy hajón utazókat, ezeket rendszerint csak a „jól értesült” utasok tudják érvényesíteni. Összeurópai információs kampánnyal próbálnak javítani a helyzeten.

(Népszabadság, 2011. október 3., hétfő, 13. oldal)

A briteknek a legrosszabb, a franciáknak a legjobb?

Nagy-Britanniában sanyarúbb az élet, mint Európa más jómódú országaiban - legalábbis az egyik legnagyobb brit fogyasztóvédelmi és piacelemző cég csütörtökön ismertetett éves felmérése szerint.

A uSwitch minden évben összeállítja európai életminőség-indexét számos kritérium alapján, amelyek között éppúgy szerepel az üzemanyagok és az élelmiszerek ára, mint az időjárás.

A cég a tíz leggazdagabb nyugat-európai ország, a közép-európai térségből pedig Lengyelország általános életminőségét veti egybe a rangsor összeállításához. Idei vizsgálatának csütörtöki ismertetésében közölte, hogy Nagy-Britannia - most először - a tízes lista sereghajtójává vált.

A figyelembe vett kritériumok alapján a uSwitch még a lengyelországi általános életminőséget is jóval a nagy-britanniai elé helyezi.

A briteket azonban leginkább talán az tölti el keserőséggel, hogy a mezőnyt meggyőző fölényrel Franciaország vezet, az a Franciaország, amelyen - az évszázados történelmi rivalizálás ismeretében nem meglepő módon - a brit pubok népe és a bulvársajtó oly előszeretettel köszörüli a nyelvét.

A uSwitch szerint a brit életminőség - szó szerint - borús megítélésének egyik fő tényezője a híresen gyatra időjárás. Ez korántsem szubjektív vélemény: a cég pontos kimutatása szerint a napsütéses órák átlagos száma Nagy-Britanniában évente mindössze 1387, Franciaországban ugyanakkor 2124, az idei életminőségi rangsor második helyén álló Spanyolországban pedig 2559.

Mindezt tetézi, hogy Nagy-Britanniában a legmagasabb a vizsgált országok közül az élelmiszerek és az üzemanyagok átlagos fogyasztói ára, a szabadnapok száma pedig a legalacsonyabb. A brit alkalmazottak a kimutatás szerint évente átlagosan 28 napot töltenek szabadságon, a franciák ugyanakkor 36-ot, a lengyelek 38-at, a spanyolok pedig 39-et.

Ann Robison, a uSwitch igazgatója az eredményeket kommentálva kijelentette: mindezek ismeretében nem meglepő, hogy a britek 46 százalékának fejében már megfordult a kivándorlás gondolata, 12 százalékuk pedig komolyan fontolóra vette, hogy külföldön kezd új életet.

<http://www.rtlklub.hu/hirek/kulfold/cikk/384869>

(rtlhirek.hu, 2011. szeptember 30., péntek)

Felháborító! A magyarországi hipermarketbe jó a silány is?

Gyakran gyengébb minőségű, vagy rosszabb élvezeti értékű termékeket forgalmaznak a multinacionális cégek Magyarországon.

Pesti Imre kormány megbízott csütörtöki sajtótájékoztatóján ismertette a Fogyasztóvédelmi Felügyelőség által nemrég végzett termék-összehasonlító vizsgálat eredményeit, a konkrét cégek, illetve termékek nevének említése nélkül.

Elmondta, a vizsgálatot azt követően indították, hogy a Szlovák Fogyasztók Szövetsége áprilisban elvégzett hasonló vizsgálata során arra a következtetésre jutott, hogy az EU nyugati tagállamaihoz képest gyengébb minőségű, olcsóbb alapanyagokból készült termékeket forgalmaznak a legnagyobb világcégek az újonnan csatlakozott közép- kelet európai országokban. Közölte, korrekt vizsgálattal akarták tisztázni, hogy a Magyarországra kerülő, illetve az itthoni, multicégek tulajdonában lévő gyárak ugyanolyan minőségű termékeket állítanak-e elő Magyarországon, mint Nyugat-Európában. Pesti Imre tájékoztatása szerint a vizsgálatok során kiderült például, hogy a Magyarországon forgalmazott bébiételek cukortartalma a megadottól az esetek döntő többségében eltér; egy kivétellel lényegesen alacsonyabb volt a jelzettnél.

Hozzátette: az "érzékszervi" értékelés során is rosszabb minőségűnek találták az itthon kapható termékeket. A gyümölcslevek és nektárok vizsgálatakor azt tapasztalták, hogy az itthon gyártottak

általában savanykásabbak, keserűbb ízűek, mint a külföldiek. Jelentős eltérést találtak az öblítőszeres esetében is; míg a külföldön gyártottak illata kifejezetten kellemes, addig a hazai, töményebb kiserelésű termék kissé kellemetlen minősítést kapott. A legnagyobb hiányosságokat a gyermekpelenkánál találták; a külföldi piacról származó termékek nedvszívó-képessége 20 százalékkal jobb volt, mint az itthon gyártottaké.

Az árakat vizsgálva az derült ki, hogy néhány – rosszabb minőségű – árucikk Magyarországon többbe kerül, mint külföldön. Ezen termékek közé tartozik például a vizsgált bébiétel is. A kormány megbízott szerint az elvégzett vizsgálatok azt mutatták, hogy a szlovák fogyasztóvédelem gyanúja – miszerint van különbség a Kelet- és Nyugat-Európának gyártott termékek között – megalapozottnak bizonyult. Mint mondta, néhány termék – köztük a bébiétel és a pelenka – esetében “kifejezetten” jelentős minőségromlást mértek, továbbá azt is tapasztalták, hogy a gyengébb minőség ellenére lényegesen drágábban kaphatók azok a termékek, amelyeket a multicégek Magyarországon gyártanak, vagy amelyeket Magyarországra szállnak. Pesti Imre arról beszélt: a 2004-ben az EU-hoz csatlakozó Magyarország igyekszik megfelelni az uniós elvárásoknak, ezért azt szeretné, ha az EU sem kezelné másodrangú állampolgárként az itt élőket.

<http://www.kiskegyed.hu/aktualis/vasarloero/felhaborito-a-magyarorszagi-hipermarketbe-silany-nyugat-europaba-jo-minoseg-111286.html>

(nana.hu, 2011. szeptember 30., péntek)

Nem a Reeboktól lesz feszes a popód

A Reebok elismerte, hogy az Easy Tone cipők reklámja félrevezető volt, és 25 millió dolláros kártérítési alapot hoz létre a megvezetett vásárlók javára.

A Reebok sportszergyártó cég elismeri, hogy olyan cipőreklám kampányt készített, amely félrevezeti a vásárlókat, ráadásul az USA Szövetségi Kereskedelmi Bizottság (amerikai fogyasztóvédelem) egy 25 millió dolláros alap létrehozására is kötelezte a gyártót, amiből majd az esetleges kártérítéseket fizetik majd vissza a megtévesztett vásárlóknak.

A kártérítés a 2008-ban piacra dobott Reebok Easy Tone és Run Tone cipőkre vonatkoznak. Az Easy Tone cipők hirdetéseiben a Reebok azt sugallta, hogy pusztán a cipő hétköznapi viselése, a bennük való járás is formálja a lábat és feszesebbé formálja a feneket az azt használó fogyasztóknak. Ezt reklámjaiban ráadásul megalapozatlan adatokkal is alátámasztotta.

A Reebok elismerte, hogy reklámjai félreérthetőek, és megtévesztőek voltak, és hajlandó kifizetni a fogyasztóvédelem által megítélt kártérítési összeget. A gálánsnak tűnő gesztus háttérében érdemes megnézni a sportcipő-kereskedelem mögött lévő pénzmozgást.

Az AdAge cikke

szerint a Reebok az amerikai kampányra 23 millió dollárt költött 2009-ben, aminek 80 százaléka médiaköltés volt. 2010-ben ez az összeg már 31 millió dollárra rúgott, 2011-ben pedig az első negyedévben újabb 10 millió dollárt költöttek a médiakampányra. A cipőből nagyjából ötmillió darabot adtak el az USA-ban, és kétszer ennyit világszerte. A legtöbb Easy Tone és Run Tone sportcipő ára 100 dollár körül van. Az ilyen típusú fitness és futócipők tehát nagyjából 1,1 milliárd dollárt hoztak a gyártónak.

http://www.kreativ.hu/cikk/nem_a_reeboktol_lesz_feszes_a_popod

(kreativ.hu, 2011. szeptember 30., péntek)

Minden második cég csal

Veszprém megyében a nyári fogyasztóvédelmi ellenőrzések során az ellenőrzött üzletek felénél tártak fel szabálytalanságot a felügyelők, a leggyakoribb probléma az ártájékoztatás hiánya volt - közölte a Veszprém Megyei Kormányhivatal.

A szezonban 57 vendéglátóhelyet, kitelepült kereskedőt és 7 taxit ellenőriztek, s a vizsgálatok során 28 étterem és 2 személyfuvarozó esetében tártak fel szabálytalanságot - közölte Kovács Zoltán kormány megbízott. Nagy előrelépésként értékelte, hogy a nyugtaadási kötelezettségét valamennyi vállalkozás teljesítette, fiatalok alkohollal vagy dohányáruval történő kiszolgáltatását pedig egy esetben sem tapasztalták a felügyelők. Tájékoztatása szerint a nyári akcióban az ellenőrök folyamatosan jelen voltak a megye nagyszabású rendezvényein, például az Utcazene Fesztiválon és a kapolcsi Művészetek Völgyében. (Több hazai árut, a jogszabályok szigorítását és ugyanolyan minőségű terméket

akar a magyar, mint a nyugat-európai társai.) Sok szabálytalanságot tártak fel

A kormány megbízott közlése szerint fogyasztóvédelem munkatársai 54 mutatványos berendezést - felfújható vízijáték, gokart, bob - ellenőriztek, és mindössze 3 esetben tártak fel üzemeltetési hiányosságot, de ezeket 1-2 napon belül kijavították a működtetők.

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság idén márciusban bevezetett pozitív vállalkozásokat tartalmazó listáján

jelenleg 39 Veszprém megyei vállalkozás szerepel, közülük tizenötön a nyáron kerültek be. A listára azok a vállalkozások kerülhetnek, akik három országos vizsgálaton is hiba nélkül átmentek, illetve az előző évben nem alkalmaztak velük szemben szankciót.

http://www.piacprofit.hu/kkv_cegblog/minden_masodik_ceg_csal.html

(piac-profit.hu, 2011. október 2., vasárnap)

Nem biztosíthatja be magát a Volksbank

Speciális nyilatkozatot íratott volna alá a Magyarországi Volksbank Zrt. a végtörlesztést igénybe vevő ügyfeleivel, az ügyfélnek vállalni kellett volna, hogy megfizeti a rögzített és a tényleges árfolyam különbségét abban az esetben, ha a végtörlesztésről szóló jogszabályokat alkotmányellenesnek minősíti a taláros testület. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete megtiltotta e nyilatkozat alkalmazását. A felügyelet közölte: szeptember 30-án próbavásárlást hajtott végre a Volksbank egyik fiókjában, hogy ellenőrizzék: a bank a hitelintézeti törvényben elrendelt fix árfolyamú végtörlesztési lehetőség kapcsán betartja-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényt. Még a próbavásárlás napján fogyasztóvédelmi célvizsgálatot indítottak a hitelintézetnél, annak befejezéséig pedig megtiltotta a nyilatkozat használatát, mert megítélésük szerint fennáll a veszélye annak, hogy a nyilatkozat a fogyasztókat eltérítheti végtörlesztésre irányuló szándékuktól. (Munkatársunktól)

(Népszabadság, 2011. október 4., kedd, 10. oldal)

Savanyúbb gyümölcslevet adnak el nekünk a multik? Most kiderül

Néhány hónapja nagy port kavart az európai sajtóban egy szlovák fogyasztóvédelmi szervezet állítása, miszerint több multinacionális cég ismert termékei jóval gyengébb minőségben kerülnek a polcokra Kelet-Európában, mint például Franciaországban vagy Nagy-Britanniában. Akkor több

nagy gyártó is cáfolta a kutatás eredményeit, most viszont úgy tűnik, az ügy Magyarországon folytatódik.

Tavasszal robbant a bomba

Április közepén látott napvilágot az a hír, mely szerint a Szlovák Fogyasztók Szövetsége nevű szervezet vizsgálata arra a következtetésre jutott, hogy az EU nyugati tagállamaihoz képest gyengébb minőségű, olcsóbb alapanyagokból készült termékeket forgalmaznak a legnagyobb világcégek a keleti országokban.

A fogyasztóvédők ugyanazokat a márkás termékeket vizsgálták nyolc országban: Ausztriában, Németországban, Csehországban, Szlovákiában, Bulgáriában, Romániában és Magyarországon. Olyan ismert termékeket hasonlítottak össze, mint a Coca-Cola, a Milka csokoládé, a Kotányi feketebors és paprika, a Nescafé Gold instant kávé, a Jacobs Krönung és a Tchibo Espresso kávék. A termékeket a szlovák Országos Állategészségügyi és Élelmiszerbiztonsági Intézet vizsgálta be.

A fogyasztóvédő szervezet állítása szerint a vizsgált termékek közül egyedül a Milka csokoládé mutatott azonos minőséget az összes országban; a legnagyobb minőségbeli különbséget a Kotányi borsnál tapasztalták. A fűszernél ez azért is érdekes, mert a cég minden termékét ugyanabban a gyárban készíti. A konkrét különbséget az jelentette, hogy annak a borsnak, amit Magyarországon, Szlovákiában vagy Ausztriában vásároltak, magasabb volt a nedvességtartalma az előírtnál, Bulgáriában pedig túl sok sérült, töredezett mag volt a tasakban. Jelentős különbségeket mutattak ki a paprikaporoknál is: Ausztriában sokkal jobb minőségű termék került a polcokra, mint például Bulgáriában. Más az alapanyag - állítják a cégek

A hírbe hozott cégek közül például a Kotányi reagált. Álláspontjuk szerint minőségbiztosítási rendszerük nem engedi meg, hogy különbséget tegyenek egyes országok között. Az eltérés az egyes alapanyagok különböző származási helyéből, a szállítás és a csomagolás eltérő idejéből következhet.

A fogyasztóvédők a másik szignifikáns különbséget a Coca-Colánál találták: vizsgálatuk szerint az üdítőital Magyarországon, Szlovákiában, Bulgáriában és Romániában izoglükózt, azaz kukoricából készített édesítőszeret tartalmaz, míg például Németországban és Ausztriában a klasszikus szacharózt (amit cukorrépából, cukornádból nyernek) tesznek az üdítőkbe.

