

Fogyasztóvédő Alapítvány Heti sajtószemle 2019. 46. hét

Ezekre figyeljen, ha kiadja a lakását

CSONGRÁD MEGYE. Sorozatunkban ezúttal a lakáskiadással kapcsolatban vártuk olvasóink kérdéseit. A fogyasztóvédelmi szakértők válaszából kiderült, a sima szerződésnél erősebb és gyorsabban végrehajtható a közjegyző előtt kötött. Ugyan a teljes "bizonyító erejű magánokiratban" foglaltakat is valósnak fogadja el a bíróság, hatóság, jogilag biztosabb megoldás a közjegyző előtt kötött. Utóbbival a bérletidíj-hátralék rövid idő alatt behajtható, a lakás pedig akár 3 hónapon belül is kiüríthető. Kiderült, a mosógéppel együtt kiadott lakásban működnie kell a szerkezetnek, de ha a bérlő kárt okoz, akkor azt meg kell térítenie.

Ezekre figyeljen oda, ha bérbe adja lakását

ÍRÁSBELI FOKOZATOK: BIZONYÍTÓ EREJŰ MAGÁNOKIRATTÓL A KÖZJEGYZŐI SZERZŐDÉSIG

Sorozatunkban a lakáskiadással kapcsolatban vártuk olvasóink kérdéseit. A fogyasztóvédelmi szakértők válaszából kiderült, a "sima" szerződésnél erősebb és gyorsabban végrehajtható a közjegyző előtt kötött.

CSONGRÁD MEGYE

- Először döntöttem úgy, hogy kiadom a lakásomat, készítettem egy szerződést, de nem tudom, ez elegendő-e.

- A lakásbérleti szerződést a törvény alapján írásba kell foglalni. Alapvetően "két tanú" vagy ügyvédi ellenjegyzés nem szükséges, de megkönnyíti a bizonyítást egy későbbi jogvitában. Ettől ugyanis teljes bizonyító erejű magánokirat lesz a szerződés, vagyis az abban foglaltakat valósnak fogadja el a bíróság, hatóság. A jogilag legbiztosabb megoldás a közjegyzői okiratba foglalás. Utóbbinak két nagy előnye van: a meg nem fizetett bérleti díj nagyon rövid idő alatt behajtható, a lakás pedig akár 3 hónapon belül is kiüríthető - ez összehasonlíthatatlanul rövidebb a peres eljárásnál, amely egy évig is le húzódnak. Az ebben leírt végrehajtási záradéknak köszönhetően a felmondás közvetlen és nagyon gyors, ám fontos, hogy mind a felszólítást, mind a felmondást közjegyző előtt kell intézni.

- Néhány hónapja kiadom a bútorozott lakásomat, és nemrég a bérlő jelezte, hogy a mosógép elromlott. Kicseréltem, mert javíthatatlan volt. a Tényleg az én kötelességet ezt megtenni?

- Ha az ingatlant bútorozottan, a gépekkel együtt adták ki, és valamelyik a rendeltetésszerű használat közben elromlott, a tulajdonos köteles azt megjavíttatni vagy pótolni. Ilyen esetben bizonyul hasznosnak a szerződésben leírt lista a bútorokról, gépekről és azok állapotáról. Javasolt, hogy már ebben határozzák meg, hogy a meghibásodott készülékek javítása, cseréje miként történik. Ám amennyiben a bérlő vagy a vele együtt lakók kárt okoznak akár a lakásban, akár a berendezésben, akkor követelhető a keletkezett hiba kijavítása vagy a kár pénzbeni megtérítése.

JÁRT MÁR PÓRUL TERMÉKBEMUTATÓVAL?

A törvény jelentős szigorítása után egyre kevesebb a rászedős termékbemutató, de még mindig előfordul, hogy vásárlással egybekötött rendezvényeken a szervező cégek előnytelen

(hitel)szerződést is kötöttek a zömmel idősebb emberekkel. Kifejezetten egészségmegőrző céllal hirdetik újabban a bemutatókat, ezek az emberek nem szakértők, gyakran fenyegetéssel veszik rá az embereket a vásárlásra. Jelenleg is számos eljárás van folyamatban hasonló esetek miatt. Járt már pórul Ön vagy ismerőse, családtagja? Ossa meg velünk panaszát, mi pedig megkérdezzük fogyasztóvédelmi szakértőinket. Sorozatunk partnere a Gazdasági Versenyügyi Tanácsadó Iroda - leveleiket a panaszfal@delmagyar.hu címre várjuk.

Lakáskiadásnál is igaz, a szó elszáll, az írás megmarad.

K. A.

[Eredeti](#)

(Délvilág, 2019. november 11., hétfő, 1+2. oldal)

Akadozva érkezhetsz a külföldi rendelés

Első és legfontosabb, hogy a fogyasztók tisztában legyenek azzal, kitől vásárolnak. Hangzatos webáruháznev mögött mindig kell lennie konkrét cégnek, pontos székhelycímmel, telefonszámmal, adószámmal - figyelmeztet a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége a boltokban egyre látványosabb karácsonyi készülődés miatt. Leszögezik: ha a fogyasztók nem találnak ilyet, akkor arról a weboldaltól inkább ne vásároljanak, mert könnyen átverhetik őket.

Azt is érdemes megfontolni, hogy akarunk-e külföldről vásárolni, sok magyar nyelvű weboldalt ugyanis külföldi székhelyű cégek üzemeltetnek. A megrendelt termék szállítási ideje azonban ebben az esetben sokkal hosszabb is lehet. Időnként az is előfordul, hogy egyáltalán nincs szállítási határidő feltüntetve, és csak a sokadik reklamációra történik meg a termék postára adása. Külföldről történő rendelés esetén az is nehézséget okozhat, hogy amennyiben mégsem tetszik a rendelt áru, túlzott költségekkel jár a termék visszaküldése.

A kötelező jótálláshoz hasznos tanács, hogy ha hibás a termék, akkor teljesen mindegy, hogy üzletben történt-e a vásárlás vagy interneten keresztül, a vásárlókat ugyanazok a szavatossági jogok illetik meg. Kötelező jótállás alá alapvetően a tízezer forint eladási ár feletti műszaki cikkek, háztartási gépek, televíziók, bútorok, okostelefonok tartoznak. Ezt az összeghatárt érdemes a fogyasztóknak szem előtt tartaniuk, illetve mérlegelniük egy-egy kihagyhatatlannak vélt, 9999 forintos akció láttán is, hiszen ebben az esetben nem lesz kötelező jótállás a termékre, csak szavatosság.

Thurzó

[Eredeti](#)

(Magyar Nemzet, 2019. november 11., hétfő, 16. oldal)

Az MNB vizsgálja az egyik szlovákiai biztosító befektetési életbiztosítását

Kontra György (műsorvezető): - A Magyar Nemzeti Bank vizsgálja az egyik szlovákiai biztosító befektetési életbiztosítását. Sőt, fel is függesztették a magyarországi forgalmazást. A jegybank vizsgálatának eddigi adatai szerint a biztosító nem a jogszabályban előírt számítási módszertannak megfelelően határozta meg a teljes költségmutató értékét. Jönnek a részletek. Titanilla!

Tari Judit Titanilla (riporter): - Binder István, a Magyar Nemzeti Bank felügyeleti szóvivője most a vendégünk. Jó reggelt!

Binder István (felügyeleti szóvivő, Magyar Nemzeti Bank, MNB): - Jó reggelt kívánok!

Tari Judit Titanilla: - Amit a felvezetőben hallottunk, ez azt jelenti, hogy az ügyfelek nem tudták, hogy ilyen drága ez az életbiztosítás, tehát ilyen sok az ő költségük?

Binder István: - Alapvető információk hiányoztak az ügyfeleknek. Nyilvánvalóan, hogyha más költségekkel kell számolni. Tehát a biztosító az ügyféltájékoztatásban alacsonyabb költségekről beszél, mint a valóság, és netán mondjuk ideálisan magas elérhető kifizetésekről beszél, ahhoz képest, mint ami a valóság, akkor az ügyfél úgy hoz döntést, úgy választja ezt a biztosítást egy másik rovására mondjuk, hogy alapvető információi hiányoznak. A NOVIS-sal kapcsolatban sajnos a történet korábban kezdődött, mert már tavaly júliusban felfüggesztettük öt termékének a forgalmazását. Ott meg az volt a probléma, hogy az ügyfelek számára a terméktájékoztatásban, hirdetményekben nem közölték pontosan, egyértelműen, hogy van-e azokra a befektetési életbiztosításokra tőke- vagy hozamgarancia. Hát, azért szerintem ez is egy alapvető információ egy biztosításról, és ennek sajnos nem is lett vége, tehát a mai napig nem lehet ezt pontosan tudni, ezért idén júliusban a biztosító öt ilyen termékét megtiltottuk. Egészen addig nem fogalmazhatja a biztosító, amíg ezt nem tisztázzák. Tehát ez már a hatodik termék, amivel szemben itt eljárunk. Ráadásul a biztosítónak volt egy magyarországi ügynöke is, egy többes ügynöke, a QUANTIS Consulting, ott pedig voltak tulajdonosi átfedések a közvetítő és a biztosító között, márpedig ez a közvetítő több egymással versengő termékeket is árult, és ezért az ügyfélnek esetleg azt a terméket kínálták inkább, a NOVIS termékét úgy, hogy közben ő elvileg azt hitte, hogy több termékből választ. Szóval nagyon hosszú ez a történet, nagyon bonyolult, de mi nem fogunk elfáradni abban, a Magyar Nemzeti Bank, hogy helyre tegyünk az ügyfelek számára ezt a történetet, és csak olyan termék legyen a magyar piacon, amiről egyértelmű és pontos tájékoztatást kap az ügyfél.

Tari Judit Titanilla: - Azt is olvastam, hogy például kriptó pénzekbe fektették az ügyfelek pénzét, ami ugye szintén egy nagyon bonyolult dolog. Szerintem egy átlagember számára abszolút átláthatatlan egy ilyen struktúra.

Binder István: - Abszolút így van. Rendkívüli kockázatról beszélünk a kriptó valutáknál. Egyszerűbben fogalmazva, szerencsejátékról egy kicsit, márpedig itt az ügyfélnek egy befektetési életbiztosításnál övé a befektetési kockázat, övé a befektetés felelőssége. A hagyományos életbiztosításoknál ott van egy garantált kamat, amit az ügyfél számára fizet a biztosító. Lehet, hogy ez nem olyan magas, de az egy garantált kamat, itt pedig a befektetési életbiztosításoknál, úgynevezett unit-linked életbiztosításoknál az ügyfél hozza meg a döntést, tehát övé a befektetés kockázata. Most ugye ezt egy kriptovalutás, mögöttes eszközalap esetén hozza meg, ezért elképzelhetjük, hogy mekkora kockázatot vállal az ügyfél.

Tari Judit Titanilla: - Amikor a jegybank betilt egy ilyen terméket, akkor mi történik az ügyfelekkel, tehát mi van azokkal, akik már megkötöttek egy ilyen biztosítást, és tulajdonképpen a jegybanki vizsgálat során szembesülnek azzal, hogy mibe is tették a pénzüket.

Binder István: - Azt mindenképpen el kell mondani, hogy minden szerződéses kötelezettség, amit a szerződés megkötésekor vállalt a biztosító, az érvényben van és azt

teljesítenie kell a biztosítónak. Ezek után az ügyfél persze hozhat olyan döntést, ami alapján azt mondja, hogy ő nem kíván együttműködni a biztosítóval és esetlegesen megszünteti a terméket. Neki ezt mérlegelnie kell a kockázatok, akár a Magyar Nemzeti Bank tájékoztatója alapján, hogy vállalja ezt, de a biztosító számára nem lehet hivatkozási alap, hogy a termék forgalmazását betiltottuk, a korábbi szerződéseket be kell tartania.

Tari Judit Titanilla: - Most, ami a hatodik termék, amit most vizsgáltak, most következik egy ilyen úgynevezett cél vizsgálat. Itt mit néznek meg, és ennek mi lehet a végkimenetele?

Binder István: - Ez most egy ideiglenes felfüggesztés. Ha a célvizsgálat igazolja ezt a gyanút, hogy itt valóban a teljes költségmutatóra, ami egy alapvető információ, vagy az elérhető biztosítói kifizetésekre, hozamokra vonatkozóan nem volt egyértelmű az ügyféltájékoztató, akkor akár amíg ezt a biztosító nem tisztázza, nem ad egyértelmű ügyféltájékoztatókat, betilthatjuk teljesen a terméket. A korábbi öt terméknél ezt tettük meg. Azért van erre jogosítványunk, mert bár a biztosító egy szlovákiai székhelyű biztosító, Magyarországon úgynevezett határon átnyúló szolgáltatást nyújt, de fogyasztóvédelmi jogosítványai a magyar hatóságnak, a magyar felügyeletnek is vannak. A fogyasztóvédelem, az úgynevezett közjó érdekében ezért hozhatunk fogyasztóvédelmi intézkedéseket, akár be is tilthatunk egy terméket. Felfüggesztés, betiltás, tehát ott van az eszköztárunkban.

Tari Judit Titanilla: - Mit tanácsol annak, aki mondjuk most készül valamilyen életbiztosítást kötni, vagy mondjuk nyugdíjbiztosítást kötni? Mire figyeljen oda, hogy esetleg elkerülje az ilyen típusú konstrukciókat?

Binder István: - Azonosítsa a biztosítót egyértelműen, és azonosítsa a termékeket egyértelműen. A biztosítót úgy tudjuk azonosítani, hogy a hirdetményben, ügyféltájékoztatókban föl kell hívni a figyelmet, hogy ugye egy magyarországi székhellyel rendelkező, tehát minden szempontból itthon felügyelt biztosító-e, vagy határon átnyúló szolgáltató. Határon átnyúló szolgáltatónál, fióktelepnél a Magyar Nemzeti Bank csak a fogyasztóvédelmi védelmet látja el. Azt, hogy mennyi a tőkéje, üzletileg mennyire megbízható, azt mondjuk egy szlovák biztosításfelügyelet, vagy az ottani ország ellenőrzi. A terméknél is ugyanez a cél. Nézzük meg, hogy mit árul ez a biztosító. Az egy hagyományos életbiztosítás garanciarendszerrel, egyebekkel, vagy az ügyfélre a befektetési kockázat a döntésnél.

Tari Judit Titanilla: - Binder Istvánnak nagyon köszönjük.

Tari Judit Titanilla: - Én is köszönöm.

[Eredeti](#)

(MTV, 2019. november 11., hétfő, 09 óra)

Jövedelmező üzlet a megtévesztés

Szinte végtelen azoknak a csodaszereknek a száma, melyeket egyre körmönfontabb módon igyekeznek eladni az elkeseredett és gyógyulásra vágyó betegeknek, írja a Népszava.

"A ReCardio nevű készítmény a világ 10 legjobb kardiológiai központ egyikeként számon tartott SE Városmajori Szív- és Érgyógyászati Klinika, Kardiológiai Tanszéke által került kifejlesztésre" - harsogta egy online felületen már nem elérhető (de tárolt változatban most is megtekinthető) álinterjú, amelyről az említett termék gyártói azt állították: dr. Préda Istvánnal, a Budapesti Orvostudományi Egyetem kardiológiai osztályának vezetőjével

készült. A napokban a Semmelweis Egyetem hozta nyilvánosságra, hogy az intézmény nevével visszaélve reklámoztak egy olyan szert, amely garantálja a szív-érrendszeri betegségek "teljes mértékű gyógyulását". Az írásnak már a stílusa is beszédes lehet, hiszen nem gyakran találkozunk olyan interjúval, amelyben az újságírói kérdés úgy indul, hogy "Tudósító:...". Valójában nem létezik Budapesti Orvostudományi Egyetem nevű intézmény, és az említett professzort soha senki nem kérdezte az adott témában. A Semmelweis Egyetem a hamisított cikk miatt megtette a szükséges jogi lépéseket. Az eset sajnos nem egyedi, Magyarországon a legtöbben a daganat mellett szív- és érrendszeri betegség miatt veszítik életüket, a rákgyógyító csodaszerek mellett éppen ezért feltörekvően vannak a kardiológiai betegségeket "gyógyító", ilyen-olyan készítmények is. Az említett oldalon olyan állításokkal próbálták manipulálni és vásárlásra készíteni a betegeket, mint hogy "Jelenleg a magyarországi gyártó a ReCardiót nem is szállítja más országokba. A termék kivitelét a magyar kormány megtiltotta. Ezért a készítményt sem a magyar, sem az európai gyógyszertárakban nem lehet megvásárolni". Ha pedig valakinek nem lenne elegendő a professzorral készült hamis interjú, az oldal alján vásárlói ajánlások is olvashatók voltak szép számmal. A valótlanságokkal meggyőzött betegek ezek után megrendelik a terméket, elkezdik szedni és közben nem tudatosul bennük, hogy milyen életveszélynek teszik ki magukat azzal, ha az orvosilag indokolt és előírt kezelés helyett ilyen készítményeket fogyasztanak. Az oldal valószínűleg nem csak Préda István nevével élt vissza, találtunk olyan korábbi, tárolt változatot a Google segítségével, amelyben az említett interjú nem vele, hanem dr. Berkes Máriával készült, akire úgy hivatkoznak, mint "vezető kardiológus, főorvos Kardiológiai rehabilitációs centrumban Balatönfüreden" (sic!). Ez a példa is jól mutatja, mennyire fontos, hogy igazi orvosokkal konzultáljanak a betegek, mielőtt bármit megvesznek az interneten, mert olykor hiába szerepel egy fotó és egy név, messze nem biztos, hogy az adott szakember valóban ajánlaná a készítményt. Nem ez az első eset, hogy egy cég próbálja megtéveszteni a vásárlókat. A Gazdasági Versenyhivaltól megtudtuk, 2017-ben 30, 2018-ban 28 esetben hozott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatos döntést, és bírságolt, sokszor több tízmillió forintba büntetve a cégeket. Mindennek ellenére is nagy üzlet manapság gyógytermékeket árulni, ez vitathatatlan. A hirdetőik pedig olykor teljesen etikátlanul és jogilag is vitathatóan járnak el, amikor valótlán dolgokat állítanak. Ráadásul ezek a torzítások sokszor csak hosszú idő után derülnek ki, már ha egyáltalán. Erre jó példa a már említett hamis interjú is. "A legnagyobb probléma, hogy az emberek nem igazán tudják, mi a különbség aközött, hogy valami bizonyítottan hatásos gyógyszer, vagy csak marketingfogásokkal sztárolt, tudományosan nem igazolt eredményességű étrend-kiegészítő, esetleg még az sem - egy része ezeknek a termékeknek ugyanis teljesen feketén kerül forgalmazásra és egészségre káros anyagokat is tartalmazhat" - mondja a Népszavának dr. Tábi Tamás egyetemi docens, a Semmelweis Egyetem Gyógyszerhatástani Intézet igazgatóhelyettese. Szerinte a legnagyobb veszélyt az jelenti, ha valaki az alternatív terápiákat, a gyógyító csodaszereknek beállított termékeket részesíti előnyben a bizonyítottan hatékony orvoslással szemben. Ezzel ugyanis elveszti a lehetőségét annak, hogy betegségét ténylegesen kezeljék. "Az egyetemen a hallgatók megtanulják, hogy mi a különbség egy gyógyszer és egy étrend-kiegészítő, gyógytápszer vagy más termék között, de sajnos ez az információ a beteg számára nem világos és a gyógyszertárban sem mindig kapják meg a megfelelő tájékoztatást. Sokan azt hiszik, amit a patikában vásárolnak, az biztosan gyógyszer és hatni is fog, pedig ez távolról sincs így. Sok olyan termék vásárolható meg ezeken a helyeken is, amik esetében igen kevés a bizonyíték arra, hogy valódi hatással rendelkeznek" - figyelmeztet dr. Tábi Tamás. -

[Eredeti](#)

(pharmaonline.hu, 2019. november 11., hétfő)

Jó úton járunk, hogy belefussunk a csomagokba

A kereskedők addig fokozták a versenyt a kiszállítás területén, hogy egyre nehezebben képesek megfelelni a vásárlók növekvő elvárásainak. A következő évtized közepére így is jóval több mint 200 milliárd csomagot kézbesítenek majd világszerte.

Az eredetileg postázó gépekben és más postai eszközökben vagy szolgáltatásokban utazó Pitney Bowes egy ideje már a szoftverekre és általában az e-kereskedelmi világpiacot célzó termékekre koncentrált, így a jövőre 100 éves amerikai vállalatnak jó rálátása van a globális csomagszállítási folyamatokra. A társaság nemrég adta ki legfrissebb éves jelentését a nemzetközi csomagküldésről, ezen belül is az online kereskedelemről szóló 2018-as statisztikákkal, amelyből kiderül, hogy a gazdasági környezet sokat emlegetett negatív hatásai ellenére az iparág nem hogy felfutóban van, de hat éven belül akár meg is duplázódhat a megrendelt és feladott küldemények mennyisége. Az októberben közzétett Pitney Bowes Parcel Shipping Index adatai alapján az előző évben körülbelül 87 milliárd csomagot szállítottak ki 13 meghatározó régióban, ami nem csak a 2017-es 74 milliárdhoz képest nagy arányú bővülés, de értelemszerűen új rekordot is jelent ezen a területen. A cég a legfeljebb 70 font (nagyjából 31,5 kilogramm) tömegű küldemények számát próbálta megbecsülni a B2C, B2B és C2B szegmensekben, illetve a magánfelhasználók közötti áruforgalomban, összegezve a 3,7 milliárdos népességű amerikai, kanadai, brazil, német, brit, francia, olasz, norvég, svéd, kínai, japán, ausztrál és indiai piacokat. A társaság a belátható jövőre nézve 13,7 százalékos átlagos éves növekedési ütemre számít, amiből az következne, hogy 2025-re a csomagok száma a 200 milliárd darabos küszöböt is simán átlépheti majd. Ez több mint duplája lenne a tavalyi mennyiségnek, ami pedig már így is elég látványos volt: a szóban forgó 13 országban minden egyes állampolgárra havi két feladott csomag jutott, és másodpercenként 2760 darab küldeményt indítottak útnak. A növekedést jól illusztrálja az éppen lezárult kínai "szinglinap" akciós forgalma is: alig néhány órával ezelőtt számoltunk be róla, hogy az Alibaba a kedvezmények élesítését követően mindössze 68 másodperc alatt hozott össze egymilliárd dollár értékű megrendelést. Ingyenesen és gyorsan szerejük A leggyorsabb növekedést Kína produkálja már 2012 óta, és az 51 milliárdos darabszámot tekintve is bőven az első helyen áll, de 119 milliárd dollár értékű bevételeivel továbbra is a négyszer kevesebb csomagot mozgó USA számít a legnagyobb piacnak. A kutatás megállapítja, hogy a határokon átnyúló e-kereskedelmi forgalom folyamatosan emelkedik ugyan, de a költségek és az időtényező miatt a vásárlók egyre inkább kerülnek a közvetlen külföldi megrendeléseket: az amerikai fogyasztók például 90 százalékban elégedetlenek a Kínából rendelt csomagok kézbesítésével. Nem meglepő, hogy a tanulmány szerint a csomagok szaporodása leginkább az elektronikus kereskedelem felfutásának köszönhető, azonban a számokból az is kiderül, hogy ezt a felfutást túlnyomó részben az Amazon és más, jelentősebb piacterek generálják. A felmérésben feldolgozott válaszokból az is kiderül, hogy az e-kereskedelemnek a kiszállítás már abban a tekintetben is integráns része, hogy a fogyasztók 86 százaléka valamilyen lépést tesz a nem megfelelő kézbesítések kapcsán, több mint fele soha az életben nem megy többet az érintett eladóhoz, sőt a fogyasztóvédelemhez is fordulna, a legfiatalabb generáció tagjai közül pedig minden ötödik vásárló a közösségi médiában is közzé teszi a fiaszkókat. A túlzott elvárások egyébként

annyiban visszaütnék, hogy az online vásárlók növekvő tömege az egyre gyorsabb és megbízhatóbb kiszállítási módok mellett is egyre többször csalódik a kézbesítésben, ennek pedig a márkákra és a kereskedőkre nézve is negatív következményei vannak. A vásárlási szokások persze folyamatosan változnak, amire példa az online előfizetési szolgáltatások előretörése, de az továbbra is igaz, hogy a vásárlói hűség továbbra is az ingyenes kiszállítással fokozható leginkább - amennyiben a szállítási idő így sem haladja meg az öt napot. A Pitney Bowes összeállítása részletesen erről az oldalról érhető el. - Bitport

[Eredeti](#)

(bitport.hu, 2019. november 11., hétfő)

Fontos a bankszektor hatékony digitalizációja

BUDAPEST. Fontos a bankszektor minél gyorsabb és hatékonyabb digitalizációja, mivel a jól működő bankrendszer a gazdasági siker egyik záloga - mondta hétfői sajtótájékoztatóján Becsei András, a Magyar Bankszövetség elnöke.

Lemaradás van

Kiemelte, hogy jelenleg nem érvényesül az azonos tevékenység, azonos szabályozás elv a bankok és a technológiai cégek között, ez egyenlőtlen versenyhez vezet. Ennek legszembetűnőbb példája az elektronikus lakossági átutalásokat terhelő pénzügyi tranzakciós illeték, amely a magyarországi bankokat sújtja, a külföldi székhelyű fintech cégeket nem. A 226 milliárd forintos tranzakciós illetékből a lakossági átutalások 15 milliárd forinttal részesednek. A technológiai cégeknél ugyanakkor adatvédelmi, terrorizmus-finanszírozási, fogyasztóvédelmi és pénzügyi stabilitási kérdéseket is fokozottan figyelembe kellene venni - mondta.

A digitalizáció a legfőbb téma a pénzügyi intézeteknél, minden bank elemi érdeke ennek megvalósítása. A szövetség kidolgozta a 22 pontból álló digitalizációs javaslatcsomagját, ezek között van a készpénzhasználat visszaszorítása vagy a földhivatali és gépjármű-nyilvántartási folyamatok digitalizációja.

MTI

[Eredeti](#)

(Észak-Magyarország, 2019. november 12., kedd, 7. oldal)

Százmillióból ivartalanítanak

MAGYARORSZÁG Hazánkban jelenleg az egyik legnagyobb probléma a kóbor ebek magas száma, melyet a nem kívánt szaporulatok megelőzésével, az ivartalanítás támogatásával lehet a legelfogadhatóbb módon csökkenteni. A kormány elkötelezett

amellett, hogy a programnak köszönhetően újabb mérföldköhöz érkezzünk az állatvédelem és a felelős állattartás terén - írja hétfői közleményében az Agrárminisztérium.

Százmillióból ivartalanítják a kutyákat

TÁMOGATÁS Magyarországon jelenleg az egyik legnagyobb probléma a kóbor ebek magas száma, melyet a nem kívánt szaporulatok megelőzésével, az ivartalanítás támogatásával lehet a legelfogadhatóbb módon csökkenteni. A kormány elkötelezett amellett, hogy a programnak köszönhetően újabb mérföldköhöz érkezzünk az állatvédelem és a felelős állattartás terén - írja tegnapi közleményében az Agrárminisztérium.

A kormány legfontosabb célja az elmúlt években az állatvédelem területén a felelős állattartás népszerűsítése volt. Ennek érdekében több intézkedést tettünk, több programot indítottunk - írja az agrártárca, amely 100 millió forintot biztosított az állatmenhelyet működtető civil szervezeteknek a gondozásukban álló kutyák ivartalanításra. A támogatás keretében 20 szervezet közel háromezer eb ivartalanítását finanszírozhatja.

Kiemelt cél, hogy minél több ember részesítse előnyben az örökbefogadást, így az árva állatok könnyebben találhatnak új otthonra. A Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal nemrég mutatta be a Fogadj örökbe! című kiadványát, amellyel a menhelyről befogadókat szeretnék segíteni. A Kutyakötelesség című könyv is jó iránymutatást adhat a gazdiknak. A kiadványok ingyenesen letölthetőek a Nébih honlapjáról.

MW

[Eredeti](#)

(24 Óra, 2019. november 12., kedd, 1+7. oldal)

Nyereség helyett vesztesége lett olvasónknak

SZEGED. Olvasónk, Schiller László úgy érzi, becsapta a biztosítója, semmibe veszi, és utólag módosítja szerződésüket, az ígért magas hozamból pedig semmi sem lett. Sőt, ott tart, hogy öt év alatt még a tőkéje is csökkent, nemhogy nyereséget realizált volna az életbiztosításán.

Kiderült, a lehető legrosszabb eszközalapban volt a pénze, a váltás pedig nem olyan egyszerű, mint gondolta. A fogyasztóvédők szerint a szerződő felelőssége is, hogy mennyit kockáztat, az ilyen konstrukciónál nem jellemző a tőke- és hozamgarancia, és nagyon könnyen előfordulhat, hogy a befektetett összegnél kevesebbet kap vissza a lejáratkor a biztosított.

Nyereség helyett vesztesége lett olvasónknak

A MAI KOMBINÁLT ÉLETBIZTOSÍTÁSOKRA NEM JELLEMZŐ A TŐKE- ÉS HOZAMGARANCIA - JOGVITA ESETÉN CSAK AZ ÍRÁSBELI TÁJÉKOZTATÓ ÉS A SZERZŐDÉS SZÁMÍT

Olvasónk úgy érzi, becsapta a biztosítója, semmibe veszi, és utólag módosítja szerződésüket, az ígért magas hozamból semmi sem lett. A fogyasztóvédők szerint a szerződő felelőssége is, hogy mennyit kockáztat.

CSONGRÁD MEGYE

2014 júliusában kötött életbiztosítást Schiller László 7, majd 8 ezer eurós megbontásban fizetett - ahogy fogalmaz -, élethosszig tartó futamidőre.

- A portfóliómat az én kockázatvállalási hajlandóságomnak megfelelően állíthatom össze, de ezeket a mondatokat csak én értelmezem így. Ugyanis az eddigi ötéves biztosításom eddig egy fillér hozamot nem hozott, sőt, az évente kézhez kapott tőkeértékesítő szerint jelenleg a tizenötezer euróm, 14 ezer 657-et ér - panaszolja.

ESZKÖZALAPOK

A legutolsó tőkeértékesítő kézhezvétele után szóvá tette a biztosító szegedi munkatársánál, hogy elégedetlen a hozammal. Vele nem boldogult, a társaság budapesti irodájában viszont megtudta, pénze a lehető legrosszabb eszközalapban van, ezért javasolták, hogy válasszon másikat, ami meg is történt.

Idén április elején kapott egy levelet, hogy a módosítás érvénytelen, mert a választott eszközalapra ő nem jogosult, és leírták, mire igen. Tájékoztatták arról, hogy az úgynevezett unit-linked típusú biztosításaik mellé választható eszközalapok nem nyújtanak sem tőke-, sem hozamgaranciát. Schiller László ennek tudatában nem szerződött volna. - Már abba is belemennék, hogy szüntessük meg a biztosításomat, adják vissza kamat nélkül a 15 ezer eurómat - mondta.

KEZDETI KÖLTSÉG

- Az olvasó feltételezhetően olyan életbiztosítást kötött, ahol kombinálódik a befektetés és az életbiztosítási szolgáltatás, vagyis a kifizetés halálesetkor vagy a futamidő végén, az összeget a választott alapok hozama határozza meg - írta a történetre reagálva lapunk állandó fogyasztóvédelmi szakértője, a Gazdasági Versenyügyi Tanácsadó Iroda. Hangsúlyozzák, az első befizetések egy részét a biztosítók a költségek és a kockázat fedezésére vonják le, ezért fordulhat elő az, hogy nem a teljes összeget fektetik be - ilyen kezdeti költség például az üzletkötő jutaléka. Célszerű előzetesen részletes tájékoztatást kérni, de teljes költségmutatóval (TKM) az életbiztosítási konstrukciók könnyen összehasonlíthatóak.

MÍNUSZ IS LEHET

Általános, hogy a biztosítók üzletkötői az adott termék hátrányairól nem tájékoztatják az ügyfelet, így egy laikus fejében csak a lehetséges hozamokról kialakított kép él. Jogvita esetén a felek csak az írásbeli tájékoztatóra és a szerződésre tudnak hivatkozni. - Az ilyen konstrukcióknál nem jellemző a tőke- és hozamgarancia, előfordulhat, hogy a befektetett összegnél kevesebbet kap a lejáratkor a biztosított, és ez még rosszabb lehet, ha a futamidő vége előtt száll ki - hangsúlyozza az iroda.

JOGVITA

Ha jogvita alakul ki, célszerű írásban, igazolható módon - például ajánlott postai levélként - panaszt tenni az adott biztosítónál. Csak az így beérkezett megkeresések esetében köti a biztosítót a jogszabályban rögzített 30 napos válaszadási határidő. Ha nem érkezik válasz, vagy azt nem fogadjuk el, a Magyar Nemzeti Bank fogyasztóvédelmi eljárását, illetve a Pénzügyi Békéltető Testület segítségét kezdeményezhetjük.

Schiller László az iratokkal.

K. A.

[Eredeti](#)

(Délvilág, 2019. november 12., kedd, 1+3. oldal)

Változások a képernyő mögött

A műsorterjesztési piac több nagy szereplőjénél is tulajdonosváltás zajlik, vagy zajlott a közelmúltban, amiből leginkább a Telekom profitált. A magyar nyelvű tévécsatornák száma az idén tovább nőtt, és az RTL Klub, valamint a TV2 is árat emel.

Az ügyfelek elöntő többségének valószínűleg sejtése sincs róla, de éppen hatalmas átrendeződések zajlanak a hazai műsorterjesztési piacon. Három nagy piaci szereplőinél ugyanis szinte egyszerre került vagy kerül sor tulajdonosi átrendeződésre. Ennek az első látványosabb jelei 2020-ban lesznek láthatók, hiszen eltűnik az egyik ismert márkanév. Miután a Vodafone megvásárolta a Liberty Globaltól a UPC hazai vezetékes szolgáltatását, jövő áprilistól már nem használják a UPC elnevezést.

A műholdas UPC Direct esetén is várható névváltás, de ennek a pontos időpontja még nem ismert. A műholdas szolgáltató dupla tulajdonosváltáson esett át. Első körben a luxemburgi székhelyű, de cseh háttérű M7 Group vásárolta fel a Libertytől a céget, majd ez a közelmúltban a francia Canal+ Grouphoz került. Még a tulajdonosváltás előtt azt lehetett hallani, hogy a UPC Direct márkanévet Skylinkre vagy FocusSatra cserélik, most viszont az sem elképzelhetetlen, hogy a Canal+ nevet veszi majd fel a szolgáltató, hiszen Lengyelországban már régóta ezt használják.

A Canal+ egyébként nem teljesen új szereplő hazánkban, még 1997-ben a FilmNet mozicsatornát vásárolták fel a magyar és a lengyel piacon. Ám miután a magyarországi FilmNetnek nem volt sok előfizetője, ezért azt rögtön meg is szüntették. A Canal+ anyacége, a Vivendi pedig a 2000-es évek elejéig volt jelen a magyar távközlési piacon, egy ideig ugyanis övék volt a ma Invitelként ismert szolgáltató elődje.

ELHÚZÓDÓ VIZSGÁLAT

Az emlegetett Invitel felvásárlása már több mint egy éve a levegőben lóg. Tavaly a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) előbb rábólintott arra, hogy a Digi megszerezhesse az Invitel lakossági üzletágát, majd tavaly novemberben ezt visszavonták és új vizsgálatot kezdtek. A két cég fúzióját nem állították le, egy felügyeleti biztos mellett zajlik, de amíg nincs meg a GVH jóváhagyása, addig semmi nem tekinthető véglegesnek.

Elvileg a versenyhivatalnak már döntést kellett volna hoznia a Digi-Invitel-fúzió ügyében, ugyanis ilyen esetben a törvényes határidő hat hónap, ami két hónappal meghosszabbítható. Viszont, mint Kollár Kingától, a GVH sajtószóvivőjétől megtudtuk, a tényállás feltárása érdekében tett lépések időtartamára az "óra megáll". Ez mondjuk eléggé gumisabálynak tűnik, hiszen a "tényállás feltárására tett lépések" körébe gyakorlatilag bármi beletuszkolható.

Jövőre lehetett volna még egy nagy változás, de a várakozásoknak megfelelően minden maradt a régiben. 2020-ban ugyanis lejár az Antenna Hungária földfelszíni digitális műsorszórásra vonatkozó koncessziója. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) tenderén azonban egyedüli pályázóként indult az Antenna Hungária, és szeptemberben újabb 12 évre szerződést is kötöttek velük.

MEGÚSZOTT BÜNTETÉS

A bizonytalanság egy cégnek sem tesz jót, és ez a piaci erőviszonyokban is meglátszik. Az NMHH adatai szerint az elmúlt egy évben a fentiekből kimaradó Telekom tudta növelni a piaci részesedését a műsorterjesztési piacon. Nem is kevéssel, 27,2 százalékról egy év alatt 29,3-ra nőttek. A Digi Csoport részesedése 30,4 százalékról kerek 30-ra csökkent így már csak minimális az előnyük a Telekom előtt. A UPC részesedése pedig 25,9 százalékról 25,4-re változott, de a Tarr kivételével minden más szereplő piacot veszített. Mindeközben a teljes televíziós előfizetési piac ha kismértékben is, de nőtt. Az idén nyáron az NMHH szerint 3,58 millió háztartásban fizettek elő valamilyen tévés szolgáltatásra, ez 15 ezres bővülés 2018 júliusához képest.

A Telekom növekedésében a konkurenseinél lévő bizonytalanság mellett szerepet játszhatott, hogy a 2017-ben indított Flip nevű szolgáltatásukkal ügyesen mozdultak rá az árérzékenyebb vevőkre. A társaságnál nem árulták el, hogy mennyi előfizetője van a Flipnek, de szerintük ez a szolgáltatás nem a saját ügyfélállományukat kannibalizálja. "A Flipnél nincsenek plusszszolgáltatások, alapsomagot adunk, de azt nagyon jó feltételekkel. Az extraszolgáltatások a Telekom kínálatában találhatók, és ezeket előszeretettel választják a telekomos ügyfelek. A két márka tehát eltérő igényt szolgál ki és az értékesítés során is különböző ügyfeleket szólít meg" - válaszolták megkeresésünkre.

A GVH a Flip kapcsán is vizsgálódott, ugyanis a szolgáltatást a Telekom hálózatán belül csak ott tették elérhetővé, ahol erős volt a piaci verseny. A cég kötelezettséget vállalt, hogy 406 településen új, kedvező árú triple-play csomagot vezet be. A GVH ezt elfogadta és nem szabott ki büntetést.

Még tavasszal a csak Szlovákiában jelenlévő Pantelio nevű műholdas szolgáltató megpendítette, hogy Csehországot követően belépnének a magyar piacra is. Azóta nem hallani róluk, és igazából a műholdas műsorterjesztés finoman szólva sem tűnik már a világ legnagyobb bizniszének. Jelenleg hazánkban a három műholdas előfizetéses tévészolgáltatás valamelyikére 752 ezren fizetnek elő, ez egy év alatt 52 ezres csökkenést jelent. Ez jelentősebb visszaesés, mint amennyivel az analóg kábeltévé-előfizetők száma egy év alatt csökkent. Hasonló trend látszik az Antenna Hungária előfizetéses szolgáltatásánál, a MinDig Tv Extránál is, ahol 99 ezerről 94 ezerre mérséklődött az ügyfelek száma.

Mindez nem magyar sajátosság, világszerte visszaesőben van a vezetékek nélküli műsorvételi mód. Az amerikai DirecTv nevű szolgáltató például már azzal számol, hogy több új műholdat nem is helyeznek üzembe, mert annyira előretörőben vannak a vezetékes és a mobilalapú technológiák.

NÖVEKVŐ CSATORNASZÁM

A forrongó műsorterjesztési területhez képest a televíziók piaca szinte a béke szigetének tűnik. A TV2 Csoport csatornaoffenzívájának lecsengésével mintha kicsit beálltak volna az erőviszonyok. Ugyanakkor az idén még így is nőtt a magyar nyelven elérhető tévéadók köre.

Az év eddigi részében három csatorna húzta le a rolót. Az állami médiaalapítványhoz tartozó Echo Tv megszűnt, de valójában a műsoraik a Hír Tv keretein belül folytatódtak. Az MTVA tavasszal megszüntette a M3 lineáris adását - a neten elérhető maradt a csatorna -, ami teljességgel érthetetlen döntés volt. Az archív tartalmak miatt ugyanis jelentős költségük nem volt, viszont disztribúciós díjat kértek érte a szolgáltatóktól, és a retrótelevízió még a kereskedelmi célcsoportnál is egész jó nézőszámokat hozott, így a reklámpiaci helyzetük sem volt rossz.

Március végén közel 12 évnyi működés után szűnt meg a Tematic Mediához tartozó DoQ csatorna. Ugyanakkor Radu Morar médiacége ezzel párhuzamosan egy új tévéadóban, a Dikh Tv-ben szerzett részesedést. A YouTube-csatornából kinőtt tematikus romatelevízió már a Digi, a MinDig Tv Extra és a Telekom kínálatában is elérhető.