Az Coca-Cola képviselője az EurActiv uniós hírportálnak elmondta, hogy az izoglükózt például az Egyesült Államokban is használják, az eltérés pedig a gyártástechnológiai folyamatok különbözőségéből következik.

A Szlovák Fogyasztók Szövetsége a vásárlók alaposabb tájékoztatását követeli, valamint azt, hogy ha a gyártók garantálják egy termék minőségét, akkor az minden országban jelentse ugyanazt a színvonalat.

Magyarország is beszáll

Budapest Főváros Kormányhivatala szerint gyakran gyengébb minőségű, vagy rosszabb élvezeti értékű termékeket forgalmaznak a multinacionális cégek Magyarországon, mint Nyugat-Európában. Néhány vizsgált termék, köztük bébiételek és pelenkák esetében jelentős minőségromlást is tapasztaltak. Pesti Imre kormány megbízott

a napokban ismertette a Fogyasztóvédelmi Felügyelőség által nemrég végzett termék-összehasonlító vizsgálat eredményeit, a konkrét cégek, illetve termékek nevének említése nélkül. A vizsgálatot a szlovák szervezet megállapításaira alapozva indították.

A hatóság "korrekt vizsgálattal" akarta tisztázni, hogy a Magyarországra kerülő, illetve az itthoni, multicégek tulajdonában lévő gyárak ugyanolyan minőségű termékeket állítanak-e elő Magyarországon, mint Nyugat-Európában. Ízleltek, szagoltak

Pesti Imre tájékoztatása szerint a vizsgálatok során kiderült például, hogy a Magyarországon forgalmazott bébiételek cukortartalma a megadottól az esetek döntő többségében eltér; egy kivétellel lényegesen alacsonyabb volt a jelzettnél. Hozzátette: az "érzékszervi" értékelés során is rosszabb minőségűnek találták az itthon kapható termékeket.

A gyümölcslevek és nektárok vizsgálatakor azt tapasztalták, hogy az itthon gyártottak általában savanykásabbak, keserűbb ízűek, mint a külföldiek. Jelentős eltérést találtak az öblítőszeres esetében is; míg a külföldön gyártottak illata kifejezetten kellemes, addig a hazai, töményebb kiszírelésű termék kissé kellemetlen minősítést kapott.

A legnagyobb hiányosságokat a gyermekpelenkáknál találták; a külföldi piacról származó termékek nedvszívó-képessége 20 százalékkal jobb volt, mint az itthon gyártottaké. Rosszabb és drágább is

Az árakat vizsgálva az derült ki, hogy néhány - rosszabb minőségű - árucikk Magyarországon többe kerül, mint külföldön. Ezen termékek közé tartozik például a vizsgált bébiétel is. A kormány megbízott szerint az elvégzett vizsgálatok azt mutatták, hogy a szlovák fogyasztóvédelem gyanúja - miszerint van különbség a Kelet- és Nyugat-Európának gyártott termékek között - megalapozottnak bizonyult.

Néhány termék - köztük a bébiétel és a pelenka - esetében "kifejezetten" jelentős minőségromlást mértek, továbbá azt is tapasztalták, hogy a gyengébb minőség ellenére lényegesen drágábban kaphatók azok a termékek, amelyeket a multicégek Magyarországon gyártanak, vagy amelyeket Magyarországra szállnak.

http://penzcentrum.hu/vasarlas/savanyubb_gyumolcslevet_adnak_el_nekunk_a_multik_most_ki_derul.1030009.html

(penzcentrum.hu, 2011. október 3., hétfő)

Súlyos bírságot kaptak a betelefonálás játékok

Több milliós bírságokat szabott ki a Nemzeti Adó- és Vámhivatal a különféle televíziós csatornákon látható betelefonálás műsorok gyártóinak. A NAV álláspontja szerint ugyanis ezek a cégek tiltott szerencsejátékokat szerveztek azáltal, hogy emelt díjas hívások, és SMS-ek útján játékra csábították az aktuális televíziós csatorna nézőit.

- A törvény szerint a szerencsejáték szervező tevékenység folytatásához az adóhatóság engedélye szükséges, valamint tiltottnak minősít minden engedélyköteles szerencsejátékot, amelyet a NAV engedélye nélkül szerveznek - írta a Nemzeti Adó- és Vámhivatal a közleményében, amelyben kifejtette, hogy ezeknek a gyártó cégeknek nem volt engedélyük, ezért 500 ezer és 8 millió forint közötti büntetéseket szabtak ki több ilyen szervezetre is.

- A betelefonáló műsorok esetében a szerencsés néző az emeltdíjas hívással megfizette a tétet, nyereségben részesült, és ennek megszerzése túlnyomórészt a véletlentől függött, így a játék szerencsejátéknak minősült, amelyekre szervezőjük nem kért és nem kapott engedélyt hangsúlyozta a NAV. Az esetben érintett cégek megpróbálták megúszni a büntetést, és több tucat közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálatát kérték, de az eddig lezajlott eljárásokban kivétel nélkül az adóhatóságnak adtak igazat.

Kovács Ádám

(Napi Ász, 2011. október 5., szerda, 3. oldal)

Összejátszó bankok?

A végtörlesztési lehetőséghez kínált forinthitelekből nem lesz nagy kínálat

Vizsgálatot kezdeményez Rogán Antal a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeleténél és a Gazdasági Versenyhivatalnál azért, hogy kiderüljön: a bankok a végtörlesztés lehetőségének bejelentése miatt emelték-e a forintHITELEK költségeit. Elképzelhető ugyanis, hogy összehangolt akcióról van szó, ami jogszabályba ütközik.

Az Országgyűlés gazdasági bizottságának fideszes elnöke tegnap bejelentette: arra kéri a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) elnökét, vizsgálja ki, hogy törvénytörően összejátszottak-e a bankok a hitelkamatok megemelésékor. A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének (PSZÁF) elnökét pedig arra, állapítsa meg, hogy a hitelintézetek a pénzügyi és fogyasztóvédelmi törvényeknek megfelelően jártak-e el. Tudniillik, mutatott rá a kormánypárti politikus, az összehangoltság, a kartellezés gyanúját veti fel, hogy az elmúlt napokban, vagyis a devizahitelek egyösszegű, rögzített árfolyamon történő végtörlesztésének engedélyezése után több bank megemelte forintHITELEINEK kamatait. Ráadásul szinte azonos időben döntöttek a bankok a forintHITELEK eltérő mértékű drágításáról. Eközben a jegybanki alapkamat nem emelkedett, s forrásszűke sincs a pénzügyi intézeteknél. Rogán Antal szerint több jel utal arra: egyes bankok szándékosan túlárazzák a forintHITELEKET, és arra törekednek, hogy „a végtörlesztés lehetősége ne legyen lehetőség, vagy csak nagyon keveseknek”. A parlament gazdasági bizottságának vezetője kitért arra is: számítottak ellenállásra a végtörlesztés miatt, de ellenlépéseket a bankok csak a jogszabályok betartásával tehetnek. Csermely Ágnes, a Magyar Nemzeti Bank elemzési igazgatója szerint miután a forintHITELES KONSTRUKCIÓK drágítják az eddigi kölcsönök folyósítását, kicsi az esélye annak, hogy nagy lesz a hitelverseny a lakossági bankok között azért, hogy elcsábítsák egymástól azokat az ügyfeleket, akik forintHITELEBŐL teljesítenék a végtörlesztést.

(Magyar Hírlap, 2011. október 5., szerda, 9. oldal)

Szigorúbb az importőrök felelőssége Magyarországon, mint Nyugat-Európában

Az importőrök felelőségének - az európai termékfelelősségi irányelv ellenére - más a jogszabályi háttere és a gyakorlata a kelet- és a nyugat-európai országokban.

Az Európai Gazdasági Térségen (EGT) belül az importőrök felelőssége - egy hibás termékkel kapcsolatban - azonos kellene, hogy legyen, mivel az európai termékfelelősségi irányelv (85/374/EK) minden tagország számára azonos követelményeket ír elő. Ennek ellenére a jogszabályi háttér és a gyakorlat az egyes országokban jelentős különbségeket mutat. A régi tagországokban csak az az importőr felel a hibás termék által okozott kárért, aki az EGT-be hozta az árut. Ha azonban az árut az EGT-ben belül gyártották vagy az áru már bekerült az EGT-be, a további importőrök nem vonhatók felelősségre. Ezzel szemben Magyarországon a fogyasztó felelősségre vonhatja a magyar importőrt is, függetlenül attól, hogy a magyar importőr hozta-e be az EGT-be az árut, illetve hogy európai gyártású termékről van-e szó. A magyarországihoz hasonló a jogi szabályozás Szlovákiában, Csehországban, Lengyelországban és Romániában.

Egy példával érzékeltetve: a német fogyasztó súlyos sérüléseket szenved egy olasz gyártmányú gépkocsi állítólagos kézfékhibája miatt, amikor elsodorja a guruló gépjármű. Ebben az esetben a német fogyasztó nem perelheti a gépjárművet Németországba behozó importőrt, hanem kizárólag az olasz gyártóval szemben érvényesítheti kártérítési igényeit. Ha azonban a magyar fogyasztónak egy állítólagos elektronikai hiba miatt kigyullad a francia gyártmányú gépkocsija és emiatt leég a garázsa, kártérítési pert indíthat a gépjárművet Magyarországra behozó importőrrel szemben és akár a francia gyártóval szemben is (a saarbrückeni másodfokú bíróság és a Fővárosi Bíróság döntései alapján).

A magyar fogyasztónak tehát eggyel több felelősségre vonható személy áll rendelkezésére, választása szerint perelheti az európai gyártót, a magyar importőrt vagy akár mindkettőjüket - de mi is ezzel a baj? Az, hogy az európai termékfelelősségi irányelv megalkotásával kettős célkitűzésnek kellett eleget tenni: a termékfelelősségi szabályok egységesítése mellett a versenytorzulások és a

szabad áruforgalom akadályainak kiküszöbölésére irányult a közös szabályozás. Az Európai Bíróság pedig kiemeli, hogy a fogyasztóvédelem nem hangsúlyosabb az egyenlő verseny célkitűzésénél. Ezért az egyes országok nem jogosultak a termékfelelősségi irányelvben megfogalmazott fogyasztóvédelemnél szigorúbb követelményeket előírni. Márpedig az említett irányelv egyértelműen tartalmazza, hogy csak az az importőr felel a termékhibából eredő kárért, amely az EGT területére hozza be a terméket. Európai - azaz EGT-a belüli gyártású - termék esetén tehát az egyes országokba importáló cégek nem felelnek.

Mi az oka annak, hogy az új tagországokban a termékfelelősségi irányelvvel nem harmonizált, annak ellentmondó szabályozás van érvényben? Az alkalmazandó magyar jogszabály, az 1993. évi X. törvény évszáma magyarázatot ad erre. Ez a törvény már 1994. január 1-jén hatályba lépett, mintegy tíz évvel Magyarország EU-csatlakozása előtt. Természetesen az EU-csatlakozást megelőzően importőr alatt kizárólag a terméket Magyarországra behozó személyt lehetett érteni. Az EU-csatlakozással ezt a törvény indoklásában kifejtett szabályt meg kellett volna változtatni, mint az például az osztrák termékfelelősségi törvényben Ausztria csatlakozásával megtörtént.

A magyar törvény különben nem tartalmazza egyértelműen, hogy az importőr felelőssége kire is vonatkozik: a Magyarországra vagy pedig az EGT-be importáló személyre. Ebből következik, hogy a törvényszöveg nem feltétlenül szorul kiegészítésre, a magyar joggyakorlatban a törvény helyes értelmezésével is eleget lehetne tenni az európai jogi követelményeknek.

A magyar fogyasztónak eggyel több felelősségre vonható személy áll rendelkezésére, választása szerint perelheti az európai gyártót, a magyar importőrt vagy akár mindkettőjüket.

(Napi Gazdaság, 2011. október 5., szerda, 7. oldal)

Kartellgyanúban a hitelintézetek

VÉGTÖRLESZTÉS Már a harmadik negyedéves beszámolóban jelezniük kell a bankoknak, várhatóan mekkora veszteségük lesz a devizahitelek végtörlesztésén. A hitelintézetek eközben emelték a devizahitelek kiváltására való forintkölcsönök kamatát. A törvénybe ütköző összehangolt akcióra gyanakodó Rogán Antal emiatt a versenyhivatalhoz fordult.

A most lezárult negyedévről szóló beszámolóiban már figyelembe kell venniük a bankoknak a végtörlesztéseken elkönnyvelendő veszteségeket. A frankhiteleket forintkölcsönre váltó ügyfelekért nem kapkodnak a bankok, a kamatemelések miatt Rogán Antal a versenyhivatalhoz fordult.

Herman Bernadett

Már a szeptember 30-ával záruló harmadik pénzügyi negyedévről szóló beszámolóban is figyelembe kell venniük az érintett pénzügyi intézményeknek a végtörlesztésből származó veszteség várható hatásait - írja a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF) tegnap megjelent vezetői körlevelében. Különösen a nyilvánosan működő társaságok számára (ezek egyebek között a Budapest Bank, az FHB és az OTP) javasolja a hatóság, hogy konzultáljanak a könyvvizsgálóikkal arról, megfelelően határozták-e meg az ebből a kötelezettségükből fakadó értékvesztés és céltartalékképzés mértékét. A PSZÁF szerint a pénzügyi intézményeknek a teljes érintett követelésállományból kellene kiindulniuk, és a portfólió belső szerkezete, az adós és a fedezet kockázati sajátosságai alapján kellene megbecsülniük, hányan élnek majd a lehetőséggel. Az árfolyamvesztés els számolásánál pedig a becsült jövőbeni és a rögzített árfolyam különbségét kellene figyelembe venni a PSZÁF ajánlása szerint. Eközben a könyvvizsgálói kamara is közzétett egy felhívást a hitelintézeti könyvvizsgálók számára. Mivel a szervezetnél úgy vélik, nem valószínű, hogy a végtörlesztési konstrukció számviteli kezeléséről jogszabály fog megjelenni, a szakembereknek azt javasolják: első körben próbálják meg meghatározni, kik vehetnek részt a

programban, majd határozzák meg a végtörlesztő ügyfelek hitelein keletkező potenciális veszteséget, és ezt állítják be céltartalékként már a harmadik negyedévi beszámolóban is. A céltartalék egyébként viszonylag széles határok között mozoghat, hiszen az előzetes becslések szerint az adósok 10-40 százaléka élhet a kedvezményes árfolyamon való végtörlesztés lehetőségével. Ha tízből négyen végtörlesztenek a mostani árfolyamok mellett, az akár 450-500 milliárd forintnyi veszteség leírását jelentheti a bankok számára. A bankok - érhetően - igyekeznek a lehető legalacsonyabb szinten tartani a deficitet, valószínűleg ennek is köszönhető, hogy a devizahitelek kiváltására szolgáló piaci alapú forint-hitelek kamatai az utóbbi napokban megemelkedtek. A nem olyan régen még 10 százalék körüli jelzáloghitel THM-ek több százalékpontnyit emelkedtek, és jellemzően 11-12 százalék között járnak már, az OTP-nél pedig 13,5 százalék körül alakulnak már a hitelköltség-mutatók. Hogy mennyire nem tolonganak a lakáshitelesekért az ügyfelek, az is mutatja, hogy az Erste például felfüggesztette a közvetítői hálózattól származó igénylések befogadását. A devizahitelezésben kevésbé érintett takarékszövetkezetek eközben alacsony, 10-11 százalék körüli THM-ű kölcsönökkel próbálják elcsábítani a bankoktól a végtörlesztésüket hitelből megoldani próbáló ügyfeleket. A bankok hiteldrágítása Rogán Antalnak, a Fidesz országgyűlési képviselőjének is szemet szúrt, ezért a pénzügyi felügyelethez és a Gazdasági Versenyhivatalhoz fordult, hogy vizsgálják meg, nincs-e véletlenül törvénybe ütköző összehangolt akcióról szó. A hitelek drágulása mögött azonban más okok is meghúzódhatnak. A tömeges végtörlesztésekhez forrásokra lesz szükségük a bankoknak, ezek ára szintén növekedhet. Az alapkamat emelkedésére is egyre nagyobb az esély a szakemberek szerint, különösen azóta, hogy az utóbbi napokban kritikus szintre gyengült a forint.