Az év legelején indult el az ATV Spirit, majd két TV2-S csatorna, a Jocky Tv és a Moziverzum, valamint tavasszal a Viacom egy új gyerekadót, a Nicktoonst is bevezette a piacra. Így a három megszűnésre öt új indulása jutott. S jöhetnek továbbiak is, hiszen például az SPI egy török drámacsatorna, a TDC hazai változatának elindításáról tárgyal a kábelszolgáltatókkal. Márpedig az Izaura Tv példája is mutatja, hogy van igény ilyen jellegű tartalomra.

Szép csöndben egy tulajdonosváltásra is sor került a piacon. A New Wave Media révén az állami KESMA-hoz került Life Tv-t és Ózoné Tv-t tavasszal megvásárolta a Media Vivantis Zrt. A két csatorna közül a Life Tv arculatát már fel is frissítették és számos új műsort is

indítottak. A Media Vivantis Zrt. elnöke és egyszemélyi tulajdonosa Mészárosné Kelemen Beatrix, aki korábban Echo Tv-nél már betöltött hasonló pozíciót.

Árat emel az RTL Klub és a TV2

A nyáron új általános szerződési feltételeket (ászf) léptetett életbe az M-RTL Zrt. az RTL Klubra vonatkozóan. A csatorna árát előfizetőként és havonta 318 forintban határozták meg. Ez listaár, amit hároméves szerződéssel és early bírd kedvezménnyel 181 forintra lehet leszorítani. Ez az ár az első évben érvényes, majd a másodikban 184. a harmadikban 188 forintra emelkedik a havi díj. A korábbi megállapodásokat 150 forintos áron kötötték, azaz ez bő 20 százalékos emelést jelent. Ezt az inflációval és a műsor- gyártás, valamint a műsorvásárlás megnövekedett költségeivel indokolták. Ezzel párhuzamosan pedig az RTL Most! prémium változatát az RTL Most+-t is bevezetik a piacra, amiért nem közvetlenül a fogyasztóktól, hanem a műsorterjesztőktől kérnek pénzt.

Bár új ászf-et még nem publikáltak, a TV2 sajtóosztálya a megkeresésünkre megerősítette, hogy ők is árat emelnek. Erről a lépésről már tájékoztatták a műsorterjesztő partnereiket, akikkel folynak is az ezzel kapcsolatos tárgyalásaik.

Heszler Róbert

[Eredeti](#)

(Marketing és Média, 2019. november 12., kedd, 36+37. oldal)

Tanácsok ajándékvásárláshoz

KARÁCSONY ELŐTT - OLVASÓINK FOGYASZTÓVÉDELMI KÉRDÉSEIRE SZAKÉRTŐINK VÁLASZOLNAK

Az év utolsó hónapjaiban rendre többet vásárolunk a megszokottnál, mert ilyenkor választjuk ki szeretteink karácsonyi ajándékait. Azért, hogy ne adjanak ki pénzt feleslegesen, ismertetjük a fontosabb fogyasztóvédelmi szabályokat.

Ruházati termékekre, cipőkre, egyéb fogyasztási cikkekre - amelyeket gyakran vásárolunk ajándékba a műszaki árukon kívül - a jelenlegi hazai szabályok alapján ugyan nem vonatkozik kötelező jótállás, de ez nem jelenti azt, hogy hiba esetén ne lennének jogaink. Az is előfordulhat, hogy a forgalmazó vagy a gyártó - bár nem írják elő neki - vállal jótállást, s mindenképp élhetünk a törvény biztosította kellékszavatossággal. A Gazdasági Versenyügyi Tanácsadó Irodahálózat szakembereinek magyarázata szerint a vásárlást követő hat hónapon belül a garanciához, a jótálláshoz hasonló helyzetet eredményeznek a jogszabályok. A fogyasztónak ebben az időszakban - ha a megvett áru hibája vagy annak oka már a vásárláskor is megvolt és arra külön nem hívták fel a figyelmét - joga van ahhoz, hogy követelje a kijavítást vagy a kicserélést, esetleg a vételár visszafizetését.

Akkor számít hibásnak egy termék, ha nem alkalmas azokra a célokra, amelyekre használni lehetne, nem olyan minőségű, nem nyújtja azt a teljesítményt, nem rendelkezik azokkal a tulajdonságokkal, amiket tájékoztatójában leírtak, amiket elvárhatnánk. A hibás teljesítés miatt pedig a felelősség elsősorban a forgalmazót terheli. A kereskedő panaszunk nyomán köteles jegyzőkönyvet felvenni és a javítást lehetőség szerint tizenöt napon belül megoldani. Akkor lehet szó eleve a cseréről vagy az ár visszakéréséről, ha ugyanaz a hiba többször is, újra meg újra előjön egy terméknél és ez jelentős kényelmetlenséget okoz a vevőnek. Viszont a javítás tizenöt napos határidejét indokolt esetben túllépheti a vállalkozás,

ám erről tájékoztatnia kell ügyfelét. A hibás termék árának levásárlására pedig semmiképp sem lehet kötelezni a panaszost, de elfogadhatja ezt a megoldást, ha felajánlják neki.

Azt is jó tudni, hogy a jegyzőkönyvfelvétel elmulasztása fogyasztóvédelmi jogsértés, ami miatt a fogyasztóvédelmi hatósághoz lehet fordulni és ilyen esetben célszerű a panaszt a vásárlók könyvébe beírni, a bejegyzés egy példányát eltenni, mert azzal könnyebben indíthat eljárást a vevő ügye rendezése érdekében. Ha pedig a forgalmazó vitatja az állítását és szakértői véleménnyel is alátámasztja saját álláspontját, a vásárló békéltető testülethez fordulhat (96/520-217, 34/513-010).

ÍRJÁK MEG!

Olvasóink fogyasztóvédelmi kérdéseiket a karácsony előtti ajándékvásárlás kapcsán is elküldhetik lapunknak a rimanyi. zita@kisalfold.hu e-mail-címre. A Gazdasági Versenyügyi Tanácsadó Irodahálózat szakemberei pedig hétfőn és csütörtökön 12 és 16, kedden és pénteken 9 és 13 óra között várják az ügyfeleket Győrben (Bajcsy-Zsilinszky út 44.).

Karácsony előtt általában többet vásárolunk és az ajándékok kiválasztásakor is fontos tudnunk, milyen jogaink vannak vevőként. FOTOILLUSZTRÁCIÓ: KISALFÖLD-ARCHÍVUM

RIMÁNYI ZITA

[Eredeti](#)

(Kisalföld, 2019. november 12., kedd, 5. oldal)

A Google titokban milliók egészségügyi adataihoz jutott hozzá

A Google médiaóriás titokban amerikaiak millióinak egészségügyi adataihoz jutott hozzá az Egyesült Államok 21 tagállamában - jelentette a The Wall Street Journal című amerikai lap.-

--A Google az Egyesült Államok második legnagyobb egészségügyi szolgáltatójával, a missouri székhelyű Ascension-hálózattal együttműködve szerzett meg a többi között laboratóriumi eredményeket, orvosi diagnózisokat, kórházi ápolási dokumentumokat.

--A Google - amely tőzsdén bejegyzett részvénytársaság - azt állítja, hogy a titokban megszerzett adatokat olyan új szoftver készítésére kívánja felhasználni, amely személyre szabott egészségügyi kezelési lehetőségeket javasol majd a felhasználóknak.

--A The Wall Street Journal értesülései szerint sem az orvosokat, sem a betegeket nem értesítették adataik felhasználásáról. A lapnak egy neve elhallgatását kérő forrás azt mondta: "eddig legalább 150 Google-alkalmazott fért hozzá tíz- és tízmilliók adataihoz".-

--A lap által megkeresett adatvédelmi szakértők azonban kifejtették: a Google akciója törvényesnek látszik, hiszen egy 1996-ban hozott törvény értelmében a kórházak megoszthatják üzleti partnereikkel a náluk kezelt betegek adatait.-

--A Google szóvivője is nyilatkozott a lapnak. Leszögezte: a vállalat a szövetségi törvényeknek megfelelően járt el és "robusztus védelmet biztosít" a betegek adatainak.-

--A The Wall Street Journal mindazonáltal megjegyezte: az Ascension alkalmazottai megkérdőjelezték az adatgyűjtések módját és az adatok megosztását.-

--Az internetóriást egyébként az elmúlt időszakban gyakran érték erőteljes bírálatok az adatvédelem elhanyagolása, vagy egyenesen megsértése miatt. Szeptemberben például a versenyjogi és fogyasztóvédelmi hatóságként eljáró Szövetségi Kereskedelmi Bizottság

(FTC) 150 millió dolláros büntetésre ítélte, mivel a cég egyik leányvállalata, a YouTube megsértett egy gyermekek magánéletét és adatait védelmező törvényt.

A Google médiaóriás titokban amerikaiak millióinak egészségügyi adataihoz jutott hozzá az Egyesült Államok 21 tagállamában - jelentette a The Wall Street Journal című amerikai lap. A Google az Egyesült Államok második legnagyobb egészségügyi szolgáltatójával, a missouri székhelyű Ascension-hálózattal együttműködve szerzett meg a többi között laboratóriumi eredményeket, orvosi diagnózisokat, kórházi ápolási dokumentumokat. A Google - amely tőzsdén bejegyzett részvénytársaság - azt állítja, hogy a titokban megszerzett adatokat olyan új szoftver készítésére kívánja felhasználni, amely személyre szabott egészségügyi kezelési lehetőségeket javasol majd a felhasználóknak. A The Wall Street Journal értesülései szerint sem az orvosokat, sem a betegeket nem értesítették adataik felhasználásáról. A lapnak egy neve elhallgatását kérő forrás azt mondta: "eddig legalább 150 Google-alkalmazott fért hozzá tíz- és tízmilliók adataihoz". A lap által megkeresett adatvédelmi szakértők azonban kifejtették: a Google akciója törvényesnek látszik, hiszen egy 1996-ban hozott törvény értelmében a kórházak megoszthatják üzleti partnereikkel a náluk kezelt betegek adatait. A Google szóvivője is nyilatkozott a lapnak. Leszögezte: a vállalat a szövetségi törvényeknek megfelelően járt el és "robusztus védelmet biztosít" a betegek adatainak. A The Wall Street Journal mindazonáltal megjegyezte: az Ascension alkalmazottai megkérdőjelezték az adatgyűjtések módját és az adatok megosztását. Az internetóriást egyébként az elmúlt időszakban gyakran érték erőteljes bírálatok az adatvédelem elhanyagolása, vagy egyenesen megsértése miatt. Szeptemberben például a versenyjogi és fogyasztóvédelmi hatóságként eljáró Szövetségi Kereskedelmi Bizottság (FTC) 150 millió dolláros büntetésre ítélte, mivel a cég egyik leányvállalata, a YouTube megsértett egy gyermekek magánéletét és adatait védelmező törvényt. (MTI) -

[Eredeti](#)

(hajdupress.hu, 2019. november 12., kedd)

Elkezdődött az Extreme Digital és az eMAG egyesülése

Elkezdődött a magyar tulajdonú Extreme Digital és a dél-afrikai háttérű eMAG magyarországi leányvállalatának egyesülése, miután októberben a Gazdasági Versenyhivatal jóváhagyta a fúziót, a végleges összeolvadás hét-nyolc hónap alatt történik meg. Várkonyi Balázs, az Extreme Digital Zrt. ügyvezetője elmondta, hogy az eMAG magyarországi leányvállalatát működtető Dante Kft. megvásárolja az Extreme Digital 100 százalékos tulajdonrészét, az adásvétel [...]

Elkezdődött a magyar tulajdonú Extreme Digital és a dél-afrikai háttérű eMAG magyarországi leányvállalatának egyesülése, miután októberben a Gazdasági Versenyhivatal jóváhagyta a fúziót, a végleges összeolvadás hét-nyolc hónap alatt történik meg.

Várkonyi Balázs, az Extreme Digital Zrt. ügyvezetője elmondta, hogy az eMAG magyarországi leányvállalatát működtető Dante Kft. megvásárolja az Extreme Digital 100 százalékos tulajdonrészét, az adásvétel jogi része novemberben lezárul. A létrejövő cégben 52 százalékos tulajdonrésze lesz a Dante Kft.-nek, és 48 százalékos részesedése az Extreme Digitalnak. A cég új nevet is kap majd. A két igazgatói posztot az Extreme Digital alapítói,

Várkonyi és Kelemen Gyula töltik majd be, a kereskedelmi igazgatót pedig az eMAG delegálja. Ezután kezdődik a két webáruház működésének összehangolása és optimalizálása.

A két online áruház az idei ünnepi szezonra még külön készül, mindkét megszokott webcímen lehet vásárolni. Ez hosszabb távon is így marad, a két külön nevet a közös irányítás alatt is megtartják - hangsúlyozta Várkonyi. A fúzióval egy hatszáz dolgozót foglalkoztató, nyolcvanmilliárd forint nettó árbevételű vállalat jön létre a magyar piacon, a cél ennek megháromszorozása öt éven belül. Az Extreme Digital az idén szeptemberben lezárt üzleti évben 41,2 milliárd forintos árbevételt ért el az előző évi 36 milliárd forint után, az elvégzett jelentős beruházások miatt az adózás utáni eredmény mintegy harmincmillió forint volt. - szerk-

[Eredeti](#)

(minuszos.hu, 2019. november 12., kedd)

KÖSZ 2019-2020 - megvannak a döntősök

Lezárult a Közétkeztetési Szakácsverseny (KÖSZ) 2019-2020 elődöntő szakasza és kiderült, melyik 12 közétkeztető csapat jutott tovább a döntőbe. Az október 12-én és 13-án, valamint november 9-én és 10-én tartott elődöntőkön 39 csapat állt a konyhapultok mögé. Közülük a legjobb 12 vehet részt a döntőben, ami 2020. február 6-án, a Sirha kiállításon lesz.

A KÖSZ 2019-2020 verseny a Közétkeztetők és Élelmezésvezetők Országos Szövetsége (KÖZSZÖV), a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség (MNGSZ), valamint a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih) közös szervezésű szakmai eseménye. A megmérettetés témája ezúttal a "nyári ételek a hagyomány és a megújulás jegyében" volt.

A verseny célja többek között a hagyományos ízek, ételek modernizálása, az étkezési kultúra fejlesztése, valamint az évszakokhoz és szokásokhoz kötődő ételek megismertetése.

A háromfordulós - selejtezőből, elődöntőkből és döntőből álló - versenyre 3+1 fős csapatok (1-1 irányító, szakács, segítő és tartalékos) nevezhettek, a csapattagok között legalább egy 35 év alatti közreműködővel. A versenyzőknek 3 fogásos, a közétkeztetésben is elkészíthető, felnőtteknek szánt menüt kellett megtervezniük, amely előételből vagy levesből, főételből és desszertből áll.

A menüsorok egyik kötelező eleme a friss alapanyagokból készült lecsó (zsiradék, hagyma, paprika, paradicsom), míg az előírt alapanyagok között, a méz mellett, a hazai nyári, friss idényzölkségek és idénygyümölcsök közül kellett felhasználni legalább kettőt. Újdonság, hogy nem csak kötelezően felhasználandó, hanem tiltott alapanyagokat is meghatároztak a szervezők. E körben az édesítőszer, az ízfokozók, az élelmiszer színezékek, valamint az ezek valamelyikét hozzáadott formában tartalmazó összetett alapanyagok szerepeltek. Az ételsor elkészítéséhez az összes felhasznált alapanyag nettó beszerzési értéke nem haladhatta meg az egy étkezőre jutó nettó 550 Ft-ot. (kep-id=716135-align=center-title=Forrás: Nébih-width=580-galeria=1-popup=1) Az elődöntőbe összesen 39 csapat jutott be az ország minden szegletéből. Többek között budapesti, győri, hódmezővásárhelyi, kaposvári, nagykanizsai, pécsi és rácalmási szakácsok mérték össze tudásukat. A november 10-én lezárult elődöntő szakasz alapján a legjobb 12 páros vehet részt a döntőben, ha addig legalább 50 adagban a zsűri előtt megfőzik és kitálalják versenymenüjüket. A döntővel párhuzamosan a szervezők a közétkeztetők részére immár

hagyományosan szakmai konferenciát tartanak 2020. február 6-án a Sirha Budapest Nemzetközi Élelmiszeripari és Horeca kiállításon. A versenyről további információk olvashatóak ezen a linken: <https://portal.nebih.gov.hu/hu/kozetkeztetesi-szakacsverseney>

Hungast Bakony Gaszt, Veszprém

Hungast Pécs, Pécs

Melódin Róbert, Budapest XIII.

Hungast Budapest, Budapest

Melódin K&H, Budapest IX.

RC Team, Budapest XXII.

Deutsche Schule, Budapest

Prizma 44, Békéscsaba

Eurest Győr, Győr

Eurest Rácalmás, Rácalmás

Eurest Szeged, Szeged

Zrínyi harcosai, Kaposvár

Tartalék csapatok:

GasztVital Miskolc, Miskolc

Szalki csapat, Szalkszentmárton - Store Insider

[Eredeti](#)

(storeinsider.hu, 2019. november 13., szerda)

Egészségügyi adatokat lopott a Google

A Google médiaóriás titokban amerikaiak millióinak egészségügyi adataihoz jutott hozzá az Egyesült Államok 21 tagállamában - jelentette a The Wall Street Journal című amerikai lap.

Ki férhet hozzá egészségügyi adatainkhoz? Kattintson ide! A Google az Egyesült Államok második legnagyobb egészségügyi szolgáltatójával, a missouri székhelyű Ascension-hálózattal együttműködve szerzett meg laboratóriumi eredményeket, orvosi diagnózisokat és kórházi ápolási dokumentumokat. A Google azt állítja, hogy a titokban megszerzett adatokat olyan új szoftver készítésére használná fel, amely személyre szabott egészségügyi kezelési lehetőségeket javasol majd a felhasználóknak. Laboratóriumi eredményekhez és kórházi dokumentumokhoz fértek hozzá. Fotó: iStockSenki sem tudott róla A The Wall Street Journal értesülései szerint sem az orvosokat, sem a betegeket nem értesítették az adatok felhasználásáról. A lapnak egy neve elhallgatását kérő forrás azt mondta, "eddig legalább 150 Google-alkalmazott fér hozzá tízmilliók adataihoz". A lap által megkeresett adatvédelmi szakértők szerint azonban a Google akciója törvényesnek látszik, hiszen egy 1996-ban hozott törvény értelmében a kórházak megoszthatják üzleti partnereikkel a náluk kezelt betegek adatait. A vállalat a szövetségi törvényeknek megfelelően járt el, és robusztus védelmet biztosít a betegek adatainak - emelte ki a Google szóvivője. Az Ascension alkalmazottai ugyanakkor megkérdőjelezték az adatgyűjtés módját és az adatok megosztását. A cukorbetegség 10 figyelmeztető tünete A halál jelei rákosoknál A vastagbélrák korai tünetei Az 5 legveszélyesebb rákot okozó étel Az internetóriást egyébként az elmúlt időszakban gyakran érték erőteljes bírálatok az adatvédelem elhanyagolása vagy megsértése miatt.

Szeptemberben például a versenyjogi és fogyasztóvédelmi hatóságként eljáró Szövetségi Kereskedelmi Bizottság (FTC) 150 millió dolláros büntetésre ítélte, mivel a cég egyik leányvállalata, a YouTube megsértett egy gyermekek magánéletét és adatait védelmező törvényt. -

[Eredeti](#)

(hazipatika.com, 2019. november 13., szerda)

A Versenyhivatal elé kerül a szuper olcsó, de nem kapható ALDI méz

Gazdasági Versenyhivatalnál nyomta fel az Aldi Magyarországot az Országos Magyar Méhészeti Egyesület. A fogyasztóvédelmi bejelentés szerint az

A fogyasztóvédelmi bejelentés szerint az üzletlánc úgy reklámozott szokatlanul nagy árengedménnyel egy magyar virágmézet, hogy valójában nem is lehetett kapni a terméket.

Az akciót hirdető óriásplakátokon kilónként 544 forintos árat ígért az ALDI. Az OMME szerint viszont ekkora árengedmény esetében nagyon nehezen képzelhető el, hogy betartottak minden jogszabályt.

Az egyesület tagjai szerdán kilenc ALDI üzletet jártak végig Budapesten és környékén, és az előzetes információkhoz hasonlóan most is azt tapasztalták, hogy egyetlen üzletben sem volt az akciós mézből.

A törvény tiltja az úgynevezett "csalogató reklámot" amikor úgy hirdetnek meg nagy kedvezményt, hogy nincs elegendő készlet a generált forgalom kielégítésére. Az ilyen akciók szerintünk törvénytelenek és árletörő hatásúak, ami a szakmánk nehéz helyzetében megengedhetetlen. - Spirk József

[Eredeti](#)

(24.hu, 2019. november 13., szerda)

Forint Fillér magazin - A jelen és a jövő fizetési megoldásai

Riporter: - 2013 óta évente majdnem 25 százalékkal nő a bankkártyás vásárlások forgalma - mutatják az Magyar Nemzeti Bank statisztikái. Az MNB célja, hogy a jövőben minden helyzetben elérhetővé tegye az elektronikus fizetés lehetőségét, a lakosságot pedig arra ösztönözze, hogy használják ezeket a digitális megoldásokat. A cél, hogy 2030-ra pénzforgalom több mint fele elektronikus úton történjen. Az ősszel hatályba lépett új Európai Unió pénzforgalmi irányelvek, az úgynevezett PSD2 szabályozással új pénzforgalmi szereplők léphetnek piacra, mely fokozhatja szolgáltatók közti versenyt.

Bartha Lajos (ügyvezető igazgató, Magyar Nemzeti Bank): - Ebben két nagyon fontos tényező van. Az egyik, hogy megnyitja a versenyt és beenged olyan szereplőket a fizetési piacra, akik korábban nem voltak ott ezen, és ezek a szereplők már megérkeztek, vagy

érkeznek folyamatosan. Elég, ha belegondolunk abba, hogy Magyarországon is most már elérhető az Apple Pay, a Google Pay, vagy a Revolut vagy a PayPal, tehát nagyon sok ilyen nagy nevű, úgynevezett bigtech vállalat megérkezett, és ezek bizony versenybe szállnak a hagyományos banki szereplőkkel.

Riporter: - A nyílt bankolás rendszere már elindult. Ez annyit jelent, hogy a pénzforgalmi szolgáltatók a megfelelő engedélyek birtokában új szolgáltatásokat kínálhatnak az ügyfeleknek. Ezek lehetnek számlainformációt összesítő, vagy fizetéskezdeményező pénzügyi termékek. Az előbbi az ügyfelek pénzügyi szokásait vizsgálja, az utóbbi pedig digitális fizetési megoldásokat kínál a meglévő banki infrastruktúrára építve. Bartha Lajos hangsúlyozta, az új szabályozás erős felügyeleti kontrollt igényel.

Bartha Lajos: - Hogy nehogy bajba kerüljünk, ezért véd bennünket az új szabályozás. Tehát szigorú ügyfélvédelmi, fogyasztóvédelmi szabályok jönnek. Pontosan azért, mert áttérődik a fizetési forgalmunk az elektronikus világba, áttérődik az internetre, és itt a fogyasztók bizonyos értelemben kiszolgáltatottak, tehát ezért védeni fog minket a szabályozás még jobban, mint eddig.

Riporter: - Ez a startup vállalkozás állami kockázati tőke segítségével lépett piacra. Céljuk a fiatal generáció pénzügyi tudatosságának fejlesztése, emellett az átutalások egyszerűsítése. Az okostelefonra letölthető alkalmazás a szülők mobilbankjához kapcsolható.

Havas Melinda (marketingvezető, Family Finances): - Ezen keresztül tudják ellenőrizni a gyermekeiknek a tranzakciós előzményeit, illetve zsebpénzt tudnak nekik mind ad hoc, mind pedig újra és újra küldeni, illetve egy különálló alkalmazás létezik a fiatalok számára, amiben tudják követni ők is a költési előzményeiket, valamint gyűjtési célokat is tudnak beállítani. Ez főleg az a funkció, amiről úgy gondoljuk, hogy hosszú távon nagyon sokat tehet az ő pénzügyi fejlődésükért.

Riporter: - Ez a borsod megyei vállalkozás bankkártya mentes, gyors és biztonságos fizetési megoldást dolgozott ki. Egy online felület létrehozását is tervezik, ahol az üzleti ügyfeleknek kínálnak digitális pénzügyi megoldásokat - mondja a cég társalapítója.

Tóth István (társalapító, Organic): - Mi képesek vagyunk a fizetési folyamatot digitalizálni és magát a fizetési lépést dekorálni különböző szolgáltatásokkal. Ilyen lehet például a kupon elfogadása fizetés előtt, vagy egy sikeres fizetés után a hűségpontok automatikus jóváírása.

Riporter: - Ez a cég egy többszintű ügyfél azonosítási rendszeren dolgozik. Egy arc és egy tenyérfelismerő programnak köszönhetően bankkártya nélkül is fizethet az ügyfél a jövőben.

Názár Viktória (üzletfejlesztési menedzser, E-Group ICT Software Zrt.): - Többfaktoros biometriai azonosítás technológia van a Pay with a Smile-ban. Az első faktor az arcfelismerés, ezzel hitelesítjük az ügyfelet, a második pedig a tenyérfelismerés, amellyel pedig azonosítjuk. Egyszerűsíti a folyamatot, ha például nincs nálunk bankkártya, olyan esetekben sokkal egyszerűbben tudunk fizetni. Kis összegű és gyakori fizetéseket tudunk a Pay with a Smile technológiával megvalósítani.

Riporter: - Eddig számos kormányzati intézkedés segítette az elektronikus fizetési megoldások elterjedését. Ilyen például a kormány POS terminál telepítési programja, melyben kisebb üzletek kaphatnak bankkártya olvasó készüléket, a bankközi jutalékok szabályozásával pedig a bankkártyás fizetések díja lett kedvezőbb lett az elfogadóhelyek számára.

[Eredeti](#)

(MTV, 2019. november 13., szerda, 11 óra)

Jövőre még hatékonyabbá válik a fogyasztók védelme

Megújuló, országos békéltető testületi rendszert épít ki a szaktárca

A megyei kamarákhoz tartozó békéltető testületek új tagokkal, a fogyasztóvédelmi hatósággal megyei szinten, közvetlenebbül együttműködve segítik a családokat 2020 januárjától - mondta a Magyar Nemzetnek az Innovációs és Technológiai Minisztérium fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkára. Keszthelyi Nikoletta felhívta a figyelmet: végső szakaszába ért az országos rendszer kialakítása, amely egységesített irányok mentén, még hatékonyabban védi a fogyasztókat.

Palkovics László innovációs és technológiai miniszter rövidesen dönt azoknak a szakembereknek a személyéről, akik a jövő évtől a megyei kamarák mellett működő békéltető testületek tagjai és vezetői lesznek, akik az eddiginél közvetlenebb, hatékonyabb módon vehetnek részt a fogyasztók védelmét szolgáló törekvésekben. Erről beszélt a lapunknak adott interjúban Keszthelyi Nikoletta, az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkára.

- Az új testületi tagok, vezetők december végéig megkapják a megbízatásukat, miután a nyilvános kiírásra érkezett álláspályázatok alapján a miniszter a közeljövőben döntést hoz a személyükről. A testületek méretére a területi kamarák tesznek javaslatot - mondta a fogyasztóvédelmi területet felügyelő szaktárca illetékese. Hozzátette: a jelentkezők száma jól mutatja az érdemi igényt a civil szakemberek részvételére a megújuló békéltetésben. A több évtizedes, korábbi, átláthatatlan kiválasztási rendszerben sokan ugyanis nem tudtak élni ezzel a lehetőséggel. Az új feltételek a fogyasztóvédelmi törvény szeptember elsejével életbe lépett módosítása alapján garantálják, hogy jövőre sokkal hatékonyabbá válik az országos fogyasztóvédelmi intézményrendszer, amelynek az egyébként független békéltető testületek is szerves részei.

A költségvetési törvény szerint az állam tavaly is és az idén is 400 millió forinttal finanszírozta a húsz békéltető testület működését, amelyek a továbbiakban is minden megyeszékhelyen és a fővárosban működnek, ingyenes, gyors jogi segítséget nyújtva a fogyasztók és a vállalkozások között felmerülő vitás ügyek rendezéséhez. Ugyanakkor fontos változás, hogy a jövőben egységes gyakorlatot követnek majd a békéltetők, erre országos eljárási szabályzat készül.

Keszthelyi Nikoletta ismertetése szerint azzal, hogy az eddig lényegében zárt rendszerben működő békéltető testületeknél már bárki tag lehet, aki a szakmai feltételeknek megfelel, a civil fogyasztóvédelmi szervezetek tagjai sem kerültek hátrányba, hiszen ugyanúgy pályázhattak az álláshelyekre a megyékben és Budapesten is. Az új előírások eleget tesznek az uniós normáknak is, ezt az Európai Bizottság is megerősítette.

- A testületek a hatályos jogszabályok szerint, a függetlenség és pártatlanság elve alapján működnek. A békéltető testületi tagok az elmúlt húsz évben is a területileg illetékes kereskedelmi és iparkamarával álltak megbízási jogviszonyban, és ahogy eddig is, ezután is befolyástól mentesen, pártatlanul járnak el és hozzák meg döntéseiket - húzta alá az ITM helyettes államtitkára. Szavai szerint a lakosság is tapasztalja majd a paradigmaváltáson és intézményi átalakításon átesett állami fogyasztóvédelem hatékonyabb működését. A fogyasztók panaszukkal nem csak a kormányhivatalokhoz fordulhatnak segítségért, hanem a térítésmentesen igénybe vehető békéltető testületekhez is, amelyeknél az eljárás egy formanyomtatvány néhány perces igénylő kitöltésével kezdeményezhető.

- Noha alternatív vitarendezési fórumként tartjuk számon a békéltetést, a gyakorlatban a két fórum kiegészíti egymást, mostanra pedig minden korábbinál jobban együttműködnek. Előfordul, hogy miután a fogyasztóvédelmi hatóság megvizsgált egy konkrét ügyet és szükség szerint intézkedett az adott piaci területen, elmarasztalt egy vállalkozást, a fogyasztó panaszát már a békéltető testület eljárása során kezelik, ahogy ennek fordítottjára is van példa. A tapasztalatok szerint a békéltető testületekhez beérkező jelzések alapján gyorsabban és célirányosabban tud fellépni a hatóság a felmerülő témákban - mondta a helyettes államtitkár, kiemelve, hogy fontosnak tartják azt az új szemléletet erősíteni, miszerint a békéltetők és a hatóság kéz a kézben járnak el a fogyasztók védelmében, így az általuk felkínált segítséggel bátran élhet minden magyar állampolgár.

- A magyar kormány a fogyasztóvédelem terén határozott vízióval rendelkezik, amelyet évek óta következetesen végre is hajt. Továbbra is kiemelten fontos a magyar családok és a gyermekek védelme, a termékbiztonság erősítése, az elektronikus kereskedelem fogyasztóvédelme - húzta alá a helyettes államtitkár. - A minisztérium stratégiájában megjelennek a fogyasztóvédelem kiemelt projektjei és irányai is, emellett a hatályos vonatkozó törvény rendelkezései alapján előkészítés alatt áll a fogyasztóvédelmi szakmapolitikai program. Ez utóbbi a korábbi fogyasztóvédelmi politikákhoz képest rugalmasabb lesz, megkönnyítve az alkalmazkodást a gyorsan változó trendekhez.

Kibővül a panaszosok ügyintézési lehetősége

Thurzó Katalin

[Eredeti](#)

(Magyar Nemzet, 2019. november 14., csütörtök, 13. oldal)

Ejtőernyős fogyasztóvédők

BÉKÉLTETŐTESTÜLETEK PARRAGH NYEREGBEN PÉNZZHIÁNY

A civil részvételt és olykor a szakmaiságot is száműző centralizálásnak érzik a fogyasztóvédők a békéltetőtestületek átalakítását, ami az ügyfelek bőrére megy.

Nem tartozik a népszerű foglalkozások közé a békéltetőtestületi tagság. Tolna megyében biztosan nem, hiszen ott újabb pályázatot kellett kiírni a helyi kereskedelmi és iparkamara mellett működő, 2020 januárjától gyökeresen megújítandó békéltetőtestület leendő tagjai és elnöke számára. Ahhoz ugyanis, hogy a testület felálljon, legalább öt jelentkező szükséges, márpedig Tolnában lasszóval is csak négyet tudtak fogni. Pedig a békéltetőtestület az egész EU-ban fontos pillére a fogyasztóvédelemnek: ez az a fórum, ahol peren kívül, gyorsan, ingyenesen és - elvben - szakszerűen rendezni lehet az ügyfelek és a szolgáltatók közötti vitákat. Magyarországon tavaly majdnem 13 ezer volt belőlük. (Nem tartoznak ide a Magyar Nemzeti Bank alá tartozó, külön szabályozott Pénzügyi Békéltető Testület eljárásai.)

Noha Tolna megyében van a legkevesebb dolguk a békéltetőknek - 2018-ban mindössze 83 ügyben jártak el -, a pályázati fiasco rávilágít arra, hogy valami nagyon nincs rendben a szeptember 1 -je óta hatályos új szabályokkal. A HVG információi szerint a legtöbb ügyet futtató Pest megyében például az eddigi 26 békéltetőtestületi tag közül 18-an azért nem pályáztak újra a tisztségre, mert - mint egyikük elpanaszolta - "meggyőződésünk, hogy itt már mindent levajaztak, a régi, elkötelezett szakembergárda helyett ejtőernyősöket futtatnak be". Hasonló a helyzet Budapesten is, ahová eddig az összes ügynek közel a fele érkezett,

azért is, mert ide tartoztak a határon átnyúló vásárlásokkal kapcsolatos, gyorsan szaporodó panaszok.

A módosított fogyasztóvédelmi kódex példátlan centralizációt vezetett be. A békéltetőtestületek összetételéről a végső szót Palkovics László innovációs és technológiai miniszter mondhatja ki, ő pedig alapvetően arra támaszkodik majd, amit a pályázati folyamat levezénylését megkaparintó Magyar Kereskedelmi és Iparkamara és annak elnöke, a jó kormányzati kapcsolatokkal bíró Parragh László javasol neki. "A békéltetőtestületek húszéves múltja alatt az MKIK sosem vett részt a vitarendezésben, így megfelelő tapasztalata sincs" - indokolja Szányi Gabriella, a Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara igazgatója, miért sérelmezik, hogy se az új szabályok véleményezésébe, se az új testületek felállításával összefüggő teendőkbe nem vonták be a területi kamarákat, "ahol ez a tevékenység valójában folyik".

Formálisan persze demokratikus az új rendszer, mivel bárki pályázhat, aki megfelel a törvényes feltételeknek, például megvan a minimum kétéves szakmai múltja. Eddig csak a vállalkozásokat képviselő kamarák vagy a fogyasztóvédelmi szervezetek delegáltjai lehettek testületi tagok. A legnagyobb változás az, hogy míg eddig jelentős befolyása volt az eseményekre a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetségének, addig most a civil szervezeteknek egyáltalán nem osztanak lapot - magyarázza Baranovszky György, a FEOSZ ügyvivő elnöke, aki szintén nem pályázta meg újra a budapesti békéltetőtestület elnöki tisztét.

A civilek szerint az is növeli a fogyasztók kiszolgáltatottságát, hogy a jövőben fő szabály szerint nem az eddig jellemző háromfős tanács, hanem egyetlen, közgazdász vagy jogász végzettségű tag dönthet a legtöbb ügyben. "Az ügyek zöme azért nem olyan egyszerű, hogy kicserélik-e a leszakadt talpú új cipőt. Hogyan dönt majd egy közgazdász például egy olyan komplikált vitában, mint a pacemakeres ügyfélnek életveszélyes szívproblémákat okozó, több százezer forintos mágneses csodaágy esete?" - veti fel egy békéltetőtestületi elnök. Azt nem tudni, melyek azok a bonyolult ügyek, amelyeket ezután is háromfős testületnek kell elbírálnia, de remélhetőleg a légitársaságokkal vagy a határon túli illetőségű webáruházakkal szembeni fogyasztói sérelmek közéjük tartoznak majd.

"Az új szabály egyáltalán nem zárja ki a civil szervezeteket, hiszen segíthetik az általuk alkalmasnak tartott szakembereket abban, hogy pályázzanak" - veti ellen az MKIK jogásza, Zemplényi Adrienne. Mint mondja, az eddig benyújtott pályázatokat az MKIK nem önhatalmúan értékelte, hanem figyelembe vette a helyi kamarák javaslatait. A HVG információi szerint azonban épp a legfontosabb budapesti és Pest megyei testületeknél szelektált a pályázatok között, s a neki nem tetszőket nem továbbította a miniszternek. Zemplényi szerint nem lesz gond a különböző érdekek között fenntartandó egyensúllyal, mert a fogyasztói és vállalkozói oldal képviselői nagyjából egyenlő arányban pályáztak. Csakhogy ez most bemondásra megy, ami komolytalan - lázonganak a fogyasztóvédők.

Az Orbán-kormánynak nem szívügye a terület, még fogyasztóvédelmi stratégiája sincs. A békéltetőtestületek éves állami támogatása nem egészen 400 millió forint, ami az MKIK-n keresztül érkezik. A legjobban leterhelt Budapest és Pest megye eddig ebből körülbelül 220 milliót vitt el, a többire átlagosan még 10 millió sem jutott. "Ha egy megyei kamara nem tudja kiegészíteni az állami juttatást, ott leállnak az ügyek, ami súlyosan sérti a fogyasztók érdekét" - mutatja be a képtelen helyzetet Csanádi Károly, a Pest megyei testület elnöke. Szányi Gabriella nehezményezi, hogy az MKIK a jövőben önkényesen dönthet a finanszírozás elosztásáról - a saját forrásait például már meg is emelte. Sokszor a spórolás miatt kellett felállítani egyfős tanácsot. Ennek díjazása ügyenként tízezer forint. "Az egyik félrevezetett pályázónk kiszámolta, ha naponta hat ügyön végigrohan, akkor havonta

egymilliót is megkereshet. Mennyire fog ő elmélyülni a fogyasztók gondjaiban, ha kinevezik?" - háborog egy megyei kamara elnöke.

Az új szabályok az uniós fogyasztóvédelmi normákat is sértik - állítja Baranovszky. Igaz, Európa nyugati felén is változhat a békéltetőfórumok szerepe. Ott azonban főképpen azért, mert a fogyasztók egyre tudatosabbá, a szolgáltatók pedig együttműködőbbé válnak.

GYENIS ÁGNES

[Eredeti](#)

(HVG, 2019. november 14., csütörtök, 82+83. oldal)

Elképesztő: csaknem 100 ezer biztosítatlan autó száguldozik a magyar utakon

Felelőtlenség!..