(Világ gazdaság, 2011. október 5., szerda, 1+13. oldal)

Csendestársak

VASVÁRI ÉVA

Borítékolni lehetett, hogy a végtörlesztés engedélyezése kiveri a biztosítékot. Nem kellett nagy képzelőerő annak előrejelzéséhez, hogy a devizaadósok megsegítését szolgáló újabb mentőöv hírére a bankok tiltakoznak, a piacok nyugtalankodnak, az ellenzék pedig azonnal előáll - a bajokat hirtelen megvilágosodással felismerő - javaslataival. Ismerve a pénzvilág és a politika természetét, nem szerezhetek meglepetést e fejlemények. Nyilván sokan gondolták úgy, ez még belefér a táncrendbe. Csakhogy az események nem jutottak nyugvópontra, parádés folytatás következett. Beindult a nemzetközi úthenger, s a nálunk ténykedő osztrák pénzügyi intézetek anyabankjai panaszáraddal bombázták az unió illetékeseit és saját politikusaikat. Meglepő, egyszersmind szokatlan volt az a gyorsaság és kemény hang, ahogyan az osztrák pénzügyminiszter reagált a végtörlesztésre. Szerinte a tervezett intézkedések a jogbiztonság oly mértékű sérülését jelentik, amilyenre eddig egyetlen EU-tagországban sem volt példa. E hangvétel ismerős. A kormány a bankadó és a válságadó bevezetésekor is kapott hideget-meleget; a döntés után „csak” tizenhárom Magyarországon működő nagyvállalat élt panasszal Brüsszelben. (Miként Simor András jegybankelnök is uniós gyámjaihoz szaladt sérelmeivel, amikor a havi nyolcmillió forint fizetés helyett kétfélmillióval kellett beérnie.) De természetesen a Magyar Bankszövetség torkán sem ment le a végtörlesztés engedélyezése. A szervezet a taláros testülethez fordul, hogy vélt igazának - mármint e konstrukció alkotmányellenességének - érvényt szerezzen. A csúcok csúcsa azonban a bankok - tisztelet a kivételnek - piaci viselkedése. Miután a végtörlesztésre rábólintott a parlament, most csendes daccal próbálnak kibújni törvényi kötelezettségük alól. Az ügyfelek tájékoztatása akadozik; útmutatás helyett elbizonytalanítás várja őket. Sőt a Volksbank arra vetemedett, hogy az adósokkal olyan szerződést írasson alá, amelyben az érintettek vállalják: ha a törvény alkotmányellenesnek bizonyulna, akkor visszamenőlegesen megfizetik az árfolyamkedvezmény alapján számolt és a piaci árfolyamból származó tartozás különbözetét. Szerencsére a pénzügyi felügyelet - egy próbavásárlás során - felderítette e minősíthetetlen banki magatartást, de ne legyenek kétségeink:

még sok kreatív ötlet van talonban, amit meg lehet játszani az ügyfelekkel szemben. Rogán Antal nem véletlenül jelentette be tegnap, hogy a bankok esetében felmerül a kartellezés gyanúja, ugyanis a napokban többen is megemelték forintHITELEIK kamatait, szinte azonos időben döntve - igaz, eltérő mértékben - a drágításról. Holott a jegybanki alapkamat nem emelkedett, és forrásszűke sincs. A jelek tehát arra engednek következtetni, hogy egyes bankok szándékosan túlárassák a forintHITELEKET, arra törekedve, hogy a végtörlesztéssel minél kevesebben éljenek. Ezért a fideszes politikai versenyhivatali és pénzügy-felügyeleti vizsgálatot sürget annak megállapítására, hogy a bankok betartják-e a pénzintézeti és a fogyasztóvédelmi törvényt. Mindez segítheti a banki vadhajítások visszavágását. De attól még messze vagyunk, hogy a nálunk letelepedett külföldi pénzintézetek ugyanazon normák szerint működjenek, mint anyabankjaik otthon. Eddig ezt még nem kérte és nem követelte senki; idáig szabad volt a pálya, a szocialista-liberális kormányok nem firtatták, hol képződik és hová megy a profit. A külső figyelmeztetések is a semmibe hulltak: hiába intett a lakosság devizaeladósodásának veszélyeire a svájci jegybank. A csendestársak nem láttak és nem hallottak. A könnyebb és a kamatozóbb utat választották, mert - nekik - ez hozott hasznot.

(Magyar Nemzet, 2011. október 5., szerda, 7. oldal)

Még mindig sok a probléma a unit-linked biztosításokkal!

Változatlanul a legsúlyosabb pénzügyi fogyasztóvédelmi kérdés a lakossági devizahitelezés problémája - állapította meg a PSZÁF fogyasztóvédelmi kockázati jelentésében. A biztosítóknál továbbra is jelentősek a unit-linked biztosításokhoz kapcsolódó fogyasztói problémák. A jelentés az idei első félévi, fogyasztóvédelmi szempontból kiemelt kockázatú és erős hatású jelenségeket foglalja össze, s bemutatja az ezekre adott felügyeleti válaszleépéseket.

2011-től kezdődően a Felügyelet pénzügyi fogyasztóvédelemmel kapcsolatos jelentéseket készít és publikál. Az alábbi elemzés a Felügyelet félévente készülő Fogyasztóvédelmi kockázati jelentésének, biztosítókra vonatkozó 2011. évi második kiadása.

Az előző félévi fogyasztóvédelmi kockázati jelentésben említett szabályozási változásokon túl a biztosítási szektort érintő, fogyasztóvédelmi szempontból kiemelkedő jelentőségű változás 2011 első félévében nem történt.

Zsugorodó biztosítói bevételek

A 2010-es állapothoz hasonlóan továbbra is romló tendenciát mutat a biztosító társaságok üzleti teljesítménye. Nem mutatkozott számottevő változás azon kedvezőtlen körülményekben, amelyek mind a díjbevételeket, mind a jövedelmezőséget negatívan érintik. Változatlanul fennáll a hagyományos biztosítási termékek iránti kereslet csökkenése, a nem-életágban immár 2 éve tapasztalható intenzív árverseny, a kárkifizetések magas aránya és a különadó korrekciós hatása. A magánnyugdíjpénztári szektor zsugorodása - a magánpénztárak vagyonát kezelő alapkezelőket tulajdonló biztosítók esetében - további bevételecsökkentő tényezőt jelent.

Az utóbbi időszakban megfigyelhető tendencia, hogy a biztosítók a hagyományos életbiztosításokra több szolgáltatást fizetnek ki, mint amennyi díjat beszednek, így azok állománya fokozatosan leépül - olvasható a jelentésben. A biztosítási piac szereplőinek jelentős része befektetési termékekre fókuszált termékfejlesztéssel igyekszik piaci részesedését növelni, kihasználva az e termékkör iránti kereslet - hagyományos termékekhez képest - jelentősnek mondható volumenét. A fejlesztések során a biztosítók a bankbetétekkel versengő különféle unit-linked szerződésekre, valamint a befektetési elemeket is tartalmazó, részben nyugdíjcélú biztosításokra összpontosítanak.

Díjbevétel szempontjából az élet-ág eredményességét egyre inkább az egyszeri díjas unit-linked szerzések sikere határozza meg. 2011. I. félév végén a unit-linked ágazatban 10 biztosító rendelkezett 5% feletti piaci részesedéssel, az egyszeri díjas unit-linked termékek piaca jóval koncentráltabb, mint a teljes unit-linked piac, 5% feletti piaci részesedéssel mindössze 4 társaság

rendelkezett, a piac több mint 60%-át pedig továbbra is két biztosító társaság, az Allianz Hungária Biztosító Zrt. és a Groupama Garancia Biztosító Zrt. uralta.

Sok a probléma unit-linked biztosításokkal

A unit-linked termékek mögötti befektetési jegyeken 2011. I. félévben jelentős veszteséget mutattak ki a biztosítók. A befektetési jegyeken elszenvedett veszteség alapvetően a unit-linked biztosításokhoz választható egzotikus eszközalapokhoz kötődik, különös tekintettel a latin-amerikai, ázsiai, észak-afrikai és közel-keleti kockázati kitétségekkel rendelkezőkhöz. Ez a veszteség az ügyfelek befektetési kockázata, a veszteséggel együtt járó bizalomvesztés növeli a visszavásárlások, illetve a törlések kockázatát is. A törlés és visszavásárlás rövidtávon bevételt jelent a biztosítónak, az ügyletért felszámított díj miatt, de hosszú távon - az állományvesztésből adódó kieső bevételek miatt - veszteséget idéz elő.

A Felügyelet a fogyasztókat hátrányosan érintő gyakorlatként azonosította, hogy egyes biztosítók a unit-linked életbiztosítási szerződésekhez kapcsolódó eszközalapokban lévő mögöttes eszközök folyamatos forgalmazásának a kibocsátó általi felfüggesztése esetén a felfüggesztéssel érintett eszköz-alapokkal kapcsolatos ügyfélrendelkezések végrehajtását szüneteltetik.

A tapasztalt anomáliára tekintettel a Felügyelet 2011 áprilisában felhívással fordult a unit-linked élet-biztosítási terméket terjesztő biztosító társaságokhoz, amelyben kiemelte, hogy abban az esetben tartja elfogadható magatartásnak a biztosító szolgáltatásának felfüggesztését, ha azt a szerződési feltétel és az ügyfél-tájékoztató figyelemfelhívásra alkalmas módon tartalmazza, illetve azt az ügyfél kifejezetten elfogadta. A Felügyelet a körlevélben felhívta a biztosítókat arra, hogy a unit-linked életbiztosítási termékfeltételeiket tekintsék át, és fontolják meg azok tartalmának módosítását.

A Felügyelet a feltárt fogyasztói kockázatok csökkentése érdekében tárgyalásokat folytat a Magyar Biztosítók Szövetségével (MABISZ) a teljes költségmutató (TKM) továbbfejlesztési lehetőségei érdekében. Az egyeztetések eredményét figyelembe véve a Felügyelet a TKM továbbfejlesztésére vonatkozóan a következő koncepcionális irányvonalakat alakította ki:

a TKM általános "transzparencia-mutató" jelleggel történő horizontális kiterjesztése, amely lehetőséget biztosítana arra, hogy a biztosítási termékek alternatíváját jelentő pénzügyi eszközök (Pl.: pénztári termékek, befektetési alapok, NYESZ, TBSZ) költségei összevethetőek legyenek;

megvizsgálandó a TKM maximalizálása, amely hatására egyrészt nem lehet annyi költséget érvényesíteni a termékben, másrészt a magas kezdeti jutalékok ellen hat;

a TKM számítási módjának egyedivé tételének lehetősége (vagyis, hogy ne egy típuspélda alapján, hanem az egyedi szerződőre lehessen kiszámítani a mutatót).

MLM: szektorokon átívelő kockázat

Kiemelt témaként ismerteti a jelentés a multilevel-marketing (MLM) típusú értékesítési módszert, mely az elmúlt időszakban jelent meg mint új értékesítési gyakorlat egyes pénzügyi termékek (pl. hosszú távú megtakarítások) értékesítése során. Az árukereskedelemben jelenlévő technika megjelenése a pénzügyi termékek területén azért különösen problematikus, mivel a fogyasztók számára a döntésük következményeinek pontos mérlegelése sokkal nehezebb, mint az egyszerű fogyasztási termékek esetében. Az MLM módszer a nemzetközi gyakorlatban jogszerű áruértékesítési technika, ugyanakkor, ha az alkalmas a fogyasztói döntések torzítására, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat valósulhat meg.

http://www.biztositasizemle.hu/cikk/elemezések/-/meg_mindig_sok_a_problema_a_unit-linked_biztositasokkal.555.html

(biztositasizemle.hu, 2011. október 4., kedd)

Allergiát okoz a szemüvege, órászíja? Gyorstesztelték a termékeket a mobil laborban

Allergiát okoz a szemüvege, órászíja? Gyorstesztelték a termékeket a mobil laborban

Székesfehérvár - Segítő, szolgáltatói szemlélet került előtérbe a fogyasztóvédelmi felügyelőségénél - hangzott el kedden az európai kkv-hét fogyasztóvédelmi szakmai napján.

Hatalmas érdeklődés övezte kedden a Gazdaság Házában szervezett rendezvényeket. Fiatalok százai voltak kíváncsiak a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság élelmiszer és mechanikai interaktív mozgó laborjára, amely ide települt egy napra. Az érdeklődők megismerkedhettek a napszemüvegek, bicsuk, testékszerek és játékok vizsgálatával; élőben is megvizsgálhatták az adott termék biztonságosságát. Nagy sikert aratott a saját napszemüvegek fényelnyelésének vizsgálata UV és látható tartományban, a testékszerek, órászíjak, fémkeretes szemüvegek allergizáló fémtartalmának kimutatása ingyenes gyorsteszt vizsgálattal. Sokan most szembesültek először azzal, mik a villamos berendezések biztonságát befolyásoló gyakori hibák, hány veszélyes termék vesz körül minket, és sokan elámultak a gyermekjátékok biztonságát súlyosan érintő gyakori hibák bemutatásakor.