Már kalkulálhatók az év végi évfordulós kgfb-szerződések díjai, és tanulmányozhatóak az új fedezetlenségi díjak is, amelyeket a felelősségbiztosítással nem rendelkező gépjárművek tulajdonosainak, üzemeltetőinek kell fizetniük. A kötelező gépjármű-felelősségbiztosításról (kgfb) szóló törvény rendelkezéseinek megfelelően e hét elejéig kellett megkapniuk az érintett ügyfeleknek biztosító társaságaiktól a jövő év január elsejétől alkalmazandó díjtarifáikat. A mostani kampány a több mint 5,3 milliós közúti gépjármű-állományból még mindig az 1,2 milliót meghaladó gépjárművet, köztük 726 ezernél is több személygépkocsit érint. A 13 piaci szereplő közül 10 biztosító új díjat alkalmaz a jövő év elejétől, miközben továbbra is sok, közel százféle kedvezményt hirdettek meg - hívja fel a figyelmet a Magyar Biztosítók Szövetsége (MABISZ) közleménye. A kedvezményrendszerekben kisebb változtatások fellelhetők, így például van olyan társaság, díjtarifa-kedvezményt ad a tömegközlekedési bérlettel rendelkezőknek, a bejelentett kilométer-óra állás alapján vagy akár az évszaknak megfelelő gumit használóknak, A biztosítók többségénél továbbra is díjkedvezményt kapnak a családostok, a kiskorú gyermeket nevelők. Kedvezményt biztosít az e-kommunikáció választása, ha a gépjármű-tulajdonos a korábbi, papír alapú kapcsolattartás helyett az e-mailen, Interneten keresztüli kommunikációt részesíti előnyben. Több biztosítónál kedvezményben részesülnek azok, akik a csekkes díjfizetés helyett a banki átutalás vagy csoportos beszedés lehetőségével kívánnak élni. Kedvezményes díjat kaphatnak az éves díjfizetést választó gépjármű-tulajdonosok is azokkal szemben, akik a negyedéves vagy havi díjfizetés lehetőségét részesítik előnyben. Továbbra is fellelhető a díjkedvezmények körében a nyugdíjas-kedvezmény, a közszolgálati dolgozók, illetve az egyházi alkalmazottak kedvezménye. A partnerkedvezményeket széles körben alkalmazzák a társaságok azok számára, akik valamely meghatározott szervezet tagjai, illetve pénzügyi ügyfelei, vagy azok számára, akik más típusú biztosítással is rendelkeznek az adott cégnél. Széles körben alkalmazzák az úgynevezett együttműködési kedvezményt is, amelyhez akkor juthatunk hozzá, ha valamilyen más biztosítást is kötünk a kgfb-szerződéssel egy időben egyazon biztosítónál. Azoknak a járműtulajdonosoknak, illetve üzemeltetőknak, akik úgy döntenek, hogy biztosításukat valamely más társasághoz szeretnék átvinni, legkésőbb december 1-jén éjfélig el kell juttatniuk írásbeli felmondásukat a biztosítójukhoz. Ezt követően december 31-éig még egy hónap áll rendelkezésükre arra, hogy a jövő évre vonatkozó szerződésüket megkössék. Amennyiben valaki biztosítót váltásban

gondolkodik, érdemes felkeresnie a szövetség honlapján megtalálható díjnavigátort. A szövetség 2010 óta működteti a fogyasztóvédelmi eszközét, amely minden piaci szereplő valamennyi kedvezményét tartalmazza, s egyfajta etalon abban a tekintetben, hogy a biztosítók a díjkalkulációk helyességét tesztelik és jóváhagyják, illetve hogy az eszköz kizárólag fogyasztóvédelmi eszközként funkcionál, az üzleti érdekek nem játszanak szerepet a működtetésében. Miközben a kgfb-szerződéssel rendelkező érintettek a Díjnavigátort böngészhetik a mabisz.hu-n, addig azoknak, akik nem rendelkeznek a kötelező felelősségbiztosítási fedezettel, a csütörtökön közzétett, 2020-ra érvényes fedezetlenségi díjtáblázatot érdemes tanulmányozniuk. Autóbuszok esetében a fedezetlenségi díj - a busz férőhelyszámától függően - napi 820-4780 forintot tesz ki, tehergépkocsik esetében pedig akár a 3900 forintot is elérheti naponta. A jogalkotó ezzel a jogi eszközzel is azt kívánja elérni, hogy minden gépjármű rendelkezzen kötelező gépjármű felelősségbiztosítással. Emellett a jogszabály nem ad lehetőséget a fedezetlenségi díj elengedésére, így jelentős anyagi kockázatot vállalnak a kgfb-szerződéssel nem rendelkezők. Ezért a MABISZ arra hívja fel a figyelmet, hogy ha valakinek nem érkezik meg a befizetésre szolgáló csekk, vagy valamely okból nem történik meg a banki átutalás vagy nem teljesül a csoportos beszedés, feltétlenül időben vegyék fel a kapcsolatot biztosítójukkal és jelezzék a problémát. A szeptember végi adatok szerint a segédmotoros kerékpárok nélkül számított, 5,2 millió magyarországi gépjármű közül több mint 89,5 ezer gépjármű (kb. 1,7 százalék) nem rendelkezett érvényes kgfb-szerződéssel. Ők nemcsak a fedezetlenségi díj megfizetését kockáztatják, ám ha balesetért felelősek, úgy az okozott, akár több millió forintos kárt is meg kell téríteniük. Azon károsultak kártalanítását, amelyet a biztosítási szerződéskötési kötelezettség ellenére biztosítási szerződéssel nem rendelkező üzembentartó, illetőleg bizonyos korlátok között ismeretlen üzembentartó járművének üzemeltetésével okoztak, a MABISZ kezelésében lévő, elkülönített Kártalanítási számláról végzik. Felelősségbiztosítással nem rendelkező károkozó esetén, vagy amennyiben a kárbejelentés időpontjában a károkozó felelősségbiztosítója nem ismert, a kárbejelentést a MABISZ felé kell megtenni, a kárrendezést pedig a káriratok alapján a MABISZ vagy az időközben azonosított felelősségbiztosító folytatja le, a szövetség pedig az úgynevezett regressz eljárás keretében hajtja be a kérdéses összeget a károkozón. Tavaly a MABISZ Ügyfélszolgálatához 818, idén eddig 562 biztosítással nem rendelkező károkozó ügyében érkezett megkeresés. -

Eredeti

(penzcentrum.hu, 2019. november 14., csütörtök)

Saját digitalizációs programot dolgozott ki a Magyar Bankszövetség

Műsorvezető: - Saját digitalizációs programot dolgozott ki a Magyar Bankszövetség. Hogy ez mit jelent, megtudjuk Becsei Andrástól, a Magyar Bankszövetség elnökétől. Jó reggelt kívánok!

Becsei András (elnök, Magyar Bankszövetség): - Jó reggelt kívánok!

Műsorvezető: - Na, mi ez a program?

Becsei András: - Hát, egy több pontból álló akciótervet dolgoztunk ki, amelyiknek az a lényege, hogy hogyan lehetne elérni, hogy a banki szolgáltatások ténylegesen digitálissá váljanak. Ez egy 22 pontos csomag, ugyanis azt látjuk, hogy ha egy-két módosítás történt,

például a jogszabályokon, ami előírja jelenleg az írásbeliséget, hogyha ezek az egyes akadályok megszűnnének, még nem biztos, hogy el tudnánk érni, hogy tényleg elektronikus módon lehessen végrehajtani a legtöbb banki műveletet.

Műsorvezető: - Ez miért cél, hogy minden digitális legyen?

Becsei András: - Azt szeretnénk elérni, hogy... Már most is van az ügyfélkörnek egy olyan része, aki szereti, hogyha digitálisan tudja intézni bankügyeit, gyorsabban, kényelmesebben, és természetesen emellett még megmaradnak a fiókértékesítési csatornák is, tehát vannak olyan ügyfelek, akik személyesen szeretik intézni az ügyeiket, de ahogy mondtam, már most látszik egy olyan jelentős ügyfélkör, aki szeretné, hogyha otthonról digitálisan tudná intézni a legtöbb bankügyet. Nagyon sok mindent most is lehet, de messze nem teljes körű ez a kör.

Műsorvezető: - Mi hiányzik hozzá

Becsei András: - Én azt mondom, hogy a 3 plusz 1 témakört jelöltünk meg, amivel foglalkoztunk, és a 22 pontot be lehet csoportosítani ezekbe a kategóriákba. Az egyik része, amikor azt néztük meg, hogy egyes esetekben kifejezetten előírja a törvény az írásbeliséget. Ezeket összeszedtük, például a nyugdíj-előtakarékossági számla, de ilyen mondjuk a lakáshitelezés is, ahol írásban kell a szerződést megkötnünk. Ezek azt mondom, hogy csak összegyűjtöttük azokat, ahol a törvényi tiltás az akadály. Van egy másik rész, amikor azt mondjuk, hogy azért ennél innovatívabbak is tudunk lenni, és például megnézzük, hogy az elektronikus ügyintézési törvény milyen lehetőségeket ad. Például mire gondolok? Hogy az ügyfélkaput vagy az elektronikus tárhelyet hogyan lehetne felhasználni, például Ön is, amikor kap a banktól egy tértivevényes levelet, akkor ehelyett azt választhatná, hogy az elektronikus tárhelyen megérkezik. Hiszen azért többen vagyunk úgy, hogy egy tértivevényes levél után, ha éppen nem vagyunk otthon és jellemzően nem vagyunk otthon, akkor hogyan kell utána szaladni, azt mondanánk, hogy ezt lehetővé lehetne tenni, vagy mondjuk az elektronikus személyi igazolványnál hogyan tudjuk jobban felhasználni a benne lévő adatokat. És a harmadik pedig, azt mondjuk, hogy nagyon sok hatóság, illetve bank a saját működését digitalizálta. Tehát azt mondja, hogy digitális szigetekként léteznek ezek a hatóságok, csak tudja mi köti össze ezeket a digitális szigeteket? Mi kötjük össze, mint ügyfelek, ahol az egyik pecsétetes papírral elmegyünk a másik hatósághoz, ahol a ott levő adatokat megint valaki rögzíti, úgymond digitalizálja, ott megint digitális szolgáltatások vannak, és a folyamat végén kapunk egy újabb pecsétetes papírt, amivel megyünk az újabb hatósághoz. És azt mondjuk, hogy ha már létrejött ezek a digitális szigetek, akkor össze tudjuk őket kötni. És ezekre az összekötésekre tettünk javaslatot, például mondjuk hogyha nézünk egy banki terméket, egy viszonylag bonyolultabb, a lakáshitelt, akkor nagyon sokszor érzik úgy az ügyfelek, jogosan, hogy az egyes papírokkal ők nagyon szaladgálnak, és erre mondtuk, hogy mi lenne, hogyha az ügyfél elindítja a folyamatot, és ebben már a bank digitálisan összegyűjti Ön helyett Önnek ezeket a részeket. És a negyedik, tehát amikor azt mondom, hogy a 3 plusz 1-es, ez az azonos tevékenység, azonos szabályozás, tehát azt mondjuk, hogy egy viszonylag erős konkurenciát is kapnak a bankok a nagy technológiai cégek esetében, például ami mondjuk az elmúlt időszakban az újságcikkekben többször megjelent, hogy a Facebook tervezi a piacra lépést 2020-ban a banki piacra, és itt azt fogalmaztuk meg, hogy egyenlő feltételekkel versenyezhetünk a nagy technológiai cégekkel.

Műsorvezető: - Mennyire biztonságos ez? Mert mindig a kényelmet hangsúlyozzák, de hát azért mi van, ha egyszer valaki lekapcsolja a villanyt? Már a pénz maga is virtuális, mert ugye számlapénz van. Aztán hogyha személyes közreműködés nincs a bank részéről sem, maga az ügyfél részéről sem, akkor egy érdekes helyzet alakulhat itt ki, nem? Főleg hogyha magáncégek is belépnek erre a piacra. Azért a Facebook-nak tudjuk a biztonsági kockázatait.

Becsei András: - Ugye itt két dolog merült fel pont a technológiai cégek kapcsán, azért a Fed-elnök is jelezte, hogy adatvédelmi, terrorizmusfinanszírozási, fogyasztóvédelmi problémákat lát, de azt próbáljuk megvalósítani a technológiai fejlődéssel, tehát fejlesztésekkel, hogy egyrészt az ügyféligenyeket jól ki tudjuk szolgálni, másik, hogy biztonságos legyen. És ezek a biztonságra több olyan szabvány van, ami előírja, hogy hogyan kell végrehajtanunk ezeket a tranzakciókat, és pont ezek a szabványok erősítik a biztonságot. Arra azért felhívom a figyelmet, hogy a készpénznél is a biztonsági kockázatok, tehát azt az elmúlt pár száz évben megtapasztaltuk, hogy milyen biztonsági kockázattal járhat, hogyha egy nagyobb készpénzzel megyek az egyik helyről a másikra, tehát ebben sajnos több olyan embertársunk volt, aki ezzel nem érkezett meg ezzel a készpénzzel, ami ott volt a zsebében. Tehát azt mondjuk, hogy a másik oldalon is vannak olyan kockázatok, amiket egyes esetekben nagyobb kockázatnak is gondolunk.

Műsorvezető: - Ugye azért is érdekes a biztonságról egy kicsit beszélni, mert hogyha az ember hallgatja a havi tudósításokat, meg azokkal a szakemberekkel beszélget ilyen témáról, azért az is fejlődik, a kibertér, a kiberháború is fejlődik. Hogy maradhat ki ebből a bank? Önöket is vannak olyan szakembereik, akik ezeket a védelmi vonalakat föl tudják állítani?

Becsei András: - Természetesen, a banki informatikai biztonsági fejlesztések szinte egy önálló iparágga nőtték ki magukat, tehát ez egy folyamatos verseny, hogy hogyan tudjuk a biztonságot garantálni, jelentős fejlesztéseket áldoz erre a szektor azért, hogy biztonságban tudja az ügyfelek pénzét.

Műsorvezető: - Olvastam egy másik cikket is, ugye ami tulajdonképpen a digitalizációval összefügg, az, hogy a készpénzforgalmat csökkenteni. Miért kell azt csökkenteni? Kit zavar?

Becsei András: - Igen, ez egy jó kérdés, mert a készpénznél, amit így problémaként azonosítottunk, hogy mi úgy vesszük, hogy a tranzakciós illeték, illetve a kétszeri ingyenes készpénzfelvétel bevezetése óta két és félszeresére növekedett a készpénzállomány, ez most már 6300 milliárd forint és nagyon sok hallgató mondhatja, hogy hát ha a pénztárcámban két és félszer annyi készpénz lenne, hát annak én örülnék, hát most miért baj az, hogyha ez megnövekedett. Amiben problémát látunk, hogy ettől azért, tehát ami igaz ez egyéni szinten, hogy örülnek, hogyha a pénztárcánkban több van, de ott is azért igazából az a meghatározva, hogy összességében mekkora pénzügyi vagyunk van, és hogy ennek mekkora része van a pénztárcában és mekkora része a bankszámlán, attól önmagában nem leszünk gazdagabbak, társadalmi szinten ez különösen igaz. Tehát a készpénz az egy drága fizetési mód, ami két, tehát több költsége is van, de mondjuk kettőt hangsúlyoznék, az egyik a készpénz-előállítás költsége, tehát amikor megnézzük a pénztárcánkban azokat a bankjegyeket, azon nemcsak egy fecni papír, nagyon sok biztonsági elem van rajta, egy nagyon komoly elemekkel teletűzdelt bankjegyekről beszélünk.

Műsorvezető: - A vert aranynál azért olcsóbb.

A vert aranynál olcsóbb, de önmagában mondjuk, hogyha a 6300 milliárd forintnak, még ha nem is vert arany, de azért van költsége az előállításának. A másik, ami azt gondolom, hogy háromszor vagy négyszer ekkora költséget generál, az a szürkegazdaság, tehát az látszik a felmérésekből, meg minden nemzetközi tapasztalatból, de akár itt szerintem azt mondhatjuk, hogy a saját tapasztalásunk is lehet, hogy miért nem jó az, hogyha nem kapunk számlát, hogyha valami nem jelenik meg szolgáltatás a hivatalos rendben, és erre mondjuk, hogy a szürkegazdaságot úgy lehetne csökkenteni, hogyha minél több tranzakció, minél több művelet, az elektronikusan valósuljon meg.

Műsorvezető: - Ez igaz. Ugye akik ebben a világban élnek, azoknak igen, de hát nagyon sokan azért nem így vannak ezzel. Például idősebb emberek, akik szeretik azért látni, hogy megkapják a nyugdíjukat, meg tudják számolni, beosztják, meg van előtte a sárgacsekk, kiszámolja azt, hogy pontosan mire mennyit fizet, látja, hogy mennyi van a pénztárcájában.

Na most őnekik egy kártyát adni, kötelezni arra, hogy bankszámlájuk legyen, meg hogy még akkor mindenféle tranzakciókat interneten csináljanak, ez kicsit olyan kíméletlenül hangzik, nem? Vagy ez lassú átszoktatás? Tehát megmarad a hagyományos rendszer is?

Becsei András: - Megmarad egyrészt a hagyományos rendszer, másrészt azt mondanánk, hogy nem arra vonatkozott a javaslatunk, hogy aki most jelenleg, mondjuk a példájánál maradva készpénzben kapja a nyugdíját, azt majd később ne kapja, tehát itt azt mondanánk, hogy előretekintően legalább alakítsuk ki mondjuk, itt mondjuk a fizetésekre gondoltunk, hogy jelenleg a fizetések negyede az készpénzben kerül kifizetésre, hogy a fizetések azért a számlára érkezenek, és azt mondanák, hogy előretekintően, tehát mondjuk 2020-tól, aki akkor vonul nyugdíjba, ők kapják a pénzüket már a számlára. És azt mondom, a költséget azért mindegyikünk viseli. Tehát ez az 500 milliárd forint azért ez egy olyan költség, ami mindegyikünkönél jelentkezik.

Műsorvezető: - Köszönöm szépen! Beszélgetünk még erről biztos, merthogy alakul ez a téma is. Becsei Andrással, a Magyar Bankszövetség elnökével beszélgettünk egyelőre.

Becsei András: - Köszönöm! Visszont hallásra!

[Eredeti](#)

(Kossuth Rádió - 180 perc, 2019. november 14., csütörtök, 06 óra)

Szédületes leárazás jön novemberben - nem árt észnél lenni!

A különböző otthoni gépek, elektronikai cikkek beszerzésére kitűnő alkalom a ma már Magyarországon is szokásosan megtartott Black Friday, amikor a kiskereskedelemben átlagon felüli kedvezményeket kínálnak a vásárlóknak. Az Egyesült Államokból eredő szokás ezért fontos csúcspontja a vásárlásoknak. Ugyanakkor nem árt egy kis tudatosság illetve felkészülés. Vásárlás előtt Bármilyen tartós fogyasztási cikk beszerzése van tervbe véve, érdemes sok szempontot végiggondolni illetve a vásárláshoz szükséges információkat megszerezni. Így amikor eljön a Black Friday okosan lehet kihasználni a kínált lehetőségeket. Az első szempont, amit - mint minden akciónál általában - érdemes megnézni, hogy valóban olcsóbb-e az adott termék. Továbbá fontos mérlegelni a vásárló igényeit és a vásárolni kívánt termék tudását, kapacitását méretét. Egy olyan termék, ami bár nagyobb vagy több funkcióval rendelkezik nem biztos, hogy ki lesz használva az adott háztartásban. Ezen felül például lehet, hogy a boltban, vagy a webshopon kihagyhatatlan lehetőségnek tűnik például egy nagyobb hűtőszekrény megszerzése, csak fontos szempont, hogy befér-e a tervezett helyére, illetve egyáltalán a bejáratú ajtón. Hűtőszekrényeknél főleg - hisz a nap 24 órájában szolgálják a háztartást -, de más elektronikai eszközöknél is fontos szempont az energiafelhasználás mértéke. Vásárláskor mérlegre kerülhet az adott eszközökből egy nagyobb vagy kevésbé energiatakarékos míg vele szembe lehet állítani, egy méretében vagy kapacitásában kisebbet, de a tesztek alapján jobbat, megbízhatóbbat, takarékosabbat. A tájékozódást segíti, hogy a különböző gépeket - például hűtőket, mosógépeket - a Tudatos Vásárlók Egyesülete nemzetközi fogyasztóvédelmi szervezetekkel együttműködésben rendszeresen teszteli független laboratóriumban. A végeredményeket, amelyekből kiderül, hogy több tucat gép közül melyek szerepeltek a legjobban fizető tartalomként érhetőek el a Tudatos Vásárlók Egyesületének erre létrehozott oldalán. Meglepetések Általánosságban az is elmondható, hogy nem érdemes az adott márkákat favorizálni, hanem átböngészni a teszteket

és megkeresni az kategória legjobbjait, amelyek árban is megfelelőek. Miért kell fizetni a teszteredményekért? A Napi.hu szerkesztőségi blogja, a Buksza évek óta publikálja a Tudatos Vásárlók Egyesülete (TVE) által ismertetett, nemzetközi laboratóriumban végzett tesztek. Több olvasó érdeklődött az elmúlt időszakban, hogy az adott cikkekből miért nem derül ki a tesztek konkrét eredménye, vagyis az, hogy pontosan melyik gép hányadik helyen végzett, melyik a legjobb, legolcsóbb stb. Ennek az az oka, hogy a tesztek megrendelőjének és jogtulajdonosának, a - Tudatos Vásárlók Egyesületével együttműködő - International Consumer Research and Testing Ltd.-nek ez az előírása. A gyártóktól független nemzetközi ICRT hálózata világszerte fizetős tesztekkel segít a vásárlóknak: egységesen kidolgozott módszertan és szempontrendszer alapján készíti a tesztek akkreditált laboratóriumokban. Egy-egy termékteszt nemzetközi szinten zajlik, amelyeket a Tudatos Vásárlók Egyesülete tesz magyarul is elérhetővé és az adott termékek magyarországi árát is publikálja, ha azok megtalálhatóak a piacon. A Napi.hu szerkesztőségi blogja, a Buksza pedig nem kap pénzt, jutalékot vagy egyéb juttatást a teszt készítőitől. Egy-egy tesztért kevesebb mint 2 ezer forintot kell fizetni, ez az összeg egy-egy háztartási gép árának töredéke, így, aki a független laboratóriumban vizsgált termékek közül szeretne a legjobbak közül választani és belefér a büdzsébe, azoknak érdemes a tesztet megnézniük a vásárlás előtt. A szóban forgó fizetős tesztek a Tudatos Vásárlók Egyesületének az oldalán, itt érhetőek el (fizetős tartalmak). Szintén lényeges, hogy sok gépnél, például a mosógépeknél, hűtőknél, televízióknál egy-egy márkának több terméke is képviselteti magát eltérő helyezésekkel. Nagyon nagy a szórás akár egy márkán belül is az árakban illetve az elektronikai cikkek minőségében is. Gépek, tesztek, eredmények A tesztelt mosógépek között például az első helyek nagy részét a Miele mosógépek foglalják el 380-526 ezer forint közötti áráért. Itt a lista elején jelen vannak még az LG, a Siemens, a Whirlpool márkák, akik hasonlóan jó eredményeket értek el, mint társaik árazásuk viszont 112-289 ezer forint közé esik. (A mosógépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A hűtők és fagyasztók között az LG, a Bosch, a Liebherr, a Miele, Gorenje termékei kerültek az élbolyba 147-303 ezer forintos árú gépekkel. (A hűtőgépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A robotporszívók versenyében a legjobbak között van 50 ezer forintos gép, de akadnak 200 ezer forintnál drágábbak is. Robotporszívó választáskor érdemes a Rowenta és az LG készülékeket is számba venni. (A robotporszívók tesztje itt érhető el - fizetős tartalom.) Aki az akciók átnézését mosogatógép beszerzés miatt tenné meg, annak a tesztek eredményei annyiban segítenek, hogy itt a tesztelt gépeknél a Bosch és a Siemens gépei szerepeltek kiemelkedően. Árazást tekintve 310-360 ezer forintért. (A mosogatógépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A mikrohullámú sütők versenyében sokkal színesebb a rangsor, hisz mind a Bosch, LG, Panasonic, Severin, Samsung és Whirlpool mikrók is találhatóak a lista elején 32-251 ezer forintos skálát hagyva a vásárlóknak, hogy mindenki igényeihez és pénztárcájához mérten tudjon választani. (A mikrók tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A konyhai robotgépeknél a Bosch, a KitchenAid és az Electrolux küldött termékeket az élbolyba. Itt is érdemes a teszt eredményeit és a tesztelés szempontjait tanulmányozni, hisz az első helyezett termék már 36 ezer forintos áron is megkapható, míg az után következőkért akár 170-186 ezer forintot is elkérhetnek. (A robotgépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A sima porszívóknál az árak itt is nagy szórást mutatnak 74-150 ezer forint között lehet válogatni a legjobbakból. (A porszívók tesztje itt érhető el - fizetős tartalom.) Érdekes lehet még a turmixgépek versenye, a Vitamix, a KitchenAid, a Braun, a Philips és az Electrolux is megjelenik az élbolyban. Itt is széles skála az árakat tekintve: van 32 ezer forintos gép, de akad 300 ezer forintnál drágább. (A turmixgépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A beépített sütők között a

Bosch, az AEG, a Balay és az Ikea szerepelt a lista elején 130-940 ezer forintos gépeikkel. (A sütők tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.)

A különböző otthoni gépek, elektronikai cikkek beszerzésére kitűnő alkalom a ma már Magyarországon is szokásosan megtartott Black Friday, amikor a kiskereskedelemben átlagon felüli kedvezményeket kínálnak a vásárlóknak. Az Egyesült Államokból eredő szokás ezért fontos csúcspontja a vásárlásoknak. Ugyanakkor nem árt egy kis tudatosság illetve felkészülés. Vásárlás előtt bármilyen tartós fogyasztási cikk beszerzése van tervbe véve, érdemes sok szempontot végiggondolni illetve a vásárláshoz szükséges információkat megszerezni. Így amikor eljön a Black Friday okosan lehet kihasználni a kínált lehetőségeket. Az első szempont, amit - mint minden akciónál általában - érdemes megnézni, hogy valóban olcsóbb-e az adott termék. Továbbá fontos mérlegelni a vásárló igényeit és a vásárolni kívánt termék tudását, kapacitását méretét. Egy olyan termék, ami bár nagyobb vagy több funkcióval rendelkezik nem biztos, hogy ki lesz használva az adott háztartásban. Ezen felül például lehet, hogy a boltban, vagy a webshopon kihagyhatatlan lehetőségnek tűnik például egy nagyobb hűtőszekrény megszerzése, csak fontos szempont, hogy befér-e a tervezett helyére, illetve egyáltalán a bejáratú ajtón. Hűtőszekrényeknél főleg - hisz a nap 24 órájában szolgálják a háztartást -, de más elektronikai eszközöknél is fontos szempont az energiafelhasználás mértéke. Vásárláskor mérlegre kerülhet az adott eszközökből egy nagyobb vagy kevésbé energiatakarékos míg vele szembe lehet állítani, egy méretében vagy kapacitásában kisebbet, de a tesztek alapján jobbat, megbízhatóbbat, takarékosabbat. A tájékozódást segíti, hogy a különböző gépeket - például hűtőket, mosógépeket - a Tudatos Vásárlók Egyesülete nemzetközi fogyasztóvédelmi szervezetekkel együttműködésben rendszeresen teszteli független laboratóriumban. A végeredményeket, amelyekből kiderül, hogy több tucat gép közül melyek szerepeltek a legjobban fizetős tartalomként érhetőek el a Tudatos Vásárlók Egyesületének erre létrehozott oldalán. Meglepetések Általánosságban az is elmondható, hogy nem érdemes az adott márkákat favorizálni, hanem átböngészni a teszteket és megkeresni az kategória legjobbait, amelyek árban is megfelelőek. Miért kell fizetni a teszteredményekért? A Napi.hu szerkesztőségi blogja, a Buksza évek óta publikálja a Tudatos Vásárlók Egyesülete (TVE) által ismertetett, nemzetközi laboratóriumban végzett teszteket. Több olvasó érdeklődött az elmúlt időszakban, hogy az adott cikkekből miért nem derül ki a tesztek konkrét eredménye, vagyis az, hogy pontosan melyik gép hányadik helyen végzett, melyik a legjobb, legolcsóbb stb. Ennek az az oka, hogy a tesztek megrendelőjének és jogtulajdonosának, a - Tudatos Vásárlók Egyesületével együttműködő - International Consumer Research and Testing Ltd.-nek ez az előírása. A gyártóktól független nemzetközi ICRT hálózata világszerte fizetős tesztekkel segít a vásárlóknak: egységesen kidolgozott módszertan és szempontrendszer alapján készíti a teszteket akkreditált laboratóriumokban. Egy-egy termékteszt nemzetközi szinten zajlik, amelyeket a Tudatos Vásárlók Egyesülete tesz magyarul is elérhetővé és az adott termékek magyarországi árát is publikálja, ha azok megtalálhatóak a piacon. A Napi.hu szerkesztőségi blogja, a Buksza pedig nem kap pénzt, jutalékot vagy egyéb juttatást a teszt készítőitől. Egy-egy tesztért kevesebb mint 2 ezer forintot kell fizetni, ez az összeg egy-egy háztartási gép árának töredéke, így, aki a független laboratóriumban vizsgált termékek közül szeretne a legjobbak közül választani és belefér a büdzsébe, azoknak érdemes a tesztet megnézniük a vásárlás előtt. A szóban forgó fizetős tesztek a Tudatos Vásárlók Egyesületének az oldalán, itt érhetőek el (fizetős tartalmak). Szintén lényeges, hogy sok gépnél, például a mosógépeknél, hűtőknél, televízióknál egy-egy márkának több terméke is képviselteti magát eltérő helyezésekkel. Nagyon nagy a szórás akár egy márkán belül is az árakban illetve az elektronikai cikkek minőségében is. Gépek, tesztek, eredmények A tesztelt mosógépek között például az első helyek nagy részét a Miele mosógépek foglalják el 380-526 ezer forint közötti áráért. Itt a lista

elején jelen vannak még az LG, a Siemens, a Whirlpool márkák, akik hasonlóan jó eredményeket értek el, mint társaik árazásuk viszont 112-289 ezer forint közé esik. (A mosógépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A hűtők és fagyasztók között az LG, a Bosch, a Liebherr, a Miele, Gorenje termékei kerültek az élbolyba 147-303 ezer forintos árú gépekkel. (A hűtőgépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A robotporszívók versenyében a legjobbak között van 50 ezer forintos gép, de akadnak 200 ezer forintnál drágábbak is. Robotporszívó választáskor érdemes a Rowenta és az LG készülékeket is számba venni. (A robotporszívók tesztje itt érhető el - fizetős tartalom.) Aki az akciók átnézését mosogatógép beszerzés miatt tenné meg, annak a tesztek eredményei annyiban segítenek, hogy itt a tesztelt gépeknél a Bosch és a Siemens gépei szerepeltek kiemelkedően. Árazást tekintve 310-360 ezer forintért. (A mosogatógépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A mikrohullámú sütők versenyében sokkal színesebb a rangsor, hisz mind a Bosch, LG, Panasonic, Severin, Samsung és Whirlpool mikrók is találhatóak a lista elején 32-251 ezer forintos skálát hagyva a vásárlóknak, hogy mindenki igényeihez és pénztárcájához mérten tudjon választani. (A mikrók tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A konyhai robotgépeknél a Bosch, a KitchenAid és az Electrolux küldött termékeket az élbolyba. Itt is érdemes a teszt eredményeit és a tesztelés szempontjait tanulmányozni, hisz az első helyezett termék már 36 ezer forintos áron is megkapható, míg az után következőkért akár 170-186 ezer forintot is elkérhetnek. (A robotgépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A sima porszívóknál az árak itt is nagy szórást mutatnak 74-150 ezer forint között lehet válogatni a legjobbakból. (A porszívók tesztje itt érhető el - fizetős tartalom.) Érdekes lehet még a turmixgépek versenye, a Vitamix, a KitchenAid, a Braun, a Philips és az Electrolux is megjelenik az élbolyban. Itt is széles skála az árakat tekintve: van 32 ezer forintos gép, de akad 300 ezer forintnál drágább. (A turmixgépek tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) A beépített sütők között a Bosch, az AEG, a Balay és az Ikea szerepelt a lista elején 130-940 ezer forintos gépeikkel. (A sütők tesztjéről szóló cikkünk és a teszteredmények itt érhetőek el.) -

[Eredeti](#)

(napi.hu, 2019. november 14., csütörtök)

Jövőre még hatékonyabbá válik a fogyasztók védelme

A megyei kamarákhoz tartozó békéltető testületek új tagokkal, a fogyasztóvédelmi hatósággal megyei szinten, közvetlenebbül együttműködve segítik a családokat 2020 januárjától.

Palkovics László innovációs és technológiai miniszter rövidesen dönt azoknak a szakembereknek a személyéről, akik a jövő évtől a megyei kamarák mellett működő békéltető testületek tagjai és vezetői lesznek, akik az eddiginél közvetlenebb, hatékonyabb módon vehetnek részt a fogyasztók védelmét szolgáló törekvésekben. Erről beszélt a lapunknak adott interjúban Keszthelyi Nikoletta, az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkára. - Az új testületi tagok, vezetők december végéig megkapják a megbízatásukat, miután a nyilvános kiírásra érkezett állás pályázatok alapján a miniszter a közeljövőben döntést hoz a személyükről. A

testületek méretére a területi kamarák tesznek javaslatot - mondta a fogyasztóvédelmi területet felügyelő szaktárca illetékese. Hozzátette: a jelentkezők száma jól mutatja az érdemi igényt a civil szakemberek részvételére a megújuló békéltetésben. A több évtizedes, korábbi, átláthatatlan kiválasztási rendszerben sokan ugyanis nem tudtak élni ezzel a lehetőséggel. Az új feltételek a fogyasztóvédelmi törvény szeptember elsejével életbe lépett módosítása alapján garantálják, hogy jövőre sokkal hatékonyabbá válik az országos fogyasztóvédelmi intézményrendszer, amelynek az egyébként független békéltető testületek is szerves részei. A költségvetési törvény szerint az állam tavaly is és az idén is 400 millió forinttal finanszírozta a húsz békéltető testület működését, amelyek a továbbiakban is minden megyeszékhelyen és a fővárosban működnek, ingyenes, gyors jogi segítséget nyújtva a fogyasztók és a vállalkozások között felmerülő vitás ügyek rendezéséhez. Ugyanakkor fontos változás, hogy a jövőben egységes gyakorlatot követnek majd a békéltetők, erre országos eljárási szabályzat készül. Keszthelyi Nikolett ismertette szerint azzal, hogy az eddig lényegében zárt rendszerben működő békéltető testületeknél már bárki tag lehet, aki a szakmai feltételeknek megfelel, a civil fogyasztóvédelmi szervezetek tagjai sem kerültek hátrányba, hiszen ugyanúgy pályázhattak az álláshelyekre a megyékben és Budapesten is. Az új előírások eleget tesznek az uniós normáknak is, ezt az Európai Bizottság is megerősítette. - A testületek a hatályos jogszabályok szerint, a függetlenség és pártatlanság elve alapján működnek. A békéltető testületi tagok az elmúlt húsz évben is a területileg illetékes kereskedelmi és iparkamarával álltak megbízási jogviszonyban, és ahogy eddig is, ezután is befolyástól mentesen, pártatlanul járnak el és hozzák meg döntéseiket - húzta alá az ITM helyettes államtitkára. Szavai szerint a lakosság is tapasztalja majd a paradigmaváltáson és intézményi átalakításon átesett állami fogyasztóvédelem hatékonyabb működését. A fogyasztók panaszukkal nem csak a kormányhivatalokhoz fordulhatnak segítségért, hanem a térítésmentesen igénybe vehető békéltető testületekhez is, amelyeknél az eljárás egy formanyomtatvány néhány perces igénylő kitöltésével kezdeményezhető. - Noha alternatív vitarendezési fórumként tartjuk számon a békéltetést, a gyakorlatban a két fórum kiegészíti egymást, mostanra pedig minden korábbinál jobban együttműködnek. Előfordul, hogy miután a fogyasztóvédelmi hatóság megvizsgált egy konkrét ügyet és szükség szerint intézkedett az adott piaci területen, elmarasztalt egy vállalkozást, a fogyasztó panaszát már a békéltető testület eljárása során kezelik, ahogy ennek fordítottjára is van példa. A tapasztalatok szerint a békéltető testületekhez beérkező jelzések alapján gyorsabban és célirányosabban tud fellépni a hatóság a felmerülő témákban - mondta a helyettes államtitkár, kiemelve, hogy fontosnak tartják azt az új szemléletet erősíteni, miszerint a békéltetők és a hatóság kéz a kézben járnak el a fogyasztók védelmében, így az általuk felkínált segítséggel bátran élhet minden magyar állampolgár. - A magyar kormány a fogyasztóvédelem terén határozott vízióval rendelkezik, amelyet évek óta következetesen végre is hajt. Továbbra is kiemelten fontos a magyar családok és a gyermekek védelme, a termékbiztonság erősítése, az elektronikus kereskedelem fogyasztóvédelme - húzta alá a helyettes államtitkár. - A minisztérium stratégiájában megjelennek a fogyasztóvédelem kiemelt projektjei és irányai is, emellett a hatályos vonatkozó törvény rendelkezései alapján előkészítés alatt áll a fogyasztóvédelmi szakpolitikai program. Ez utóbbi a korábbi fogyasztóvédelmi politikákhoz képest rugalmasabb lesz, megkönnyítve az alkalmazkodást a gyorsan változó trendekhez. - Thurzó Katalin

[Eredeti](#)

(magyar Nemzet.hu, 2019. november 14., csütörtök)

Nem a magyar szereplők ellen szól a fúzió az Emaggal - interjú az Extreme Digital vezérével

Be nem teljesült tervekről, az új közös stratégiáról és a keresedelem jövőjéről beszélgettünk az Extreme Digital társtulajdonos-vezetőjével, Várkonyi Balázssal. Interjú.

Dél-Afrikában előbb tudták, hogy le kell majd ülnie egymással az Extreme Digitalnak és az Emagnak, a magyar online kereskedelmi piac két legnagyobb szereplőjének, mint itthon. A két cég nemrég kapott engedélyt a fúzióra - torzítják-e majd a piacot, mennyire jön a nyakukra a Facebook, a Wish vagy éppen az Amazon, és lenyeli-e a csak fejlesztőből 1500-at foglalkoztató Emag a magyar piacvezetőt? Be nem teljesült tervekről, az új közös stratégiáról és a keresedelem jövőjéről beszélgettünk az Extreme Digital társtulajdonos-vezetőjével, Várkonyi Balázssal. Interjú.

Összeolvad a hazai e-kereskedelmi piac két legnagyobb szereplője, a magyar alapítású Extreme Digital valamint a román piacvezető Emag, mely ma már a dél-afrikai óriás, a Naspers Group tagja. A két társaság közös holdingot hozott létre, ebbe apportálták eszközeiket, 48 százalékban lesznek tulajdonosok az Extreme Digital alapítói. A közös vállalat vezérigazgatója Várkonyi Balázs lesz, míg Kelemen Gyula, az Extreme Digital másik társalapítója az új cég pénzügyi igazgatói tisztségét tölti be. Catalin Dit, az Emag korábbi hazai ügyvezetője az új vállalatat kereskedelmi igazgatójaként folytatja munkáját. Elbocsátások egyik cégben sem lesznek, hiszen a következő években masszív növekedést terveznek. Amikor tavasszal bejelentettétek, hogy fúzióra léptek a nagy versenytárs Emaggal, akkor azt mondtad, hogy izgultál a bejelentés előtt. A Versenyhivatal döntése előtt mekkora volt az izgalom? Elég sokára érkezett meg a jóváhagyás. Februárban írtunk alá az Emaggall, nagyjából egy év alatt jutottunk el a megállapodásig. Egyértelmű volt, hogy ezt egy versenyhivatali eljárás követi majd. Akkor még egy 30 napos vizsgálati időt tartottunk reálisnak, úgy véltük, hogy ez egy "közepesen nehézkes" ügy lesz majd a hivatalnak. Ehhez képest viszonylag gyorsan nagy ügyletnek nyilvánították, ilyenkor nettó négy hónapja van a GVH-nak a döntésre, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy amikor kérdéseket kapunk, akkor az "óra megáll." Ezért tudott ilyen sokáig elhúzódní a döntés. Eredetileg az Extreme Digitalnak volt saját növekedési stratégiája, ebben meghatároztuk, hogy hogyan fogjuk majd az Emag vagy más konkurensünk "torkát elharapni" egyedül. Számos aspektusa volt a céljaink elérésének: hol nyitunk boltot, hány embert veszünk fel, milyen országokban terjeszkedünk, stb. Ennek egy része nyilván értelmetlenné vált onnantól, hogy megegyeztünk - ugyanakkor új dologba sem tudtunk kezdeni, a versenyhivatal döntéséig mi versenytársak maradtunk, ha bármiben egyeztettünk volna az Emaggal, azzal megsértettük volna a versenyjogi szabályozást. Az Emag anyacége ráadásul a tőzsdén jegyzett Naspers, emiatt is nagyon óvatosan kellett, hogy kezeljék ezt a helyzetet. Dél-Afrikából érkezik az új európai techóriás, zsebében a kínai Facebookkal Nem kezdhettük el főzni együtt a pecsenyénket, ezzel az Extreme Digital gyakorlatilag a senki földjére került. Ennyi ideig itt tartózkodni nagyon demotiváló is tud lenni, le kellett lassítani a stratégia megkezdett vagy már kitalált elemeit, jövőképet kellett adni az itt dolgozóknak. Nem volt könnyű időszak, az, hogy ez ilyen sokáig tartott, kimondottan idegőrlő volt. Az e-kereskedelem ráadásul napi szinten változik, miközben tavalyhoz képest csak Magyarországon 500 milliárd forinttal több forgalom képződött az interneten, mi meg hét hónapig álltunk a fejlesztéseinkkel. Lett egy-két ősz hajszálam, az biztos. A legnagyobb kérdés az volt, hogy torzítja-e a piacot, ha a két legnagyobb internetes