A fiatalok, a jövő fogyasztói számos meglepő ténnyel szembesültek a mobil laborban. Ők talán már tudatosabb fogyasztók lesznek (Fotó: Gregority Antal)

A témaválasztás roppant aktuális volt - hangzott el többektől is. Az internethasználat fokozatos elterjedése együtt jár az on-line vásárlások népszerűségének növekedésével. Egyszerűen, gyorsan és nyitva tartási időre tekintet nélkül rendelhetünk termékeket, de nem árt, ha ismerjük jogainkat és körülményeinket járunk el. A vállalkozások jogismerete segíti a fogyasztói jogérvényesítést, segít az esetleges konfliktusok gyors és szabályszerű intézésében - hangsúlyozta Kirst László, a Fejér Megyei Kereskedelmi és Iparkamara elnökségi tagja, a Fejér Megyei Békéltető Testület elnöke, a rendezvény házigazdája.

A fogyasztóvédelemben új szemlélet alakult ki. Első a szakmai segítségnyújtás és csak a második a hatósági elv - mutatott rá Schneider Istvánné, a megyei kormányhivatal fogyasztóvédelmi felügyelőségének vezetője.

Az Unióban létezik egy eredményes alternatív vitarendező hálózat, a SOLVIT. A rendszert, amelynek hatásköre kiterjed az adózásra, a közbeszerzésre, a termékek és szolgáltatások piacra jutására, a munkavállalói jogok, szakképesítések és diplomák elismerésére, Sobor-Száva Zsuzsanna, a Magyarországi SOLVIT Központ szakértője mutatta be. Az elektronikus kereskedelemről Kriesch Attila, az Európai Fogyasztói Központ igazgatója tájékoztatót.

http://fmh.hu/cimlapon/20111004_fogyasztovedelmi#s=rss

(fmh.hu, 2011. október 4., kedd)

Kár a bankokat hergelni

A megroggyanó magyarországi pénzügyintézetek maguk alá temethetik a kormányt is

Bár a forint tegnap késő délutánra visszaerősödött, tegnap is a mélyben járt, az euró árfolyama ismét 300 forint fölé ugrott. A külföldi elemzők már csak abban nem értenek egyet, hogy mennyivel emeli legközelebb az alapkamatot a Magyar Nemzeti Bank.

A forint ma is megjárta a poklot, vagyis az euró megint 300 forint fölé erősödött. Közben a londoni bankházak és elemzők már csak abban nem biztosok, hogy a Magyar Nemzeti Bank 0,5 százalékponttal, vagy ennél jobban emeli az alapkamatot. Abban egyetértés mutatkozik, hogy az emelés nem lesz drasztikus, semmi esetre sem fogja elérni a 2008-as 3 százalékpontot. Több mint 30 százalék az esélye annak, hogy Magyarország belátható időn belül fizetéseképtelenné válik

külföldi hitelezői felé, így hazánk újra felkerült a CMA DataVision által összeállított, a tíz legkockázatosabb szuverén adóst felsoroló listába. Ebben a környezetben nem tűnik jól időzítettnek a Rogán Antal által indított frontális támadás a magyarországi bankok ellen, amelynek részeként tegnap megérkezett a Gazdasági Versenyhivatalhoz (GVH) és a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéhez (PSZÁF) a bankok vizsgálatát kezdeményező beadvány, mely annak tisztázását kéri, hogy a versenytörvényt megsértve összejátszottak-e a bankok a forinthitelkamatok megemelésékor.

Rogán Antal, a parlament gazdasági bizottságának fideszes elnöke kedden jelentette be, kartellezés gyanúját veti fel, hogy az elmúlt napokban, a devizahitelek egyösszegű, rögzített árfolyamon történő végtörlesztésének engedélyezése után több bank megemelte forinthiteleinek kamatait. Rogán felbukkanása a banki terepen nem minősíthető meglepőnek, hiszen egyet s más tudnia kell a bankokról és a hitelproblémáról, már csak azért is, mert a fővárosi kerületek között az általa irányított V. kerületben a legmagasabb, 578 ezer forint az egy főre eső kerületi adósság a fővárosi 102 ezer forintos átlaggal szemben. A kerület adóssága a bevételeinek 92 százalékára rúg. Rogán 2006 óta irányítja az V. kerületet, és a 2005-ös, 854 millió forintos hitelállomány ma már 14 milliárd körül van. Maga Rogán is a bankok kezében van, mert vagyonbevallása szerint 60 millióval tartozik nekik, amiből az idén már 2,2 millió forintot visszafizetett. Nagy gond a törlesztéssel nemigen lehet, hiszen mint polgármester: 632 400 bruttó, mint országgyűlési képviselő és bizottsági elnök: 510 180 bruttó, mint fővárosi képviselő, bizottsági elnök, felügyelőbizottsági tag: 546 524 forint bruttó keresete van. Miután megszületett feleségével egy szem közös gyermekük, kicsinek bizonyult a lakásuk, ezért egy szobával (8 négyzetméterrel) nagyobbra cserélték, így lett 149 négyzetméteres otthonuk a II. kerületben.

Azt nem lehet a legnagyobb rosszindulattal sem állítani, hogy a „lipótvárosi Hammurapi” becenevet kiérdemlő Rogán Antal képviselőként ne dolgozna meg a pénzéért. Eddig összesen 28 önálló indítvánnyal és 134 nem önálló indítvánnyal támogatta a Fidesz törvénygyárát, és mindig kéznél volt, amikor az elbábrált törvényeket kellett utólag módosítani, és készséggel adta ehhez jól csengő nevét. Ezzel a kétharmad sok felesleges egyeztetést és procedúrát takaríthatott meg.

Rogán kartellvádja a bankokkal szemben nyilván csak tovább növeli a magyarországi pénzintézetek frusztrációját, ami nemcsak a bankadóra, a végtörlesztéssel rájuk tolt milliárdos veszteségekre vezethető vissza, de arra is, hogy a magyar gazdasági helyzet növekvő kockázatai, a hitelportfóliójukban felhalmozott rossz kölcsönök miatt a leminősítés veszélye fenyegeti őket, de legalábbis arra fognak kényszerülni, hogy megemeljék a tőkájüket.

Ebben a helyzetben egy esetleges - politikai ihletésű - versenyhivatali elmarasztalás és annak következményei mély sebet ejtenének a bankok reputációján, és kiboríthatják az egész szektorban a bilit, ami már amúgy is ki-kicsordul. A kormány nagy szolgálatot tenne a lakosságnak, a gazdaságnak, ha asztalhoz ülne a pénzintézetekkel, mint ahogy nyilván Rogán Antalnak is azt mondják pénzügyi tanácsadói, hogy forduljon a közel 60 milliós adóssága ügyében bizalommal a saját bankjához.

(Népszava, 2011. október 6., csütörtök, 4. oldal)

Kész átverés

Bóvlik aranyárban

Cseng a telefon, csicsergő női hang gratulál: tengerparti luxusnyaralást nyertünk, meghívnak egy izgalmas előadásra, ahol átvehetjük a jutalmunkat is. Meglepődünk, hiszen semmiféle sorsolásra nem jelentkeztünk. Persze azért örülünk a kivételes szerencsénknek. Máskor a postaládánkban találunk szórólapokat: filléres exkluzív buszkirándulásra invitálnak, nagy táskát vigyünk az ajándékoknak. Csak apró betűvel tüntetik fel: termékismertető lesz. Évente tízezrek vesznek részt ilyen utakon, és sokan méregdrága bővlikkel térnek haza. A fogyasztóvédelmi vizsgálatok szerint a hazai árubemutatók 85-90 százaléka átverés, és

gyakran agresszív módszerekkel kényszerítik vásárlásra az embereket. Sándor Zsuzsanna írása.

A direkt marketing - a bolt nélküli értékesítés - törvényes, legális. Ehhez a kereskedelmi ágazathoz tartoznak a teleshopok, a webáruházak vagy a csoportos termékbemutatók is.

Szánthó Zsuzsanna, a Corvinus Egyetem marketingkutatói tanszékének adjunktusa szerint a cégek számára a direkt marketing a legolcsóbb értékesítés.

- Nem kell üzlethelyiséget fenntartaniuk. Mivel ügynökökkel dolgoznak, bért és járulékot sem fizetnek. Közvetlen forgalmazással az árucikkek - elvileg - jóval olcsóbbak lehetnek. A vevők is jól járhatnak: a cégek házhoz viszik a termékeket, s jobban figyelembe vehetik az ügyfelek igényeit.

Ilyen ideális kereskedelem azonban csak ott lehetséges, ahol betartják az üzleti élet írott és íratlan szabályait. Ahol erős a szakmai önkontroll, a tisztességtelen cégeket kiszorítják a pályáról. Am olyan országokban, ahol nincs jogbiztonság, és túl sokan akarnak nyereszkeskedni túl kicsi piacon, egy termékbemutató pszichothrillerré is, válhat. Nálunk a direkt marketing sokszor a lelki hadviselés eszköze. Az agresszív, megalázó manipulációs technikákat a csoportosítás is erősítheti.

Ezzel is magyarázható, hogy a termékbemutatókra általában több embert hívnak össze. A résztvevőkkel éreztetik: ők kiváltságos, kvalitásos személyek.

Csak önöknek!

Szánthó Zsuzsanna szakmai érdeklődésből egyszer elment egy ilyen termékbemutatóra: a meghívott házaspároknak üdülési jogokat értékesítettek. Előzőleg telefonon tesztelték őket utazási szokásaikról.

A szeánszt elegáns helyszínen rendezték. Filmeket vetítettek álomszép tengerpartokról, azokról a luxusszállodákról, ahol az apartmanok kaphatók. Közben a színpadon szpíker győzködte az egybegyűlteket, mennyire kedvezményes az ajánlat: „Csak ma, csak önöknek!” Majd kijelentette: „Hölgyeim és uraim! Mi ide olyan házaspárokat hívtunk, akik kimagasló tehetségüknek és szorgalmuknak köszönhetően már elértek valamit az életben. Akik mégis úgy gondolják, hogy a pénztárcájukból nem telik a szolgáltatásainkra, azokat nem tartanánk fel tovább.”

- Egyetlen házaspár állt fel, és a tekintetek kereszttüzeiben szégyenkezve kiosont a teremből. A moderátor jelentőségelteljes mozdulattal becsukta mögöttük az ajtót, s fennhangon közölte: „Most már magunk között vagyunk!” - idézi emlékeit Szánthó.

A marketinges szakember sem vett végül a több millió forintos üdülési jogból. De nem úszta meg ennyivel: a cég még egy évig bombázta telefonon. Hiába mondta nekik, hogy nem szeretne vásárolni. Akkor is hívták.

A direkt marketing célközönsége azonban nemcsak a magasan képzett középosztálybeliek. Sok forgalmazó a kispénzű nyugdíjasokra, munkanélküliekre hajt. Fillérekért kínálnak nekik termékbemutatóval egybekötött buszkirándulásokat. Mesebeli lehetőség ez azoknak, akiknek az élet örömeiből nem sok jut.

Szánthó szerint a fogyasztói társadalomban megváltozott a kereskedelem szerepe: ma már az „élményvásárlás” hódít. A fiatalabbak egyik legnépszerűbb szabadidős tevékenysége a plázázás. A nyugdíjasok pedig szívesen elbuszozgatnak egy-egy jó marketinges dzsemboriért.

Levélládánkban mi is találtunk olyan reklámutas prospektusokat, amelyeken kiemelték: „Nagy táskákat hozzanak az ajándékokhoz!” Az egyik cég falusi borkóstolóra, mulatozásra hívott - ajándékhegyekkel. Mindössze 1290 forintért! A másik hirdetés ausztriai kirándulásra csábított: a „finom ebéd” mellé felsorolhatatlan mennyiségű szuvenírral. És az egész csak 990 forint. Hihetetlen!

Az a baj, sokan mégis elhiszik. A szórólapokat megmutattuk Fülöp Zsuzsának, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság szóvivőjének. Azt mondta, az efféle ajánlatokkal kecsesgató cégekkel szemben ők csak abban az esetben tudnak fellépni, ha bizonyítható: ígéreteiket egyáltalán nem tartották be. De valójában nehéz az ilyen eljárás, ugyanis a termékbemutatókra nálunk semmilyen külön jogszabály nem vonatkozik.

Az említett szórólapokon egyébként az is olvasható: „Csak 18 éven felüliek vehetnek részt a programon.”

- Ez is arról árulkodik: az út igazi célja a méregdrága termékek eladása. Kiskorúak nagy összegű, drága értéktárgyakat nem vásárolhatnak szülői jóváhagyás nélkül. A cégeknek ezért nem érdekük, hogy gyerekeket utaztassanak - jegyzi meg Fülöp Zsuzsanna.

Buszos túrák

A reklámokon furcsa kikötés az is: „A buszon csak utazás ideje alatt szabad tartózkodni.” De vajon miért? Egyszerű a magyarázat: a termékbemutatókat többnyire mindentől távol eső helyeken tartják, a közelben semmi nincs. Így az idős emberek - ha a buszba sem ülhetnek be, és nem akarnak órákig ácsorogni a szabad ég alatt - kénytelenek végighallgatni a marketing-előadást.

A fogyasztóvédókhoz több panasz érkezett arról is: megfélemlítéssel kényszerítenek utasokat a vásárlásra. Olykor szekrénytermetű „csoportkísérők” tartottak velük, s ha valaki akadékoskodott, rendreutasították. Nem mindig barátságosan. Egy „marketinghadakat járt” asszony nyilatkozta: a buszos túrán gyógyhatású készítményeket akartak rájuk sózni. Amikor a nemtetszését fejezte ki, az előadó haragra gerjedt: „Közölte, fogjam a táskámat, és takarodjak ki. Ráadásul vén hülyének nevezett, és megfenyegetett, hogy fejbe vág az ajándék vasalóval.”

Az ügyet a fogyasztóvédelmi hatóság is vizsgálta. Nem sok eredménnyel: az ilyen eseteket utólag nagyon nehéz bizonyítani. A sértettnek tanúkat kellene hozni, akik vállalják a rendőrségi, bírósági procedúrát is. Fülöp Zsuzsanna szóvivő tudomása szerint erre még nem volt példa idehaza.