kereskedő összefog - a válasz nem egyértelmű, attól függ, hogy csak az e-kereskedelmet vagy a teljes kiskereskedelmet nézzük. Mi volt a ti válaszotok erre, miért nem tudja majd az árakat befolyásolni egy ekkora szereplő. Ez egy nagyon szexi téma, a GVH a digitális stratégiája miatt eleve sokat kutatja is ezt a területet. Eleve brutális mennyiségű adat áll rendelkezésre, sok kutatás is születik, a hivatal dolga pedig, hogy minél jobban megismerje, értse a piacot, és ennek megfelelően hozzon döntést. Az az érzésem, a szorgalom párosult itt az érdeklődéssel is, hatalmas munkát végeztek, több száz, ezer oldalt néztek át. Minket sokszor meghallgattak, személyesen engem is, voltak szemlén is, meg akarták érteni az árazási stratégiánkat, az ügyfélszerzési- és márkastratégiánkat, meginterjúvolták a beszállítóinkat, a konkurenciát. Mindez plusz erőforrást igényelt a részünkről is, felbéreltünk külön egy ügyvédi irodát, és egy menedzserünk is csak ezzel foglalkozott. És mi volt az érvetek mellett, hogy a piacot nem fogja torzítani a fúzió. Az, amit kezdetből mondtunk, és amit a különböző kutatások is kimutattak: nincs már olyan, hogy külön offline és online kereskedelem, ez nem egy önálló sales csatorna. Az, hogy vásárolsz valamit offline vagy online, az egy vásárlási forma, de ugyanaz a csatorna. Nem különül el úgy, mint az, hogy van egy boltod Pécsen, egy meg, mondjuk, Szlovákiában. Nincs olyan, hogy online vásárló: olyan van, aki fogja a modern digitális eszközt, nézi, hogy mit szeretne venni, aztán döntést hoz, hogy vagy bemegy egy boltba, vagy megrendeli online tőlünk, vagy egy külföldi webshopból. A mi hibrid modellünk amúgy régóta erre a felismerésre alapul. Ha ezen az egész piacon vizsgáljuk magunkat, akkor a két cég mérete már nem is akkora, pláne, ha hozzáteszem ehhez azokat a külföldi szereplőket, akik szintén ide árulnak: a Wish, az Ebay, az Amazon vagy az Alibaba. Semmilyen tevékenységünk nincs itt fizikailag, de vásárlókat szolgálnak ki. Érthető, hogy ezzel érveltetek, minél nagyobb piacon helyezitek el magatokat, annál kisebbnek látszik a befolyásotok. Ha azt mondta volna a GVH, hogy csak az online kereskedelmet nézi, akkor azért az necces lett volna, nem? Ha az online műszaki piacot nézzük, akkor mondjuk azt, hogy talán neccesebb. Ha csak az online piacot nézzük, akkor már nem, bár a régióban ez még mindig "műszaki-nehéz", az FMCG szektor még nincs olyan erősen jelen itt, mint amúgy a kereskedelemben. Mi nem nagyon tudtunk volna mást mondani érvként, mert hogy ez a helyzet. Volt B-terv, mi van, ha a hivatal nemet mond? Úgy voltunk vele, ha szakmai alapon, a számok oldaláról nézik, akkor nem kérdés, hogy ennek át kell mennie. Így is lett. Várkonyi Balázs, az Edigital ügyvezető-alapítója a cég raktárában. Fotó: Forbes archív / Krasznai Zoltán. Az Emag előtt a Kika áruházláncot is birtokló Steinhoff-csoport szállt be az Edigitalba, mint befektető, akkor velük képzeltétek el a régiós növekedési stratégiát. Miután kiderült, hogy a gyanú szerint a dél-afrikai anyacég elkendőzte, mekkora hitelállomány van, végül visszavásárolták a részeteket. Ez a botrány mennyire rázott meg titeket? Nagy törés volt. Az utolsó pillanatig azt gondoltuk, hogy valamilyen tőzsdei manővert akartak így beállítani, nem pedig - a hatóságok feltételezése szerint - egy jól felépített megtévesztés áll a háttérben. Amikor mi csatlakoztunk hozzájuk, árbevételemben a csoport kb. 1 százalékát tettük ki. Az anyacég aztán vásárlási kényszerbe került, azt akarta mutatni a részvényeseknek is, hogy növekszik, és ehhez hamisította meg a gyanú szerint a részvénykönyveket, hogy még több hitelt kaphasson (a vizsgálat egyelőre nem ért véget, de a könyvelési botrányba keveredett, a frankfurti tőzsdén is jegyzett cégcsoport beszámolóit a könyvvizsgáló nem írta alá - a szerk). A Steinhoff növekedése miatt a mi részünk 0,4 százalékra zsugorodott, ezzel csak a méreteket szeretném szemléltetni. Extreme Digital: visszavásárolják részüket a magyar alapítók. A visszavásárlásnál jobb tárgyalási pozícióban voltatok, mint amikor beszálltak: volt "hozam" ezen az üzleten? Magyarul: pénzügyileg nem jártatok olyan rosszul azért, nem? Egy porszem voltunk, de a Steinhoff akkor sokkal nagyobbat bukhatott volna a bankoknál vagy a hitelezőknél, nem vállalták volna be, hogy akárkit piaci ár alatt elengednek. Minket közvetlenül nem érintett az ügy, nem kellett pénz

transzferálnunk sehova, nem volt olyan félelem, hogy leváltanak minket - de ahogy kiderült a hír, a hitelképességünk azonnal lenullázódott a hitelbiztosítóknál. Stresszes helyzet volt, de szerencsénk volt. Egy, a Steinhoff méreteihez képest jelentéktelen közös ügylet miatt az anyavállalat olyan helyzetbe került, ami miatt minél hamarabb szabadulni akartak tőlünk. Az nem volt kérdés, hogy nem a piaci áron vesszük vissza a részünket, ennél azért súlyosabb helyzet volt ez az egész. Mondhatjuk, hogy anyagilag nem jártunk rosszul, kis hozamot még realizáltunk is a végére, de az a két év munka, amit ebbe beletettünk, árnyalja a képet. Az eredeti deal lényege az volt, hogy mi leszünk a Steinhoff digitális lába, megtanítjuk a vállalat többi cégét az e-commerce világra, és ebbe sok pénzt és energiát tettünk. Persze az angoltudásom és a prezentációs készségeim tovább fejlődtek, és a sok utazás nyomán kaptam egy-két aranykártyát pár légitársaságtól (nevet), de összességében amekkora erőforrást ez elvitt, szemben a hozammal, az eredmény inkább kétséges. Nagyra nőtt magyar kkv-ként mégis csak azért vágtatok ebbe bele, hogy lássátok, hogyan csinálják azt, amit ti addig, nagyban. Ebből a szempontból van köszönet, és volt értékteremtés is. Garázscégből lettünk nagyvállalat, megtartva a magyar identitásunkat, a gyors növekedésből eredő gyerekbetegségekkel együtt. A Steinhoffban láttuk, hogyan működik ez egy nagy multiban, milyen kontrolling van, hogyan kell egy üzleti tervet elvinni a megvalósításig. A teljes menedzsmentet újraépítettük ebben az időben, nyolc új vezetőt igazoltunk. Erősen bizalomalapú volt ez a kapcsolat, ameddig működött, és addig megtapasztalhattuk, mekkora erőt ad, hogy egy ekkora cég van mögöttünk, aki bízik bennünk, teret ad nekünk. Elértetek valamit az elején kitűzött célokból? A kezdeti céljaink nem teljesültek úgy, ahogy vártuk: sem ők, sem mi nem tudtunk olyan sebességgel haladni, ahogy azt kitaláltuk. Nyitottunk három boltot Kika áruházakban itthon és Romániában is, összekapcsoltunk pár beszerzést, megosztottunk egy-két best practice-t egymással. Az is kiderült, hogy a távolság is sokat számít: innen nem tudtuk egy dél-afrikai cég e-commerce ágát menedzselni. Bármennyire is furán hangzik, ez egy lokális biznisz - és ez egy fontos mondat az Emeg-üzlet kapcsán is. A mi általános e-commerce tudásunk nem volt úgy alkalmazható a különböző piacokon, mint ahogy arra számítottunk. Miután a tulajdontársunk fél kezét levágták, azon voltunk, hogy minél hamarabb szabaduljunk innen. Megkönnyebbülés volt visszavásárolni a részünket. "Ki finanszírozta volna az organikus feletti növekedést nekünk?" - rájöttek, hogy nem szakmai-pénzügyi befektetőre van szükségük, hanem egy olyan cégre, mint amilyenek ők is. Hogy jutottatok el odáig az Emaggal, hogy a "torkuk átharapása" helyett most kéz a kézben haladtok majd tovább? Az nem kérdés, hogy a piacvezetői pozíció megtartásához és a "sűrű forint" elvén felépülő - kis mardzsinnal futó - optimális működés eléréshez nekünk növekednünk kell. Nem elég, hogy csak szépen, organikusan növekedjünk a piaccal, a profithoz ennél több kell. A szándék nem változott a Steinhoff után sem, újra nekiálltunk azon gondolkodni, hogy hogyan érjük el. Tudtuk szűkíteni a kört, azt mondtuk, már nem elég a pénzügyi szakmai befektető, nem elég a közel szakmai befektető - nekünk igazából egy hozzánk hasonló másik cég kell. Olyanra volt szükségünk, aki ugyanazokkal a méretproblémákkal küzd, mint mi: nagy, de nem elég nagy. Amikor a piac ilyen szinten bővül, ezt nem tudták volna egyedül kitermelni? Sokat tanultatok a Steinhofftól és a régióban is régóta jelen vagytok már. Ezt egyedül csak nagyon sok pénzből lehetett volna megcsinálni már. A két cég a mostani első közös évében együttesen nettó 80 milliárdos forgalomra lesz képes. Azt látom, hogy 100-150 milliárdos forgalomnál lehet elkezdeni azt az optimalizálást ügyfélbázisban, hogy ezen a nagyon szűk mardzsínú piacon értelmes profitot is lehessen termelni. Ide magunk is el tudtunk volna jutni, csak hogy ezen a nagyon versengő piacon, ahol rajtunk kívül további négy-öt cégnek ugyanaz a célja, hogy az organikus növekedését meghaladva a másiktól minél többet vegyen el, ez baromi drága lett volna. Az Emag nélkülünk eddig ezt csinálta, gyorsan nőtt és drágábban akvirálta az ügyfeleket, hozta is

szépen a 20 helyett a 30-40 százalékos növekedéseket évről-évre. Ennek a nap végén ára van persze, de egyszer megtérül, mert ez a modell lényege. Egy szó mint száz: egy ilyen piacon egyedül elérni ezt hatalmas befektetés lenne, olyan drága, hogy nem éri meg. Ki finanszírozta volna ezt nekünk? Ezt az utat ma rentábilisan nem lehet megcsinálni Magyarországon, egy megoldás van tehát: akvizíció kell. Ez is történt. Ki hívott fel kit? Lépéselőnyben voltak. Én régóta jó kapcsolatot ápolok a román vezetőkkel, de Dél-Afrikában előbb tudták (a román alapítású Emag tulajdonosa, a Naspers is dél-afrikai cég, akárcsak a korábbi befektető, a Steinhoff - a szerk.), hogy mi a helyzet a Steinhoffal, mint mi itt. Amikor ez publikussá vált, elhívtak Romániába és egy nagyon kedves beszélgetésben elmondták, mit tudnak, hamar a lényegre tértek. Miközben tárgyalatok a cégetek visszavételéről, már megindult az egyeztetés az újabb fúzióról? Így van. Az egyfajta biztonsági játék volt, hogy az Emag-dealben nem volt pénzmozgás? Ilyet még nem csináltunk, most egy közös céget hoztunk létre, és abban lettünk mi kisebbségi tulajdonosok 48 százalékkal. Ez egy jó ötlet volt, amit közösen ötlöttünk ki: én is odaadom, amim van, te is, és csináljuk tovább együtt. Ők abból indultak ki, hogy az e-commerce egy lokális üzlet, ahogy már említettem, tehát csináljuk csak mi azt, amit eddig, ő pedig odaadja, amije van. Az Emag egy nagyon erősen adatvezérelt cég komoly logisztikai és IT-tudással, ezt nyitják ki előttünk, mi pedig visszük az operációt. Az nagyon adta magát, hogy ez nem egy olyan pozíció, amiből exitálni lehetne, vagy kellene. Van egy nagyon nagy értékünk: az ügyfélbázisunk, a piaci pozíciónk, a márkánk - de ebből eredményt nem termel egy ideje ez a cég, amióta mindent capexba (beruházási költségek) vagy opexba (működési költségek) kell visszaforgatnunk azért, hogy a következő évi növekedést meg tudjuk támogatni. Mi most épp "befizetők" vagyunk, egy ilyen fejlesztési szakaszban nagyon nehéz meghatározni a cégértékét. Ha minden a terveink szerint alakul, akkor az közös vállalkozás néhány éven belül már jelentős profitot fog is tud termelni a nagy árbevétel mellett. Szóba sem került, hogy vinnék az egészet? Nagyon gyorsan körvonalaztuk, hogy mit szeretnénk csinálni együtt. Az Emag még többet ruház be a magyar piacon. Amit mi 18 év alatt értünk el, ők 5 év alatt, de ennek ára is van: mérleg szerint ők jelenleg veszteségeset termelnek. Ti mit fogtok majd adni a közösbe egészen pontosan? Nagyon nyitottak arra, hogy átvegyenek tőlünk rendszereket, mert azt látják, hogy sok esetben kisebb erőfeszítéssel érjük el ugyanazt, amit ők csak komolyabb beruházással képesek: vagyis valamit biztosan jól csinálunk. Nem úgy álltak hozzá, hogy elhatalmasodnak rajtunk, használjuk őket, amire használjuk, de ha valamit jobban tudunk, azt mondjuk el nekik, mert kíváncsiak rá. Nem bekebelezés zajlik, hanem szó szerint fúzió. Az a feladat, hogy elérjük azt az online célt, hogy ez az új, félig magyar cég legyen Magyarország legmeghatározóbb kereskedelmi platformja - és ezt nem a magyar szereplőkkel szemben kell elérnünk a következő 5 éves periódusban, hanem a világpiacra. A régiós tervek, álmok most hogy állnak? Az Edigital most 8 országban van jelen, ebből három ország közös az Emaggal, a fúzióval a magyar piac megoldódott, van még Románia és Bulgária. Kérdés, hogy a bolgár piacon mit lépünk majd. Lehet, hogy beolvadtok? Elképzelhető, hiszen sokkal kisebbek vagyunk ott. A többi országban csak mi vagyunk jelen, míg az Emag már megvetette a lábát Lengyelországban is. Az Extreme Digital bevételeinek ma már 25 százaléka külföldről jön, az elmúlt két év során 15 százalékról nőtt idáig, vagyis a külföldi piacok egy erős növekedési pályánkat jelentik. Akvizíció. Ezt mindig meg kell fontolni, most főleg alvállalkozókkal vagy az üzletünkhöz közeli szolgáltatókkal. Ez egy további lépés lehet az optimalizálásban, de ez még a jövő zenéje. A technológiában mennyire kell felvennetek a versenyt a többi naggyal, illetve mennyire vagytok kitéve a Facebooknak, mint csatornának? Az Emag egy technológiai cég, mi egy kereskedelmi cég vagyunk, ez fontos különbség. 1500 fejlesztőjük dolgozik Romániában, nálunk pedig harmincan vannak - és mi még ezzel a csapatlétszámmal is kiemelkedünk a tömegből itthon. Nekik egy erős

technológiai hátterük és platformjuk van, mind mobil, marketplace (online piactér, platform, ahova több disztribútor, gyártó, eladó regisztrál, akárcsak a vásárlók - a szerk.) és web tekintetében. Elébe mentek annak, hogy miről fog szólni ez a biznisz a következő 5 évben. Hívhatod Facebooknak is, valójában egy marketplace-ről, egy platformról vagyis egy vásárlási formáról beszélünk. Több európai nagy cég (köztük az Emag) épp azért állt össze, hogy kidolgozzanak egy saját platformot, és ez egy erős válasz lehet más hasonló platformokra is, legyen az a Wish vagy a Facebook. Az Emag most egy erős multiplatformot hozott létre, a kereskedelem következő fordulópontja lesz az, ki jön ki ebből győztesen. Erre a platformra ezek szerint átálltok majd ti is? Vélhetőleg igen. A marketplace (vagyis piactér) modell lényege, hogy létrehozunk egy olyan platformot, hogy ha kereskedelmi szándékod van, nem kérdés, kihez fordulsz. Ebben itthon az Emag egyre erősebb, Romániában pedig piacvezető. Mennyire kiélezett a küzdelem az Amazonnal vagy az Alibabával és a többi "virtuális" szereplővel, aki fizikailag nincs is itt a magyar piacon? Az Amazon ott van a 20 leglátogatottabb honlap között Magyarországon. Kőkeményen itt van attól még, hogy nem hirdet a tévében. A Wish - igaz csekély értékű megrendelésekből - 1 millió csomagot adott fel Magyarországra tavaly, mi pedig 1,2 milliót. Szóval: igen, valóban itt vannak. Ez már nem a magyar szereplők és a magyar vásárlók viszonyáról szól. Ha azt mondom, hogy Netflix, eszedbe jut az, hogy keress egy magyar szolgáltatót, hogy sorozatot nézz? Dehogy. Ez ugyanerről szól, a kereskedelemben eszedbe sem fog majd jutni, hogy magyar oldalról rendeltél-e, a lényeg, hogy eljusson hozzád a termék. Mert mindig lesz egy olcsóbb versenyző Több, olcsóbb, más, de végül azért mégiscsak a vásárlói élmény és a szolgáltatás fog majd dönteni. Mi azért küzdünk itt, hogy a kereskedelmet megtartsuk részben magyar kézben, a következő öt év során pedig el fog dőlni, hogy sikerrel járunk-e. Nagy esély van rá, hogy igen, mert vannak olyan kötöttségek a hibrid modellnek (fizikailag létező és online boltok együtt - a szerk.) köszönhetően, amit szeretnek a helyi vásárlók, ezért is fogjuk ezt majd tovább erősíteni. De ez a piac évek óta arról szól, hogy a magyar vásárlók nagyon árérzékenyek, és ha van egy jól célzott akció, akkor sutba dobják a márkahűséget is minden további nélkül. Nem az árérzékenységgel van a baj, hanem azzal, hogy túl sok nagy versenyző van most ezen a piacon, túlságosan kompetitív a piac, és mindenkinek empire stratégiája van, hogy majd a végén ő lesz az az "egy". Ez az, ami a vásárlókba behajtja az árérzékenységet. Amíg a Wizz Air nem indult el Magyarországon, eszedbe nem jutott, hogy úgy keresel repülőjegyet, hogy ki adja 1000 forinttal olcsóbban, hanem elfogadtad, hogyha Londonba akarsz repülni, akkor az annyiba kerül, és kész. Most már persze neked és nekem is az a játékunk, hogy nem hétfő, hanem kedd este vesszük meg a jegyet, mert rájöttünk, hogy ilyen trükkökkel lehet spórolni. Ebbe azért részben kereskedők hajszolják bele a fogyasztókat csak azért, hogy piacot szerezzenek. Ezzel a fúzióval a mi esetünkben ez tisztulni fog, azt gondolom. Mert, hogy most már ti is nagyok lesztek, de még mindig nem olyan nagyok, mint egy Amazon... Az árversenyt alapvetően a magyarországi szereplők hajtották eddig is, én most főképp róluk beszéltem. Az ügyfelek egyre inkább kezdenek rájönni, hogy persze az ár fontos, de ha megütik a bokájukat a garanciával, vagy azzal, hogy nem tudnak normálisan kommunikálni a céggel, akkor ezek a tényezők egyre fontosabbak lesznek. A saját közönségünkön is látjuk ezt, nagyjából a 30 százalék az ár miatt jön hozzánk, a maradék viszont már nem ezért választ minket. Borítókép: Várkonyi Balázs, az Extreme Digital társalapító-ügyvezetője. Fotó: Orbital Strangers - Zsiborás Gergő

[Eredeti](#)

(forbes.hu, 2019. november 14., csütörtök)

Megfelelően tárolva beérik a téli alma

Nyáron vettünk egy hobbitelket gyümölcsfákkal, de úgy jött ki a családban a lépés, hogy nem tudtuk leszedni a téli almát. Úgy hallottam, még most sem késő. Igaz ez?

Számos jól eltartható almafajta van már a piacon is, de hogy hogyan tartható el tavaszig, az attól is függ, mikor szedjük le és hogyan tároljuk a gyümölcsöt. A Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih) segít az almatárolással kapcsolatos legfontosabb tudnivalók ismertetésével.

Szedési és fogyasztási idő

Amíg a nyári almák szedési és fogyasztási ideje egybeesik, addig a késői érésű, különösen a téli fajtáknál két különböző érettségi időt különböztetünk meg, a szedést és a fogyasztást. A megfelelő időben szedett téli alma jól tárolható, és a tárolás során válik igazán ízletes, élvezhető gyümölcssé: megváltozik az alapszíne, puhább és édesebb lesz a húsa. A fogyasztási érettség állapotát viszonylag könnyű megállapítani, az optimális szedési időt jóval nehezebb. A túl korán leszedett alma minősége gyengébb lesz, és elmarad az érés vége felé tapasztalható súlygyarapodás, míg a késve betakarított veszít a tárolhatóságából, és ronthatja a következő évi termésmennyiséget is.