Egyébként agresszív ráhatás nélkül is vásárlásra készíthetik az időseket. A negédes hang olykor eredményesebb is. A meghívott utasok úgy érzik: a cég eteti-itatja, elhalmozza őket. Ennyi jóságot illik viszonzni. Elő a pénztárcával! Akár hitelt is hajlandók fölvenni, hogy megszerezhessék a „különleges portékákat”, amelyek „csak ma, rendkívüli akciós áron” kaphatók.

Elállási jog

Így találnak vevőkre a több százezer forintos derékmelegítő, gyógyító csodalámpák. Az öregek elhiszik, hogy a „gyógykincs” elmulasztja minden nyavalyájukat.

Molnárné Kovács Judit, a Debreceni Egyetem Pszichológiai Intézetének adjunktusa állítja: vásárlási szokásaink egyre irracionálisabbak.

- Nem a valódi szükségleteinket, hanem a vágyainkat szeretnénk kielégíteni. Életérzéseket, fétiseket veszünk, például fiatalságot, egészséget. Aki beteg, mindenét odaadná a gyógyulásért. És ezt könnyen kihasználják a cégek.

A pszichológus hozzáteszi: mindenki átverhető - kortól, nemtől függetlenül. Hiszen nem tudunk mindig mindenre odafigyelni, résen lenni. Senki sem akar állandó szorongások, aggodalmaskodások között élni.

A fogyasztóvédők három éve rendszeresen ellenőrzik a termékbemutatókat - inkognitóban. Azt tapasztalták: az ilyen előadások 85-90 százalékában tisztességtelen eszközökkel tévesztik meg az embereket. Például nem tájékoztatják őket a nyolc munkanapos „elállási jogukról”. Ennyi időn belül indoklás nélkül visszaléphetnek a vásárlástól, pénzüket is visszakérhetik.

Foglaló, kötbér

Csakhogy sokan azt sem tudják, mit írnak alá. Nincs idejük, lehetőségük kisilabizálni az apró betűket. Fülöp Zsuzsanna egyik panaszosuk esetét említi. Az idős néni boldogan vitte haza a termékbemutatóról az ötezer forintos porszívóját. Hamarosan a cég csekket küldött neki: fizesse be a 250 ezer forintos valódi vételárat. Az asszony akkor döbönt rá: az ötezres csak a foglaló volt. Közölte a céggel: vigyék a porszívót, ennyiért nem kell neki. Így is történt. Majd jött az újabb felszólítás, amelyben 75 ezer forintot követeltek rajta. Kiderült, a szerződésben parányi betűkkel szerepelt: ha nyolc napon túl mond le a vásárlásról, 75 ezres kötbért kell fizetnie.

S ha valaki aláírta a szerződést, utólag nem hivatkozhat arra: nem látta, mi van a szövegben.

A reklámutazásról hazatérők gyakran azzal is szembesülnek: az illető portéka sokkal jobb minőségben, sokkal olcsóbban bármelyik üzletben kapható.

Egyébként ha a fogyasztóvédőknek sikerül is bizonyítaniuk a tisztességtelen üzleti magatartást, legfeljebb pénzbírságot róhatnak ki a kereskedőkre. Többnyire százezer forintos nagyságrendben.

Mindenesetre furcsa: amióta szigorították nálunk a szabálysértéseket, húszezer forint alatti lopásokért is bárkit lecsukhatnak, viszont ha valaki aranyárban ad el bővlikat, s milliókat kaszál mások megvezetésén - olcsón megúszhatja.

Úgy tűnik, egyelőre nincs más orvosság a honi direkt marketing „betegségeire”, mint a megelőzés. Tudatos vásárlóként elkerülhetjük a csapdákat, kevésbé eshetünk áldozatául gátlástalan „rábeszélőgépeknek”.

Szánthó Zsuzsanna azt mondja, itthon a rendszerváltás után lendült fel a direkt marketing. Sokakat azért vonzott az ügynöki munka, mert úgy tűnt: itt csak a teljesítmény számít. Aki tehetséges, és többet dolgozik, többet is keres. S mivel az ügynökök jövedelme a forgalomtól függ, óhatatlanul rákényszerülhetnek az agresszív nyomulásra.

Meséli Szánthó Zsuzsanna, egyszer egy nagyvállalat vezérigazgatójával tárgyalt, akit közben üzleti ügyben hívtak. Kiderült, a csúcsvezető macskaeledellel ügynökölt.

Persze sok munkanélküli is beállt valamelyik „ügynöktoborzó” társasághoz - a gyors meggazdagodás reményében. Csakhogy a piac telítődése miatt rengetegen kiestek a marketinges ügynökhálózatokból. Ráadásul válság idején még nehezebb a méregdrága cuccokat eladni.

Szánthó Zsuzsanna úgy véli, a direkt marketingben a webáruházaké a jövő. Amerikai példát említ. Pár éve az egyik farmercég új márkát akart bevezetni. Internetes közösségi portálon városépítő játékot indítottak: virtuális házakat, üzleti negyedeket lehetett kialakítani. Persze farmerboltot is - a cég „virtuális divattermékeivel”. A netező fiatalok pillanatokon belül megszerették az új brandet, s amikor már majd megőrültek érte, a vállalat megnyitotta a valóságos farmerboltját. Megrohamozták a vevők.

A jelenség a direkt marketing elképesztő távlataira, ugyanakkor kockázataira is figyelmeztet. A világhálón hatalmas tömegeket lehet manipulálni úgy, hogy észre sem veszik: elmés üzleti stratégiák játékszerai lettek.

(168 Óra, 2011. október 6., 29-31. oldal)

Peres ősz

„Rossz hír a hiteleseknek, fellélegezhetnek a bankok” - a híradások így kommentálták, hogy a Legfelsőbb Bíróság új eljárás lefolytatására utasított az úgynevezett Partiscum-perben, ahol a másodfokú bíróság kimondta: az egyoldalú szerződésmódosítások tisztességtelenek. Dr. Damm Andrea szerint nem a bankok, hanem azok az ügyvédek lélegezhetnek fel, akik azon törték a fejüket, hogyan nyújtsanak be olyan keresetet az adósok érdekében, amellyel nyerni is lehet.

- Valóban fellélegezhetnek a bankok?

- Még szakmán belül is sokan nem értik, miről is szólt az ítélet. Egyes híradások úgy számoltak be az ítéletről, hogy a bankok nyertek. A bankok akkor nyertek volna, ha a bíróság megváltoztatja a másodfokú ítéletet. A Legfelsőbb Bíróság azonban nem azt mondta ki, hogy az ügyészségnek és a másodfokú bíróságnak nem volt igaza, hanem azt, hogy a bizonyítás nem volt elég teljes körű ahhoz, hogy megállapítható legyen a tisztességtelenség a kereseti kérelemhez képest, mindössze pár kérdésben. A Legfelsőbb Bíróság azt is megtehetné volna, hogy hatályon kívül helyezi az ítéletet és elutasítja a keresetet, ha azt látta volna helyesnek. Ezzel szemben olyan jogelveket fogalmazott meg az egyoldalú szerződésmódosítások feltételrendszerével kapcsolatban, amit még ilyen részletességgel és pontosan soha semmilyen bíróság vagy jogalkotó nem tett meg. Az ítélethirdetés utána Takarékszövetkezet tisztviselői boldogok voltak, de az ügyvédjük, láthatóan, egyáltalán nem. Mert ő megértette, hogy a bíróság olyan szigorú feltételeket fogalmazott meg az egyoldalú szerződésmódosításokkal kapcsolatban, aminek valószínűsíthetően nem fognak tudni megfelelni.

Az a kijelentés is túlzás volt a másodfokú ítélet után, hogy „retteghetnek a bankok”, mert ez a per csak egyetlen pénzintézetre vonatkozik, a Partiscum Takarékra és annak általános szerződési feltételeire. De annak érdekében, hogy a többi jogviszonyra vonatkozóan is legyenek iránymutatások, a Legfelsőbb Bíróság felsorolta az egyoldalú szerződésmódosítás oklistájától elvárt feltételeket, azaz hogy milyen objektív feltételek teljesülése esetén lehet egyoldalúan módosítani a szerződést. E szerint tehát módosítási okok csak olyan külső, objektív feltételek lehetnek, amelyeket a bank semmilyen módon nem tud befolyásolni, nem voltak a szerződéskötéskor kiszámíthatóak, és a szerződéskötéskor felvezetett díj- és költségkalkulációk nem számolhattak ezekkel a körülményekkel. Ez azt jelenti, hogy a bankoknak kalkulációt kellett készíteni, amely alapján meghatározzák a kamatot, a díjat és a költségeket. A Legfelsőbb Bíróság ítélete azért üdvözlendő, mert rákényszeríti a pénzintézeteket egy olyan fegyelmezett gyakorlatra, ami eddig nem volt.

- Mi az, amit az ítélet után már nem tehetnek meg a bankok?

- Például a bank arra hivatkozva, hogy forrásköltsége a szerződéskötéskori díjhoz képest egy bizonyos százalékkal megemelkedik, módosítja a hitelszerződést és emeli a kamatot. Ez például nem illik bele abba az objektív feltételrendszerbe, amit a Legfelsőbb Bíróság most kimondott. A forrásköltség áráról ugyanis két bank állapodik meg egymással: az adott bank és az, amelyik a hitelt kihelyezi. A bank nem objektíve éli meg ezt a helyzetet, mert a megállapodást ő kötötte és rajta múlt, hogy milyen áron szerez be forrást. A bankok rendszeresen alkalmazzák azt a gyakorlatot, hogy a meglévő hitelviszonyokba kamatemeléssel beépítik a forrásköltség emelkedését. Pedig a bank egy húszéves futamidejű szerződés esetében nem húsz évre vette fel a forrás hitelét, csak két-három hónapra. Ha az adós felé korlátlanul érvényesítheti a hitelbeszerzési költség növekedését, akkor nincs arra kényszerítve, hogy a piacon a legkedvezőbb hitelt vásárolja meg. A bankon múlik, mennyiért veszi a hitelt és az adós semmilyen módon nem tudja ezt ellenőrizni. Magyarországon tizenöt olyan bank van, amelyiknek külföldön van egy anyabankja. A két bank gazdaságilag egy banknak számít, egy egység. Ami költség a leánybanknak, bevétel az anyabanknak. A bankok mindig arra hivatkoznak, hogy az anyabanktól drágábban kapják a hitelt. Azt mondják, szerződéskötéskor ez a változás nem volt előre látható. A bankoknak olyan szakmai gárdájuk van a makrogazdasági viszonyok kiszámítására, amely kizárja, hogy évekre előre ne prognosztizálhatnák a várható folyamatokat. Nagy tudású közgazdászokkal, valószínűségszámítással foglalkozó matematikusokkal dolgoznak, minimum tíz évre előre tudniuk kell, mi várható azon viszonyokban, amelyek kihatnak a hitelszerződésekre. A hitelintézeti törvényben nem szerepel, hogy a meghatározott okokon kívül tilos a szerződésbe másfajta okokat bevezetni, ezért a bankok olyan átláthatatlan feltételrendszereket kötöttek ki az Általános Szerződési Feltételekben, hogy az adósok számára követhetlenné vált, miért emelkedhet a kamat vagy a díj. A Legfelsőbb Bíróság most egy olyan keret-elvárásrendszert fogalmazott meg, ami pótolta a törvény hiányzó részét. A joggyakorlatban alkalmazandó állásfoglalást tett arra vonatkozóan, hogy az egyoldalú módosítások hogyan felelhetnek meg a törvény szellemiségének. Az öt szempontrendszernek egyszerre kell érvényesülnie. Nagyon nehéz lesz a jövőben olyan egyoldalú szerződésmódosítási okokat kitalálni, ami mind az öt szempontrendszernek megfelel.

-A svájci frank erősödésével kapcsolatos szerződésmódosítások megfelelnek ezeknek a szempontrendszernek?

- Vigyázzunk, ennek a pernek az árfolyam egyáltalán nem volt témája, nem is szabad idekevernünk. Ez a per kizárólag arról szól, hogy szerződéskötés után a bankok a szerződések kondícióját egyoldalúan változtatják. Az árfolyam más kérdés. 2006-ban az ombudsman hozott egy határozatot, amiben kifejtette, hogy egy tartós jogviszonyban minden szerződéskötéskor van egy ésszerű kockázatvállalási határ. A Legfelsőbb Bíróság most a kamatokra, a költségekre és a díjakra vonatkozóan kifejtette, hogy ezek emelkedése nem haladhatja meg az ügyfelek által vállalt kockázat ésszerű határát.

- Miért nem lett volna kedvezőbb az adósoknak, ha a Legfelsőbb Bíróság egyszerűen helybenhagyja a másodfokú ítéletet?

- Ha a Legfelsőbb Bíróság csupán helybenhagyta volna az ítéletet, akkor azok az adósok, akik pontosan ugyanolyan szerződési feltételekkel rendelkeznek, mint a Partiscum ügyfelei és pontosan ugyanolyan okokból emelkedtek a kamataik, pert indíthatnának, amit nagy eséllyel meg is nyernének. De más bankok ügyfelei, akik nem ilyen szerződési feltételekkel rendelkeznek, ezt az

ítéletet nem tudnák egy az egyben alkalmazni. Azzal, hogy az LB hatályon kívül helyezett bizonyos megállapításokat és azok vizsgálatára részletes szempontrendszerrel adott meg, ez az ítélet veszélyesebb a bankokra nézve, mintha csupán helybenhagyták volna a másodfokú ítéletet. Nagyszerű eszközt adott a Legfelsőbb Bíróság a joggyakorlók kezébe. A szellem kibújta a palackból és azok az ügyvédek fellélegezhetnek, akik azon törték a fejüket, hogyan nyújtsanak be olyan keresetet az adósok érdekében, amellyel nyerni is lehet. A hitelviszonyok gazdasági egyensúlyának helyre kell állnia.

-Ha az ítélet nem is szólt az árfolyamról, azért lehet kedvező a devizahitelek számára is?

- A Legfelsőbb Bíróság a kamatokra, díjakra, költségekre vonatkozóan tett egy olyan elvi kijelentést, amit már korábban is kimondtak joggyakorlók, miszerint a szerződéskötéskor vállalt ésszerű kockázat határát nem haladhatja meg a hitelező követelése. Már számtalan mértékadó nemzetközi szervezet kimondta, hogy a frank ilyen fokú erősödésére nem lehetett számítani és a nemzetközi pénzpiac, valamint a nemzetközi gazdasági szereplők olyan jogellenes tevékenységének következménye ez, aminek hatását nem viselheti egy egyszerű magyar adós, mert semmilyen módon nem tudja azt befolyásolni. A Legfelsőbb Bíróság mostani ítélete utal arra, hogy a hitelviszonyokban előfordulhat a vis major helyzet és arra is, hogy a kockázatvállalásnak vannak ésszerű határai. Nem tudjuk, kik a bankok tulajdonosai, nem tudjuk, kik felelősek az árfolyammanipulációért. Nem ismerjük a pénzpiaci szereplőket. Fantomok által gerjesztett viszonyrendszerek árát egy egyszerű hitelfelvevő, aki egy kockázatfeltáró nyilatkozatot aláírt, nem viselheti korlátlanul. A devizahitel-szerződésekben a követeléseknek nincsenek határai. Egy mindkét fél érdekeit érvényesítő szerződésben van egy teljesítési határ, ameddig megéri a feleknek fenntartani a szerződést. A szerződésekben benne kell lennie olyan garanciális feltételeknek, amelyek biztosítják a szerződések egyenértékűségét. Ha felmerülnek előre nem látható tényezők, akkor már nem biztos, hogy mindkét félnek megéri fenntartani a szerződést változatlan tartalommal. Egy örökre nyitott szerződést, mint amilyen egy devizahitel-szerződés, be kell határokkal zárni, az ésszerű kockázat határát meg kell fogalmazni. Azt is kimondta a Legfelsőbb Bíróság, hogy a körülmények lényeges megváltozása miatt a szerződésmódosításoknak létjogosultsága van. Úgy fogalmazott, hogy van a hitelviszonyoknak olyan tényezője, amelyekre a Ptk 241. §-át kell alkalmazni, de az LB előtt volt per nem erről szólt. Ez a jogszabályhely arról szól, hogy ha a tartós jogviszonyokban a szerződés teljesítésének feltételei lényegesen, a felektől függetlenül változik meg úgy, hogy az egyik félnek már sérelmet okoz a teljesítése, a szerződést módosítani lehet.

-A Partiscum pert az ügyészség indította. Nem lehetne ugyanígy közérdekű keresetet indítani a devizahitel-szerződések ügyében is?

- Az ügyészség álláspontja szerint ő azért nem tud az árfolyamváltozás okán közérdekű keresetet indítani, mert nincsen olyan, általános szerződési feltételben megfogalmazott, ezen körülménnyel összefüggő rendelkezés, ami alkalmas lenne a tisztességtelen jellegű rendelkezés megállapítására. Ezek a jogviszonyok álláspontom szerint alapvetően tisztességtelenek, mert az adósokat nem készítették fel a korlátlan kockázat viselésére, de ezen jogalap nem adja meg az ügyészség számára a közérdekű keresetindítás lehetőségét. Nehezen tud az ügyészség megfogni egy olyan, minden bank által alkalmazott, az árfolyam alkalmazásáról szóló szerződéses rendelkezést, amire azt mondhatja a bíróságon, hogy ez tisztességtelen. Ha megindul egy per az árfolyam, a kamat és a költség vonatkozásában és a keresetből az látható, hogy a bank gyakorlata tisztességtelen, akkor a felperes kérheti, hogy a bíróság keresse meg az ügyészséget, lépjen fel a perben, mint a törvényesség őre, ezzel erősítse a felperes igényérvényesítését. Ha összegyűlik tíz-tizenöt olyan kereset, amelyben ugyanaz az alapelv, vagy ugyanaz az ok van megjelölve a kereset jogalapjaként, mint például hogy az árfolyamnak nem volt gátja a szerződésben és ezért örökre kilátástalan a hitel árának kérdése, akkor mondhatjuk a bíróságon, hogy ez a bankok gyakorlata. De ehhez az alappereknek el kell indulnia.

- Az Alkotmánybírósághoz nem lehet fordulni?

- Az Alkotmánybíróság feladata a meghozott jogszabályok alkotmányossági vizsgálata. Itt nem történt olyan jogszabályalkotás, hogy az Alkotmánybírósághoz lehessen fordulni. Sok jogász még nem osztja azt a véleményemet, hogy a devizahitel jogviszony nem adaptálható a meglévő jogszabályokba, mert nagyon sok ellentmondás van a jogszabályban elvárt magatartás és a gyakorlatban megvalósuló feltételrendszer között. Például a THM állandóan változik. Az az elvárás,

amit a jogalkotó megfogalmazott a THM-mel szemben, nem tud érvényesülni. A közgazdászok erre azt mondják, hogy a szerződésben le van írva, a THM változhat. Lehet, hogy le van írva, de akkor sem felel meg a törvénynek, mert a jogalkotó célját nem tudja vele elérni.

- Ön szerint az emberek mennyiben voltak felelősek, amikor megkötötték a devizahitel-szerződéseket?

- Ha valaki egy egész társadalmat felelőtlennek nevez, akkor arról soha nem a társadalom tehet, hanem a vezetői. Ha én mint vezető látom, hogy egy társadalom valamilyen kérdésben felelőtlen, akkor hét éven át hagyom, hogy az legyen? Elárasztotta a médiát a rengeteg hitelreklám, ott volt a széles körű ügynökhálózat, futószalagszerűen kötötték a szerződések. 2004 és 2008 között sokszor lejjebb ment a svájci frank árfolyama. Volt több mint négyéves időszak, amikor azt látták az emberek, hogy nem emelkedik érzékelhetően az árfolyam. Ez tovább gerjesztette a hitelfelvételi hajlandóságot. A bankok a hiteljogviszonyokba korlátlanul behozták a devizát, miközben nem is devizát adtak át az adósnak, hanem forintot. Honnan is tudtak volna folyamatosan ilyen mennyiségű svájci frankot biztosítani? A svájci frank árfolyamának már akkor emelkednie kellett volna, ha a piacon ilyen mennyiségű devizavásárlási igény jelentkezett, amikor a hiteleket kihelyezték. Miért akkor szökött az egekbe az árfolyam, amikor már jelentősen csökkent a hitelfelvételi hajlandóság? A Gazdasági Versenyhivatal már 2007-ben kimondta, hogy olyan óriási kockázat van ezekben a jogviszonyokban, hogy változatlan tartalommal nem lenne szabad alkalmazni, vagy jogszabály-módosításokat kell eszközölni a Hpt-ben. Javaslatot tettek arra, hogyan lehetne ezt a kockázatot csökkenteni, de senki nem foglalkozott vele. A svájci jegybankelnök 2004-es levele után sem történt semmi, amiben a devizahitelezés veszélyeire hívták fel a figyelmet.

-Ezekre lehet hivatkozni egy perben?

- Persze. De a legnagyobb bizonyíték a miniszterelnök úr parlamenti beszéde, ami önmagában egy tanúvallomás. Ha egy miniszterelnök másfél év kormányzás és alapos vizsgálat után azt mondja, hogy az embereket becsapták, akkor ezt a bíróság sem vitathatja el. Rengeteg egyedi ügyet vizsgáltam. Mindenhol feltűnt egy-egy ügynök, aki rávette az embereket a hitelfelvételre, mondván, hogy olcsó. A bank nem is tárgyalt az ügyféllel. Pedig a jogviszony rendeltetése szerint egy alkufolyamat, ahol mindent meg kell tárgyalni. A devizahitelek esetében senki nem tárgyalt senkivel. Ha a svájci jegybankelnök levele megjelent volna a sajtóban, nem sokan vettek volna fel devizahitelt. Azért hallgatták el, mert ez a bankok és bizonyos állami szereplők érdeke volt. És nem az embereké.

- Hány per vár arra, hogy kitűzzék a tárgyalás időpontját?

- Körülbelül száz. De a Legfelsőbb Bíróság ítélete után ez a szám, úgy érzem, meg fog sokszorozódni. Ez a pereskedések össze lesz. Azt remélem, hogy amikor látja a bíróság, hogy milyen jellegű ügyek érkeznek sorozatban, azt jelzi a jogalkotók felé. A kormány pedig, amelyiknek hozzáállása a devizahitelek kérdésében üdvözlendő, törvénymódosításokkal rendet tud tenni, segíteni tud abban, hogy a kölcsönszerződések ne egyéni tragédiákba torkolljanak, hanem tisztességes viszonyok között fejeződjenek be.

Lass Gábor

(Magyar Demokrata, 2011. október 5., 13-15. oldal)

Kolbászból a körítés

MagyarBrands 2011

Mind könnyörtelenebb piaci környezetben is igyekeztek helytállni a magyar márkák az elmúlt esztendőben - több-kevesebb sikerrel. A hazai brandek népszerűségi listáján nincs nagy változás, ugyanakkor a cégek eredményeit alaposan megtépázta a válság.

Elektronikai kütyüket és értékpapírokat nem lehet megenni, vagyis felértékelődik a mezőgazdaság szerepe - adta meg a gazdaságpolitikai irányt Orbán Viktor miniszterelnök a 75.

OMÉK (Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás) megnyitóján. Miért az agrárszektor van a magyar termékek fejlesztési politikájának középpontjában? A választ - egyebek mellett - a MagyarBrands, a legelismertebb hazai márkákat rangsoroló friss idejű lista is jól jelzi. Az úgynevezett fogyasztói márkák csoportján végignézve szembeötlő, hogy Magyarországon egyértelműen az ételek és italok reprezentálják az elismert magyar termékek körét, mellettük csak a porcelán és talán a gyógyszer rúghat labdába. A ranglistát tavaly közölte először lapunk, és az élbolyban alapvető változások nem történtek.

A kormányfői iránymutatás mindenesetre már vissza is köszön a formálódó vidékfejlesztési stratégiában, amely a kitörési pontokat keresve a nagyobb hozzáadott értékű, hangsúlyozottan minőségi magyar termékekre koncentrál. Azaz márkaépítésre van szükség - értelmezi Fekete Zoltán, a hazai, mindennapi fogyasztási cikkek gyártó (FMCG) cégeket 15 éve képviselő Magyar Márkaszövetség főtitkára. Főállású márkavédőként hízott is a mája a napokban tartott tapolcai kereskedelmi konferencián, ahol a vidékfejlesztési stratégia tervezete került terítékre, és ahol a megszólalók szinte minden második mondatban a magasabb hozzáadott értékről értekeztek. Véték a „pótos IFÁ-val”, ömlesztve leszállítani az almát, ha egyenként, selyempapírba csomagolva drágábban is el lehet adni. Be kell látni, hogy a magyarországi piac kicsi és nyitott, a hazai termelőknek és gyártóknak a minőségre, a márkaépítésre kell koncentrálniuk, mert mennyiségben és árban nem tudják megverni a konkurensokat. A főtitkár szerint 4-5 prémium minőségű, a külső piacokon kapós magyar márka vagy kategória építésére kellene koncentrálni, melyek egyre gyorsuló lokomotívként húzhatnák az intenzív, korszerűen gépesített, nagy szakmai hozzáértéssel előállított hazai termékek marketingjét és eladását.

Kedves és romantikus elképzelés a vasárnapi (bio)piacozás néhány mosolygó almával, de nem feltétlenül ez a fő kitörési pont. Fekete Zoltán igazat ad az áruházláncok beszerzőinek, akik néha összetett kézzel könyörögnek a honi termelőknek: nagyon jó dolgot csináltak, de mennyiség, árualap is kell, ráadásul folyamatos minőségben és állandó rendelkezésre állással! Nem lehet 1-2 tonnában gondolkodni - szögezi le a márkavédő. Csak a minőséggel lehet kitörni, amit remélhetően a mennyiség is követni fog. Ezért a főtitkár szeretné, ha végre megalkotnák a várva-várt hungarikum törvényt is, tiszta vizet öntve ezzel a ma még meglehetősen zavaros tartalmú pohárba.

Egyre nagyobb galibát okoz ugyanis a piacon, hogy a hungarikum fogalmát mindmáig nem öntötték pontos jogi keretbe. Az Auchan áruházláncot 30 millió forintba büntette például a Gazdasági Versenyhivatal, amikor az „Auchan hungarikum” néven akciózott magyar, de külföldi tulajdonú cég által előállított márkákkal. A francia lánc jogorvoslatot kért, arra hivatkozva, hogy a hungarikum fogalma mindmáig nem jogi kategória.

A hungarikum törvénynek a korábbi ígéretek szerint már idén ősszel hatályba kellene lépnie, ám az előkészítés jelen állapota alapján ez leghamarabb csak novemberre, decemberre várható. Csak ezután derül ki fehéren-feketén, ki használhatja majd a titulust, amely a remények szerint bizonyos védelmet ad majd a megkülönböztetett hazai márkáknak.

Egyébként a minőségi portékával házaló magyar márkák legtöbbször nagyon is ráférne a kormányzati segítség. Amint az a mellékelt táblázatokból is kiderül, a MagyarBrands élbolyában végző márkák tulajdonosai erősen megszenvedték a globális válságot. Nyilvánvalóan lennie kell üzleti összefüggésnek a között, hogy a legkiválóbb márkák tulajdonosai - kevés kivétellel - üzemi szinten nyereséget produkálnak, ám a tüzetesebb vizsgálat arra is fényt derít, hogy válságban még ez sem segít megtartani a növekedést. Az élboly cégeinek többsége tavaly az üzemi szintű profit jelentős mértékű csökkenését szenvedte el.

Hiába a páratlanul jó minőség és a magyar termék mellett kampányoló kormányretorika, tavaly ismét súlyos veszteséggel zárta az évet például a patinás Gyulai Húsipari Zrt. Ruck János vezérigazgatója szerint ugyanis a vásárló - nyilván a pénztárcája diktálta kényszerből - az ár alapján választ. Tavaly, a válság harmadik esztendejében, a 143 éves gyulai és a 140 éves csabai kolbász által fémjelzett élelmiszerszegmensben 20 százalékkal esett vissza a fogyasztás. Hiába csökkentette a cég a gyártókapacitást a bázishoz képest, a drámaian megcsappant kereslet miatt a kihasználtság továbbra sem megfelelő.

Persze a jó minőségnek a gyártó oldalán is ára van: a húskombinát csak a tulajdonosok, a Nagisz és a HAGE által hizlalt sertéseket dolgozza fel a gyulai és a csabai kolbászhoz. Nem is tehetnek mást, hiszen ez a két márka az EU-ban földrajzi oltalom alatt áll: csak Gyula város közigazgatási

határain belül, és kizárólag magyar sertéshúsból szabad gyártani. Ruck János bánatára azonban a kereskedők folyamatos árcsökkenő akciói miatt ennek az előírásnak mind nehezebb megfelelni, az értékes és drága alapanyag már az önköltség 75 százalékát kiteszi, és emellett minden egyéb kiadás is nő. Pedig a gyulai több mint egyszerű kolbász, amit a fogyasztók el is várnak tőle, mégis a gyulait árban, minőségben meg sem közelítő termékhez hasonlítják.

A Gyulai kénytelen ilyen nyomott árszinten belemenni a versenybe nemcsak itthon, hanem a távoli, FÁK országok exportpiacán is, holott az árak nem fedezik a gyártási költségeket. A feltörekvő külpiacokon Ruck János szerint még ilyen áldozatok árán is terjeszkedni kell, mert itthon folyamatosan csökken a fogyasztás és muszáj kitérési pontokat keresni. Van is eredménye az igyekezetnek, hiszen idén annyira „húzott” a FÁÉ piac, hogy az idei első 9 hónapban a cég 30 százalékkal tudta növelni a volument az előző év azonos időszakához képest. A nehézségek ellenére a tulajdonosok - hazai termelői csoportok - továbbra is bíznak a hungarikumnak számító márkáikban, évről évre vállalják a cég veszteségeit, mert hosszabb távon remélhetőleg változnak majd a fogyasztási szokások, és a vásárló újra keresni fogják a gyulait, csabait.

Egyelőre azonban a magyar vásárló csak szóban patrióta, az üzletben már a számok alapján választ. Mire beér a boltba, elveszíti a magyartermék-identitását és nem az eredet, hanem az ár-érték alapján választ - erősíti meg Kozák Ákos, a GfK Hungária Piackutató ügyvezető igazgatója.

Az eredet egy különálló szempont a vásárlási döntésnél, amely 10-15 évvel ezelőtt még nem is volt fontos a számára. Manapság a „hazai” ráadásul egyre hipotetikusabb szemponttá válik, mert sok termékből nincs elég magyar, hiába buzdít ezek vásárlására a kormányzati retorika.

Pedig Kozák Ákos is úgy látja, hogy ha a magyar termékek bőségben jelennének meg a piacon, és a termelők tartósan jó vagy legalábbis kiszámítható minőséget tudnának szállítani, akkor „rá lehetne ülni” a magyar termék boomra, ugyanis patrióta irányban változik a vásárlói tudat, ha ez egyelőre nem is látszik a fogyasztásban. A válság által megcsapolt pénztárcák mellett részben azért sem, mert hiába várják tárt kapukkal a kiskereskedelmi láncok az elvárt minőségben, mennyiségben, ütemezésben és kiszerezésben szállító magyar gyártókat, termelőket, ha azoknak nincs elég árujuk.

A kiskereskedelmi szektor szereplői állítják, a magyar agrárgazdaság az elmúlt években nem volt képes hosszú távon, masszívan jó minőséget, nagy mennyiségben szállítani. A szakember szerint téves állítás, hogy a külföldi láncok nem akarnak több magyar terméket kínálni, hiszen a kisebb szállítási távolság miatt egyszerűbb, akár olcsóbb is lenne nekik, mint az import.

A hungarikumokat népszerűsítő kampányokra időnként árnyékot vetnek a „rossz minőségű” külföldi termékek elleni kormányzati kirohanások. Egyetértünk a piac megtisztításával, a silány, fogyasztókra veszélyes portékák kiszorításával, de nem lenne szerencsés általánosságban, retorikailag vagy éppen jogilag diszkriminálni a külföldit - figyelmeztet Fekete Zoltán márkavédő. Voltak már korábban külföldiáru-ellenes vagy a hazait preferáló kezdeményezések. Az előző kormány agrárminisztere, Gráf József javasolta például, hogy határozzák meg az üzletekben 80-20 százalékból a hazai, illetve a külföldi termékek arányát, mindezt jogszabályba vagy etikai kódexbe foglalva. Ez a tervezett korlátozás - Fekete Zoltán szerint - nem állta volna ki sem a hazai, sem az uniós versenyjogi megmérettetés próbáját. Más kérdés, hogy van olyan hazai lánc, mely önkéntesen tartja a 80 százalékos feletti hazai arányt, és ezt hirdeti is.

Korábban, a Győri Keksz átszervezése kapcsán lakossági kezdeményezésre, az új tulajdonos márkái ellen irányuló termékbojkottot hirdettek, és jelenleg is keringenek az interneten, elsősorban fogyasztói vagy környezetvédő csoportok kezdeményezésére különböző feketelisták. Az pedig, hogy Magyarország Európa szemetese lett a „silány külföldi” élelmiszerek miatt, már több kormányciklus óta állandó szlogen. Fekete Zoltán szerint valóban voltak súlyos élelmiszerbotrányok itthon is, de túlzás lenne minden bajunkat a külhoni cégek nyakába varrni. Hazai cégek is halásznak a zavarosban, sajnos elég széles a skála az áfacsalástól a minőségrontáson át a hamisításig. De tapasztaltunk előrelépést is az élelmiszer-biztonság szabályozásában és végrehajtásában - árnyalja a képet a márkavédő.

Kozák Ákos szakmai érvekkel vitatja, hogy élelmiszer-szemetessé vált volna az ország. A magyarhoz hasonló vagy még koncentráltabb kereskedelem-szerkezetű országokban ugyanis kontinentális, globális a beszerzés, a minőséget legfeljebb az befolyásolja, hogy az élelmiszer-technológiában a tömegtermelésnek minőségi korlátai is vannak.

A hazai márkák erősödésének a vásárlóerő növekedése mellett épp a megbízható minőségű és mennyiségű árualap már említett hiánya szab gátat. Kozák Ákos szerint akár 10-15 évbe is telhet, amíg az agrárpolitika céljának megfelelően, újra kiépül a nemzeti tulajdonú élelmiszeripar.

Az átmenet viszont egyelőre sok jót nem ígér a hazai márkáknak, hiába akadnak olyan sikersztorik is közöttük, mint a Szentkirályié vagy a Szamos Marcipáné. Az üzletláncok polcait uraló saját, kereskedelmi márkák és a gyorsan hízó feketegazdaság árnyékában ugyanis lassan már a nagy nemzetközi brandeknek sem éri meg a magyar piacra termelni. A megszorításokkal pedig a fogyasztás még tovább csökken, a gyártói ború pedig csak fokozódik. Fekete Zoltán, a Magyar Márkaszövetség főtitkára illő iróniával, úgy véli, a 100 milliárd forintos költségvetési lyuk betömésére hivatott, 27 százalékosra növekedő áfa például csupán további 2 százalék extraprofitot a feketézőknek, mert ezzel a tisztességes vállalkozások az eddiginél is nagyobb versenyhátrányba kerülnek.

SZIRMAI S. PÉTER

Közreműködött: Torontáli Zoltán

(A márkák értékelésének módszertanát és a részletes rangsorokat lásd a Figyelőhöz csomagolt kiadványban.)

Rába

A legjobb hazai üzleti márka díja fontos elismerés számunkra, hiszen a kezdeményezés célja, hogy a figyelmet olyan magyar márkákra irányítsa, amelyek méltó módon képviselik hazánkat a nemzetközi piacon - mondta el lapunknak Pintér István, a Rába Nyrt. elnök-vezérigazgatója. A Rába a hazai járműgyártás kezdeteitől az iparág meghatározó szereplője, megalakulása óta magyar döntési központtal és szellemi bázissal teremt nemzetközi szinten elismert új értékeket. Ez az év újabb sikereket hozott számunkra - jelentette ki Pintér István -, hiszen tovább erősítettük stratégiai partnerkapcsolatainkat az európai haszongépjármű-piacon, a személygépjármű-piacon és a buszpiacra egyaránt, a Rába Fejlesztési Intézet létrehozásával pedig új lendületet adtunk a kutatás-fejlesztési munkának. Idén, egy erős negyedik negyedévvél várhatóan tovább növeljük árbevételünket - mondta el az elnök-vezérigazgató, majd hozzátette: különösen nagy megtiszteltetés számunkra, hogy a tavalyi siker után ismét a dobogóra állhatunk.

Gyulai, csabai kolbász

Lassan 6 éve, hogy az elsődleges húsfeldolgozással felhagyva kizárólag a legnagyobb értékére, a gyulai és csabai márkára alapozva átszervezte a céget a Gyulai Húskombinát Zrt. vezetése. Az üzleti számokban is nyomot hagyó ellentmondás, hogy az eredetvédelem miatt ezeket a kolbászokat csak szigorú szabályok szerint állíthatják elő, de a kereskedelmi láncok polcain dúló árversenyben a vásárlók a minőségben kevésbé igényes konkurens termékekhez hasonlítják az árát. Ruck János vezérigazgató ezért is várja nagyon a fogalmakat tisztázó hungarikum törvény megszületését, és szükségesnek tartja a hungarikumokat előállítók célirányos támogatását is - éppen a szigorúbb feltételek és a költségesebb előállítás miatt. Egyebek mellett a technológia, a csomagolás fejlesztésében vár segítséget. Nagy feladat lesz a társaság számára a márkák népszerűsítése, mert jelenleg a vásárlók kevés kivétellel még azt sem tudják, hogy a gyulai és a csabai kolbász bekerült a 800 földrajzilag védett uniós termék közé.

Pick, Herz

A válságban a márkatermékeknek még nagyobb jelentősége lehet - állítja Kovács László, a Pick Szeged Zrt. vezérigazgatója. Úgy véli, a fogyasztók által jól ismert, megbízható minőséget jelző brand-ek könnyebben helytállóak a mindinkább éleződő versenyben. A belföldi piacon csökken ugyan a kereslet, de a Pick az idén is tud növekedni - újságolja Kovács László. A növekedés nemcsak a szalámikra, nemes penészes szárazárura vonatkozik, hanem a márkanévet viselő egész termékkörre a felvágottaktól a hentesáruig. A Pick külföldön is tartja a pozícióját, mint elfogadott presztizs-márka, az elmúlt 2 évben folyamatosan tudta bővíteni az értékesített mennyiséget.

A Pick Szeged újra bevezette a piacra a másik, 130 éves hungarikumát, a Herzet is, amelynek szereplésében bizony törést okozott, hogy a márka egy időre eltűnt az üzletek polcairól. „A Herz felerősítését megkezdtük, már csak pénz, türelem, marketing és termékfejlesztés kérdése, mikor éri el újra a régi dicsőségét - ígéri a vezérigazgató. A társaságnál egyébként külön márka-igazgatóság működik, ahol folyamatosan figyelemmel kísérik a márkák fejlődését, piaci részesedését, és havonta értékelik a belföldi piacon elfoglalt pozícióikat.

Richter, Kalmopyrin

A vállalati reputáció az elmúlt évek bizalmi válsága miatt ma már egyértelműen egy versenyképességet erősen meghatározó paraméterre nőtte ki magát - mondja Bogsch Erik, a Richter Gedeon Nyrt. vezérigazgatója. A társaság cégneve a MagyarBrands lista üzleti szegmensében a nagyon előkelő harmadik helyen végzett, és a már-már ikonikus Kalmopyrinnal még a fogyasztói márkák listájának élbolyába is bejutott, ami az élelmiszeripar elsöprő túlsúlyát nézve szép eredmény. Úgy gondoljuk, hogy egy piacon hosszú távon, felelősen gondolkozó cég számára a vállalati reputáció egyértelmű versenyelőnyt jelent, mivel a fogyasztói bizalom megeremését támogatja - értékeli a vezérigazgató. Annak ellenére, hogy a válság közepette a magyar hatósági szabályozás sem kedvez a Richter működésének, a cég - elsősorban exportjának köszönhetően - mégis növekszik.

(Figyelő, 2011. október 6-12., 26-30. oldal)

Tulajdoni viszonyok

A tavasszal bejelentett, azóta már a versenyhivatal által is jóváhagyott tőkeemelés során mintegy fele arányban tulajdonosi jogokat szerzett a Waberer's Holding Zrt.-ben a Magyarországon addig az Invitel tulajdonosaként ismert Mid Europa Partners magántőke-befektetési csoport. A megállapodás szerint Wáberer György 2012 márciusáig növelheti részesedését ugyanerre a szintre. (A fennmaradó kis rész a dolgozóké.) A vezérigazgató lapunknak azt mondta, hogy tőkeemelése folyamatban van, és márciusig le is zárul.

(Figyelő, 2011. október 6-12., 43. oldal)

Továbbra is könnyen juthatnak alkoholhoz és cigihez a fiatalok

Továbbra is gondot okoz, hogy a fiatalkorúakat kiszolgálják alkohollal és dohánytermékekkel a szórakozóhelyeken - tárták fel a fogyasztóvédelem nyári ellenőrzései, amelyek megállapításairól Matolcsy György nemzetgazdasági miniszter tájékoztatta az írásbeli kérdéssel hozzá fordult szocialista Simon Gábort.

A parlamenti honlapon elérhető tárcavezetői válaszból kiderül, hogy a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság és a megyei, illetve a fővárosi kormányhivatalok szakigazgatási szerveiként működő fogyasztóvédelmi felügyelőségek a nyári időszakban számos vizsgálatot folytattak le.

Az egyik az idegenforgalmilag frekvenciált helyeken működő vendéglátóegységek és a személytaxi-szolgáltatás ellenőrzése volt, különös tekintettel a rendezvényekre és az éjszakai szórakozóhelyekre. Ennek keretein belül országosan 1676 ellenőrzés történt, ebből 1565 esetben vendéglátó-ipari egységek, míg 111-ben személytaxi-szolgáltatók ellenőrzését végezték el a felügyelőségek; a vendéglátóhelyek vizsgálata 1281 üzletre és 284 kitelepült egységre terjedt ki.

Szabálytalanságok

A vendéglátóegységek vizsgálatán belül 33 alkalommal háromszáz fő feletti befogadóképességű zenés-táncos rendezvényeket is ellenőriztek - tájékoztat Matolcsy György, hozzátéve: a vizsgálat alatt a felügyelőségek összesen 596 esetben tártak fel szabálytalanságot, ami 36 százalékos kifogásolási arányt jelent. A fiatalokúak alkohollal és dohánytermékkel történő kiszolgálása az ellenőrzések során továbbra is problémát jelentett, a dohánytermékkel történt tiltott kiszolgálás 49 százalékos kifogásolási aránya a jövőben is indokolttá teszi a fiatalokúak kiszolgálásának évente visszatérő, a közreműködésükkel lebonyolított ellenőrzését - rögzíti a miniszter.

Nyáron a fővárosi és megyei felügyelőségek munkatársai összesen 250 helyszínen 721 mutatványos berendezést ellenőriztek, ezek közül 151 (21 százalék) nem felelt meg az üzemeltetésre vonatkozó jogszabályi előírásoknak. Ez az arány nagyságrendileg azonos a 2010-es adattal, akkor az ellenőrzött eszközök 20 százaléka nem felelt meg az üzemeltetés jogszabályi előírásainak. Veszélyes játékok

A felfújható vízi játékok laboratóriumi vizsgálattal egybekötött piacfelügyeleti ellenőrzését is a nyári időszakban végezte el a hatóság. Összesen 476 féle, 2646 darab felfújható vízi játékot ellenőriztek a felügyelők, és 103 féle esetben, 694 darabnál (26 százalék) állapítottak meg valamilyen hiányosságot. Az ellenőrzés során tízféle, biztonságossági szempontból gyanúsnak vélt vízi játékból vettek mintát, s egyik sem felelt meg az alapvető forgalmazási követelményeknek. Utóbbiak közül 4 játék esetén megállapították, hogy az súlyos veszélyt jelent a gyermekek számára - ismerteti Matolcsy György, jelezve, hogy ezeket kivonták a forgalomból.

http://www.hirtv.hu/belfold/?article_hid=401365

(hirtv.hu, 2011. október 5., szerda)

Savanyú a szőlőlé: rosszabb minőséget adnak el nekünk a multik?

Néhány hónapja nagy port kavart az európai sajtóban egy szlovák fogyasztóvédelmi szervezet állítása, miszerint több multinacionális cég ismert termékei jóval gyengébb minőségben kerülnek a polcokra Kelet-Európában, mint például Franciaországban vagy Nagy-Britanniában. Akkor több nagy gyártó is cáfolta a kutatás eredményeit, most viszont úgy tűnik, az ügy Magyarországon folytatódik.

Tavasszal robbant a bomba

Április közepén látott napvilágot az a hír, mely szerint a Szlovák Fogyasztók Szövetsége nevű szervezet vizsgálata arra a következtetésre jutott, hogy az EU nyugati tagállamaihoz képest gyengébb minőségű, olcsóbb alapanyagokból készült termékeket forgalmaznak a legnagyobb világcégek a keleti országokban.

A fogyasztóvédők ugyanazokat a márkás termékeket vizsgálták nyolc országban: Ausztriában, Németországban, Csehországban, Szlovákiában, Bulgáriában, Romániában és Magyarországon. Olyan ismert termékeket hasonlítottak össze, mint a Coca-Cola, a Milka csokoládé, a Kotányi feketebors és paprika, a Nescafé Gold instant kávé, a Jacobs Krönung és a Tchibo Espresso kávék. A termékeket a szlovák Országos Állategészségügyi és Élelmiszerbiztonsági Intézet vizsgálta be.

A fogyasztóvédő szervezet állítása szerint a vizsgált termékek közül egyedül a Milka csokoládé mutatott azonos minőséget az összes országban; a legnagyobb minőségbeli különbséget a Kotányi borsnál tapasztalták. A fűszernél ez azért is érdekes, mert a cég minden termékét ugyanabban a gyárban készíti. A konkrét különbséget az jelentette, hogy annak a borsnak, amit Magyarországon, Szlovákiában vagy Ausztriában vásároltak, magasabb volt a nedvességtartalma az előírtnál, Bulgáriában pedig túl sok sérült, töredezett mag volt a tasakban. Jelentős különbségeket mutattak ki

a paprikaporoknál is: Ausztriában sokkal jobb minőségű termék került a polcokra, mint például Bulgáriában.

Más az alapanyag - állítják a cégek

A hírbe hozott cégek közül a Kotányi úgy reagált, minőségbiztosítási rendszerük nem engedi meg, hogy különbséget tegyenek egyes országok között. Az eltérés az egyes alapanyagok különböző származási helyéből, a szállítás és a csomagolás eltérő idejéből következhet.

A fogyasztóvédők a másik szignifikáns különbséget a Coca-Colánál találták: vizsgálatuk szerint az üdítőital Magyarországon, Szlovákiában, Bulgáriában és Romániában izoglükózt, azaz kukoricából készített édesítőszeret tartalmaz, míg például Németországban és Ausztriában a klasszikus szacharózt (amit cukorrépból, cukornádból nyernek) tesznek az üdítőkbe.

Az Coca-Cola képviselője az EurActiv uniós hírportálnak elmondta, hogy az izoglükózt például az Egyesült Államokban is használják, az eltérés pedig a gyártástechnológiai folyamatok különbözőségéből következik.

A Szlovák Fogyasztók Szövetsége a vásárlók alaposabb tájékoztatását követeli, valamint azt, hogy ha a gyártók garantálják egy termék minőségét, akkor az minden országban jelentse ugyanazt a színvonalat.

Magyarország is beszáll

Budapest Főváros Kormányhivatala szerint gyakran gyengébb minőségű, vagy rosszabb élvezeti értékű termékeket forgalmaznak a multinacionális cégek Magyarországon, mint Nyugat-Európában. Néhány vizsgált termék, köztük bébiételek és pelenkák esetében jelentős minőségromlást is tapasztaltak.

Pesti Imre kormány megbízott a napokban ismertette a Fogyasztóvédelmi Felügyelőség által nemrég végzett termék-összehasonlító vizsgálat eredményeit a konkrét cégek, illetve termékek nevének említése nélkül. A vizsgálatot a szlovák szervezet megállapításaira alapozva indították.

A hatóság "korrekt vizsgálattal" akarta tisztázni, hogy a Magyarországra kerülő, illetve az itthoni, multicégek tulajdonában lévő gyárak ugyanolyan minőségű termékeket állítanak-e elő Magyarországon, mint Nyugat-Európában. Ízleltek, szagoltak Pesti Imre tájékoztatása szerint a vizsgálatok során kiderült, hogy a Magyarországon forgalmazott bébiételek cukortartalma a megadottól az esetek döntő többségében eltér; egy kivételével lényegesen alacsonyabb volt a jelzettnél. Hozzátette: az "??érzékszervi" értékelés során is rosszabb minőségűnek találták az itthon kapható termékeket.

A gyümölcslevek és nektárok vizsgálatakor azt tapasztalták, hogy az itthon gyártottak általában savanykásabbak, keserűbb ízűek, mint a külföldiek. Jelentős eltérést találtak az öblítőszeres esetében is; míg a külföldön gyártottak illata kifejezetten kellemes, addig a hazai, töményebb kiszerezésű termék kissé kellemetlen minősítést kapott.

A legnagyobb hiányosságokat a gyermekpelenkáknál találták; a külföldi piacról származó termékek nedvszívó-képessége 20 százalékkal jobb volt, mint az itthon gyártottaké.

Roszsabb és drágább is

Az árakat vizsgálva az derült ki, hogy néhány - rosszabb minőségű - árucikk Magyarországon többet kerül, mint külföldön. Ezen termékek közé tartozik például a vizsgált bébiétel is. A kormány megbízott szerint az elvégzett vizsgálatok azt mutatták, hogy a szlovák fogyasztóvédelem gyanúja - miszerint van különbség a Kelet- és Nyugat-Európának gyártott termékek között - megalapozottnak bizonyult.

Néhány termék - köztük a bébiétel és a pelenka - esetében "??kifejezetten" jelentős minőségromlást mértek, továbbá azt is tapasztalták, hogy a gyengébb minőség ellenére lényegesen drágábban kaphatók azok a termékek, amelyeket a multicégek Magyarországon gyártanak, vagy amelyeket Magyarországra szánnak.

<http://www.maipiac.hu/index.php/ellatasi-lanc/8869-savanyu-a-szolole>

(maipiac.hu, 2011. október 5., szerda)

Tíz irodából kilenc átveri ügyfeleit

Aki szlovákiai utazási irodánál fizet be nyaralást, az nagy eséllyel számíthat rá, hogy valamiben átverik. Erre mutatott rá a Szlovák Fogyasztóvédelmi Felügyelet (SOI) legutóbbi ellenőrzése – írja az Új Szó című pozsonyi napilap szerdán.

Mint kiderült, átlagosan tíz irodából kilenc átveti ügyfeleit. Ezen a téren az utazási irodák még a nem banki jellegű hitelintézeteknél is rosszabbul teljesítettek. Az újság szerint kétéves szünet után látott neki idén ismét a fogyasztóvédelmi felügyelet az ország legnagyobb utazási irodái ellenőrzésének. A nyári szezon alatt 53 irodát vizsgáltak meg, konkrétan az ügyfelekkel való kommunikációt, valamint az utazásról szóló szerződés feltételeit is.

Juraj Miskov gazdasági miniszter a vizsgálat kapcsán kijelentette: úgy tűnik, a tisztességes gazdasági verseny a turizmus e területén ismeretlen fogalomnak számít. Nadezda Machútová, az SOI elnöke botrányosnak nevezte a felmérés eredményeit. "??Kétségbeejtő, amit tapasztaltunk. A 2009-es ellenőrzés során kiderült, hogy az utazási irodák által kidolgozott szerződések 88 százaléka sérti a vonatkozó törvényeket. Az ismételt ellenőrzés során, 2011-ben pedig kiderült, hogy az irodák 95 százaléka törvényt sért. Nyugodtan kijelenthetem, hogy ezzel rosszabbul teljesítettek, mint a nem banki jellegű hitelintézetek, melyeknél a szerződések 80 százaléka volt inkorrekt" – mondta Machútová.

<http://www.mno.hu/portal/814152>

(Mno.hu, 2011. október 5., szerda)

Kétmillió bírtetés a Taxi Plusnak

Kétmillió forintra büntette a Taxi Plus Szolgáltató Kft.-t a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a társaság által alkalmazott tisztességtelen reklám miatt. A cég taxiszolgáltatását Budapest legolcsóbb telefonos díjszabású szolgáltatásaként hirdette, márpedig ennek igazságtartalmát az eljárás során nem tudta teljeskörűen alátámasztani.

A GVH jogsértőnek találta továbbá, hogy a taxiscég a gépjárműre ragasztható fényvisszaverő matricáin elrejtette a kilométerenkénti 150 forint viteldíj alkalmazásának feltételeit: a reklámhordozót úgy alakították ki, hogy a fogyasztó számára csak a viteldíj mértéke volt érzékelhető, a tarifák alkalmazásának feltételeit (telefonos rendelés, törzsutaskártya használata) megjelenítő kiegészítő tájékoztatás jelentősen eltérő kialakítása miatt viszont nem volt látható. A GVH azt is megállapította, hogy a Taxi Plus kereskedelmi kommunikációiban valótlan üzenetet közvetített: a 150 forintos viteldíj csak törzsutaskártyával rendelkezőknek volt elérhető, míg a reklámok üzenete az volt, hogy a szolgáltatást telefonon megrendelők "akár" 150 forintos kilométerenkénti tarifával is utazhatnak. A GVH gyakorlata szerint az "akár" kitétel használata abban az esetben jogszerű, ha az e szóval megjelenített ajánlat nem csak a fogyasztók szűk körében érvényesül, mely feltétel fennálltát a vállalkozás az eljárás során nem tudta igazolni. A GVH a fenti jogsértések elkövetéséért 2 millió forint bírság megfizetésére kötelezte a vállalkozást és megtiltotta a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

(Napi Gazdaság, 2011. október 7., péntek, 24. oldal)

Figyeljünk a szavatossági időre a patikában is!

Ha óvatlanok vagyunk, a gyógyszerek pusztá látványától is felmehet a vérnyomásunk — figyelmeztetnek a fogyasztóvédők. Egyre többen tapasztalják, hogy a kiváltott patikaszernek napokon belül lejár a felhasználhatósági ideje.

Nem csak az élelmiszerek, hanem a gyógyszerek vásárlásakor is figyeljünk a lejáratú időre figyelmeztet honlapján a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság. Azért tartották indokoltnak a felhívást, mert az utóbbi időben országosan több olyan bejelentést kaptak, hogy a gyógyszerárban kiváltott patikaszer felhasználhatósági ideje a kiváltás napjától számítva pár napon belül lejárt, így annak rendeltetésszerű felhasználása szinte lehetetlen volt.

Hozzátették, bár a különböző gyógyszerek a feltüntetett lejáratú időn belül jogszerűen forgalmazhatók, azonban, ha túl közeli a felhasználhatóság vége, akkor mindenképp mérlegeljük, ezen időn belül fel tudjuk-e használni. Ellenkező esetben értelmét vesztheti a vásárlás, hiszen a készítmények többségét az emberek hosszabb időszak alatt fogyasztják el.

Békésben a közelmúltban csupán egy esetről szereztünk tudomást, amikor hasonló esettel keresték meg a fogyasztóvédőket. A hatos kiszerezésű injekcióból a lejáratú idő végéig csupán két vakcinát tudott volna beadni az orvos. Miután erre az orvos felhívta a figyelmét, a beteg az érintett patikában reklamált, a panaszát azonban elutasították.

Nagyon sokszor kapunk közeli lejáratú gyógyszert, nem egyszer a szert azonos módon visszaküldjük a nagykereskedőnek reagált a hírre dr. Melczer Mária Ágnes. A Magyar Gyógyszerész Kamara Békés megyei elnöke elmondta, arra is figyelemmel kell lenniük, hogy az orvosság lejáratú ideje legalább a kúra időtartamára kitarson. A másik fontos teendő a készlet figyelése, amelyet a számítógépes nyilvántartás nagyban megkönnyít.

Időről időre tanácsos kelistázni az 2 hónapon belül lejáratú készítményeket, ezeket kiemelni, s akár akció keretében értékesíteni.

A kamarai vezető nem hallott még arról, hogy emiatt tett volna panaszt beteg, ám tanácsolja, ha valaki mégis ilyet tapasztal, akkor a blokkal vigye vissza a szert a vásárlás helyére. A patikusok bizonyára orvosolják a kellemetlenséget, és kicserélik a készítményt.

Dr. Melczer Mária Ágnes kérdésünkre elmondta, a betegeknek nem szokása, hogy a kiadó ablaknál a doboz lejáratú idejét böngésszék, s igazából nincs is okuk erre.

Ezzel Ivanics Katalin, a fogyasztóvédelmi egyesület megyei elnöke is egyetért. Mint mondta, a gyógyszer bizalmi termék, a betegek méltán bízzák rá magukat a gyógyszerészekre. Mindemellát a tudatos fogyasztói magatartás azt diktálja, hogy a lejáratú időnek — bármit vásároljanak szenteljének figyelmet az emberek. Mindezt jó tanáccsal is megtoldotta: bár a gyógyszerárak mindenféle kedvezményekkel bombáznak, ez mégiscsak az alaptervékenységen túl mutat, a hűség viszont többszörösen megtérül. Ne csábuljunk el ide-oda, hanem tartsunk ki megszokott patikánk mellett. A tapasztalata szerint a kölcsönös bizalmon alapuló szolgáltatások így sokkal jobban működnek és a kifogást is könnyebb intézni.

<http://www.beol.hu/cikk/404423>

(beol.hu, 2011. október 6., csütörtök)