Így tesztelhetjük

A szedési időpont megállapításához nyújt segítséget a keményítőpróba, amelyet házikertekben is könnyen elvégezhetünk, hiszen csak egy kés és némi jóddoldat kell hozzá. Ha a kettévágott almára jódot öntünk, az éretlen, keményítőben gazdag részek látványosan sötétbarnára, feketére színeződnek, míg az érett, magas cukortartalmú részek színe nem változik. A szedésre és tárolásra ideálisnak tartott állapotban a magház környéke és a gyümölcs középső kétharmada nem színeződik meg, de a héj közelében megsötétedik. Szakemberek a gyümölcs leválásának próbáját is ajánlják: a szedésre alkalmas gyümölcsöt a tenyerünkbe fogva, enyhén megcsavarva könnyedén le kell tudjuk választani az ágról. Ez az állapot fajtánként több hét eltéréssel is jelentkezhet, sőt ugyanazon a fán is megfigyelhető, hogy déli oldalán az almák hamarabb szedhetők, mint az árnyékosabb északi oldalán lévők.

Az érési dátum évről évre is változik, függ a tavasz beköszöntének idejétől, a nyár csapadékoságától, és az őszi lehűlés is befolyásolja. A kora őszi enyhe fagyokat a későn érő almafajták jól elviselik a fán. A gyümölcsök csak akkor sérülnek, ha -3 Celsius-fokra csökken a levegő hőmérséklete, tehát a korai lehűlés még nem ok arra, hogy éretlenül leszedjük a gyümölcsöket.

Hol és hogyan tároljuk?

- A tárolásra fénytől és fagytól védett helyett válasszunk, például pincehelyiséget! A legideálisabb, ha a hőmérséklet 2-5 Celsius-fok között van.

- A tárolóhelyiséget elő is kell készíteni. Ha felmelegedett a nyári hónapok folyamán, tanácsos éjszakai szellőztetéssel gyorsítani a lehűlését. A takarítást célszerű fertőtlenítéssel egybekötni, hogy a tárolás során esetleg romlást okozó gombákat, baktériumokat elöljük.

- A leszedett gyümölcsöt ne tartsuk a szükségesnél hosszabb ideig a tárolón kívül, mert a leszedett alma érése az állás közben gyorsul!

- A sorolva (rekeszenként egymás mellett, egy rétegben elhelyezve) tárolt gyümölcs hosszabb ideig eltartható, mint az ömlesztve tárolt.

- Lehetőleg ne tároljunk téli almát és burgonyát együtt, mert felgyorsítják egymás érését: ilyenkor a krumpligumók előbb csírázásnak indulnak, az almának pedig felgyorsul az utóérése.

- Tárolás során folyamatosan figyeljük a gyümölcsöket: ha fonnyadást vagy romlást észlelünk, az a tárolhatóság végét jelzi.

Télen is remek vitaminforrás lehet a későn érő alma, ha betartjuk a tárolás szabályait

[Eredeti](#)

(Somogyi Hírlap, 2019. november 15., péntek, 12. oldal)

Kalkulálhatók a kgfb-díjak

Kedvezményt kap az, akinek bérlete van vagy megfelelő az autógumija

Már ki lehet számítani az év végi évfordulós kgfb-szerződések díjait a Mabisz Díjnavigátoron, valamint a Mabisz.hu-n tanulmányozhatók az új fedezetlenségi díjak is, amelyeket a felelősségbiztosítással nem rendelkező gépjárművek tulajdonosainak, üzemben tartóinak kell fizetniük - közölte lapunkkal a Magyar Biztosítók Szövetsége (Mabisz). A kötelező gépjármű-felelősségbiztosításról (kgfb) szóló törvény rendelkezéseinek megfelelően e hét elejéig kellett megkapniuk az ügyfeleknek a biztosítótársaságoktól a jövő év január elsejétől alkalmazandó díjtarifáikat.

A tizenhárom piaci szereplő közül tíz biztosító új díjat alkalmaz 2020 elejétől, miközben továbbra is igen sok, közel százféle kedvezményt hirdettek meg. A kedvezményrendszerekben kisebb változtatások fellelhetők, így például van olyan társaság, amelyik díjtarifa-kedvezményt ad azoknak, akiknek van tömegközlekedési bérletük, a bejelentett kilométeróra-állás alapján vagy akár az évszaknak megfelelő gumit használóknak. A biztosítók többségénél továbbra is díjkedvezményt kapnak a családosok, a kiskorú gyermekeket nevelők. Több szolgáltatónál engedményben részesülnek azok, akik a csekkes díjfizetés helyett a banki átutalás vagy csoportos beszedés lehetőségével kívánnak élni.

Azoknak a járműtulajdonosoknak, illetve üzemben tartóknak, akik úgy döntenek, hogy biztosításukat valamely más társasághoz szeretnék átvinni, legkésőbb december 1-jén éjfélig el kell juttatniuk írásbeli felmondásukat a biztosítójukhoz. Ezt követően december 31-ig még egy hónap áll rendelkezésükre arra, hogy a jövő évre vonatkozó szerződésüket megkössék. Ha valaki a váltásban gondolkodik, érdemes felkeresnie a szövetség honlapján megtalálható navigátort. A Mabisz 2010 óta működteti ezt a fogyasztóvédelmi eszközt, amely minden piaci szereplő valamennyi kedvezményét tartalmazza, s egyfajta etalon abban a tekintetben, hogy a biztosítók a díjkalkulációk helyességét tesztelik és jóváhagyják. Az oldal kizárólag fogyasztóvédelmi eszközként funkcionál, az üzleti érdekek nem játszanak szerepet a működtetésében.

Töréssel járó baleset esetén van jelentősége annak, mekkora összeget fizet a járműtulajdonos

Jámbor

[Eredeti](#)

(Magyar Nemzet, 2019. november 15., péntek, 14. oldal)

Az agrárcégeknek is kihívás a brexit

A szaktárca mindent megtesz a zavartalan exportért

Nem csak az európai uniós agrárforrások szűkülhetnek az Egyesült Királyság távozásával, a brexit a mezőgazdaság és az élelmiszeripar szinte minden területén új helyzet elé állítja az ágazat szereplőit. A kilépés az egyes termékekre vonatkozó előírásokban, engedélyekben is változást hoz majd, ami a vámkezelés mellett tovább bonyolíthatja a kereskedelmi kapcsolatokat. A brexitre ezért a vállalkozásoknak és a termelőknek is időben fel kell készülniük.

Alaposan felforgathatja az Egyesült Királyság kilépése az európai uniós agrár- és élelmiszeripar szereplőinek életét. Bár a brexit miatt legtöbbször a közös agrárpolitika keretének szűkülésétől tartanak, a tagállam esetleges rendezetlen kilépése - függetlenül attól, hogy megállapodások keretében történik-e - az agrárium szinte minden területén jelentős változásokat hoz majd. - A gazdasági kapcsolatok akadálytalansága nemzetgazdasági érdek, ezért a szaktárca mindent megtesz a zavartalan export fenntartásáért - szögezte le Nagy István. Az agrárminiszter képviselői kérdésre adott írásbeli válaszában közölte: a jövőbeni kapcsolatokról szóló tárgyalások során a kormány annak érdekében fog fellépni, hogy a lehető legszorosabb gazdasági és kereskedelmi együttműködés jöjjön létre az EU és az Egyesült Királyság között a brexitet követően.

A kilépés határidejét - a brit halasztási kérelem elfogadásával - 2020. január 31-re tolták ki, a legfrissebb információk szerint ugyanakkor a hosszabbítás rugalmas. Tehát ha a brit parlament elfogadja a kilépési megállapodást, az Egyesült Királyság akár korábban is távozhat az EU-ból. Amint ez megtörténik, a britekkel folytatott, eddig belső piaci tranzakciónak minősülő adásvétel külkereskedelmivé válik. Ha nem sikerül megállapodásra jutni a kilépés feltételeiről, vagyis a tagállam rendezetlen körülmények között távozik az unióból, a kilépés napjától az Egyesült Királyság harmadik országbeli partnernek minősül majd.

A Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal brexittel foglalkozó tájékoztatója szerint ha az Egyesült Királyság harmadik országnak számít majd, azzal többek között az élelmiszerbiztonsági, a növénytermesztési és állattenyésztési, valamint a növény- és állategészségügyi követelmények is változni fognak, de a termékek kereskedelmében is szigorúbb szabályok jönnek. Az egyik legszembetűnőbb változás lesz, hogy minden terméket vámkezelni kell majd. Emellett valamennyi árucikk - például a növények, a vetőmagok, az állatok és az állati termékek - esetében is meg kell vizsgálni, hogy megfelelnek-e az európai uniós követelményeknek, illetve hogy a közösségből milyen feltételekkel juthatnak a brit piacra. Változni fognak a címkézésre vonatkozó előírások és szigorodnak az ellenőrzések is.

A Nagy-Britanniával kereskedelmi kapcsolatot folytató cégeknek alaposan fel kell készülniük erre az új helyzetre. Annak érdekében, hogy az átállás viszonylag zökkenőmentes legyen, a kormány külön honlapot hozott létre, ahol az érintettek tájékozódhatnak az agráriumot, a vállalkozásokat és az üzleti szférát érintő kérdésekről. A vámkezelési és adózási szabályokról pedig a Nemzeti Adó- és Vámhivatal a külön erre a célra létrehozott oldalán ad felvilágosítást.

Változnak az állattenyésztésre vonatkozó követelmények, míg a termékek kereskedelme szigorodik

Köpöncei Csilla

(Magyar Nemzet, 2019. november 15., péntek, 13. oldal)

A hazai vízipar az export egyik húzóágazatává válhat

Harmadik éve támogatja a Külgazdasági és Külügyminisztérium (KKM) által indított Vízipari pályázati program a magyar vízipari cégek külpiaci tevékenységét, illetve exportképességének fejlesztését; az idei program keretében 180 millió forintból 15 projekt valósul meg, amelyek Chilétől Indiáig segítik a fenntartható vízgazdálkodást - tájékoztatta a tárca pénteken az MTI-t.

A program célja a magyar vízipari cégek exportképességének növelése annak érdekében, hogy a következő években a hazai vízipar a magyar export egyik húzóágazatává válhasson. A vissza nem térítendő támogatás segíti a cégek kutatás-fejlesztési kapacitásainak erősödését is. A magyar vállalatok olyan referenciákkal bővíthetik szaktudásukat és tevékenységüket, amelyek a későbbiekben lehetővé teszik, hogy nemzetközi beruházásokon önálló vállalkozóként, illetve beszállítóként induljanak - fejtette ki Joó István, a tárca export növeléséért felelős helyettes államtitkára a közlemény szerint.

A KKM felidézte, hogy az idei budapesti Víz Világtalálkozót kísérő szakkiallításon számos, a Vízipari pályázati program által támogatott cég is képviseltette magát, az expón lehetőségük nyílt a világ 118 országából érkezett érdeklődőknek bemutatni a vízválság kezelését célzó innovatív vízipari megoldásaikat.

A közleményben az idei pályázati felhívás eredményeit ismertetve példaként említették a Water&Soil Kft. organikus talajkondicionáló készítményét, amely tunéziai, ghánai és indiai területeken segítheti az öntözővíz felhasználásának csökkentését. A projekt teljes költségvetése 21,4 millió forint, ebből az elnyert támogatás mintegy 15 millió forint.

A Heiling Média Kft. projektgazdaként 2010-ben indította útjára a Magyar Száraz-Andok kutatási programot, amely a 2018-as és a 2019-es Vízipari pályázati program segítségével új szintre lépett. A projekt 17,3 millió forintból valósul meg, az elnyert támogatás 12,1 millió forint.

A Szegedi Vízmű Zrt. a pályázati program keretében egy európai területi társulás létrehozásának előkészítésén dolgozik. Az előzetes tervek alapján a tanulmány angol nyelven 2020 márciusára készül el. A projekt teljes költségvetése 3,3 millió forint, az elnyert támogatás csaknem 2,3 millió forint.

A GeoGold Kárpátia Kft. a tanzániai vízhiány okozta migráció enyhítése érdekében megvalósíthatósági tanulmányt készít, amelynek keretében új geofizikai mérések segítségével az ország északi részén több vízkivételi pontot is kijelölnek a környező iskolák, intézmények számára. A projekt költségvetése 21,4 millió forint, ebből a támogatás mintegy 15 millió forint.

A NeWater Kutató és Környezetvédelmi Szolgáltató Kft. innovatív szennyvíztisztítási technológia megvalósulásához kínál újító megoldást. A projekt keretében egy kínai szennyvíztisztító telep adatait felhasználva összehasonlító elemzéseket végeznek, hogy ezzel az előremutató technológiával milyen teljesítménybeli javulást lehet elérni a hagyományos rendszerhez képest. A projekt költségvetése 21 millió forint, a támogatás csaknem 14,8 millió forint - áll a közleményben.

(Magyar Hírlap 2019. november 15., péntek)

Menedékhelyek az ökológiai "sivatagban"

Az élőhely-mozaikok közötti kapcsolatot teremtő természetközeli élőhelysávok és -foltok ökológiai folyosóként működnek, menedékhelyet teremtve a növény- és állatvilág számára. A különféle mezőgazdasági művelések alatt álló területek "monotonitását" is megtörik, ám érdemes tudni azt is: bizonyos emberi tevékenységek komoly veszélyt jelentenek rájuk.

A természetközeli élőhelyek Magyarországon összesen mintegy 1,2 millió hektár kiterjedésűek, azonban ezek sokszor elszigetelten, egymástól távol helyezkednek el. A természetes növénytakaró és állatvilág e helyeken tud legnagyobb biztonsággal fennmaradni, éppen ezért a jobb természetességű élőhelyek zöme védelem alatt áll.

A mezsgyék, bokorsávok egyfajta összekötő elemként, értékes termőhelyű, vegetációjú és állatvilágú ökológiai folyosóként működnek közöttük. Az ilyen összekapcsolások során a rosszul terjedő, illetve terjeszkedő élőlények áthidalhatatlannak tűnő távolságokra lévő állományai közeledhetnek egymás felé, így biztosítva a genetikai diverzitást.

A zöld szigetek, más néven lépegető kövek – az angol stepping stone kifejezésből eredeztetve – is a tájak összeköthetőségét növelik az által, hogy a foltok közötti távolság az egyes fajok számára leküzdhetővé válik. Ugyanakkor ezek – ahogy a mezsgyék és bokorsávok jelentős hányada sem – általában nem tartoznak az országos jelentőségű védett és/vagy közösségi jelentőségű természetvédelmi rendeltetésű területek közé. Éppen ezért volt fontos a Nemzeti Ökológiai Hálózat létrehozása, amely övezeteinek – köztük az ökológiai folyosóknak – kijelölése a nemzeti park-igazgatóságok feladata volt; elemeit az Országos Területrendezési terv határozza meg a rá vonatkozó szabályokkal együtt.

A cikkünkben tárgyalt élőhely-mozaikokról érdemes tudni: a különféle mezőgazdasági művelések alatt álló területek monotonitását is megtörik, így biztosítva termő-, búvó-, táplálkozó- és szaporodóhelyet a növény- és állatvilágnak e végtelennek tűnő ökológiai „sivatagban”.

A mezőgazdaság számára értékes területek művelésbe vonásuk előtt jellemzően sztyepprért jellegű gyepek, laza fás területek voltak, melyek a feltörés után már csak elvétve maradtak meg, töredékét alkotva egykori kiterjedt területeiknek. A maradványsávok és -szigetek létrejötte sokszor földutakhoz, mezsgyékhez vagy művelésre kevésbé alkalmas helyekhez kötődnek.

Természetességük a művelés alatt álló területeken folytatott gazdálkodás intenzitásával fordítottan arányos; a vízrendezés, öntözés, a növényvédőszeres és műtrágyák növekvő használata, a túllegeltetés és a táblaméretetek növelése negatívan befolyásolja azokat. Ezt ellensúlyozandó, az európai mezőgazdasági gyakorlathoz illeszkedve a Zöldítés nagy hangsúlyt fektet az ökológiai jelentőségű területek megőrzésére, méreteik növelésére: az egyes tájelemek, mint például a fás sáv, a fa- és bokorcsoport magasabb súlyozási tényezőként jelennek meg benne.

(Magyar Mezőgazdaság 2019, november 15., péntek)

Jöhetnek az újfajta autógumi-címkék

Modernizálná az EU a hét éve bevezetett abroncsjelöléseket.

Megszületett az Európai Parlament, az Európai Tanács és az Európai Bizottság közti politikai megállapodás, hogy elfogadjanak egy gumiabroncs-címkézési metódust – írja az Európai Bizottság sajtóoldala.

Mostanra elég ismert lett az autógumik címkézéinek jelölése, ahol az energiahatékonyságot, a nedves úton való fékezési teljesítményt és a környezeti zajszintet kell feltüntetni.

A jelenlegi jelzések modernizálását már korábban elkezdtek előkészíteni az uniós szakbizottságok. Az elsődleges cél a környezetszennyező anyagok kibocsátásának csökkentése a fogyasztók jobb tájékoztatásán keresztül, amellet, hogy a közúti közlekedést biztonságosabbá tegyék.

Az új címkézés fontos szabályozása, hogy a rendelet kiterjedne a teherautók és buszok gumiabroncsaira (C3) is. Eddig csak a személygépkocsik és kisteherautók gumiabroncsait vették be a szabályokba: C1 volt a személygépkocsi kategória, míg C2 a kishaszonjárművéké.

Az unió felmérései szerint a közúti szállítás az EU üvegházhatású gázainak 22 százalékáért felelős, és a gumiabroncsok – főleg gördülési ellenállásuk miatt – a járművek üzemanyag-fogyasztásában meghatározóak, a fogyasztás 5-10 százalékáért felelősek.

Az új címkéken elsöre talán sok változás nem látszik, de néhány fontos különbség mindenképpen lesz a régiekhez képest. Az egyik ilyen, hogy lesz egy QR-kód a címkén, ahol további információk érhetőek majd el.

A jövőben a gumiabroncsok becsült maximális futásteljesítményére és kopására vonatkozó információkat is hozzá lehet adni az információként.

További változás, hogy míg korábban G-ig tartott a fogyasztási besorolás, a jövőben az F lesz a legrosszabb osztályzat. Ugyancsak jól látható különbség, hogy fel kell tüntetni, ha havas, illetve jeges útfelületre is használható az abroncs.

Az EP szerint az új címkézési rendszer évente 10 millió tonnával csökkentheti a CO₂-kibocsátást a tudatosabb vásárlási döntések miatt. Az egész folyamat lezárásaként az új címkék majd 2021 májusától lehetnek kötelezőek.

(HVG 2019. november 15., péntek)

Brutális népbetegség szedi áldozatait: több százezer magyar van veszélyben

Az OECD országok átlagában egyenesen arányosan Magyarországon is csökkent az alkoholfogyasztás 10 év leforgása alatt. Ennek ellenére nem sok okunk van az öröme, ugyanis az összes vizsgált OECD ország közül átlagosan a magyarok fogyasztják fejenként a 9. legtöbb alkoholt. Ez pedig súlyos egészségügyi kockázatokat rejt magában, amiknek potenciálisan majd egy millió magyar teszi ki magát önként és dalolva.

Átlagosan egy literrel csökkent 36 OECD országban az átlagos alkoholfogyasztás 10 év leforgása alatt - derült ki a szervezett legfrissebb egészségügyi jelentéséből. Az eladási adatok alapján egy átlagos OECD országokban élő állampolgár 8,9 liter alkoholt (tisztá alkohol) fogyasztott 2017-ben, miközben 2007-ben ez az adat még 9,9 liter volt egyénenként. Ennek ellenére, bár a csökkenés ténye rengeteg országban tapasztalható volt, még mindig bődületesen nagy különbségek vannak az egyes országok között a fogyasztás mértékét illetően.

Az első helyezett Litvániában egy átlagos állampolgár például 12,3 liter alkoholt fogyasztott a vizsgált időszakban, míg a második helyezett Ausztriában ez a szám 11,8, a harmadik Franciaországban pedig 11,7 liter volt.

Mi, magyarok sem lehetünk felhőtlenül boldogok, hiszen bár a hazánkhoz tartozó adatok 2016-ból származnak, egy átlagos magyar

éves alkoholfogyasztása 11,1 liter volt a vizsgált időszakban.

Ez pedig az összes OECD ország 9. legmagasabb száma. Öröm az örömben egyébként, hogy a hazai fogyasztás, akárcsak az OECD átlagfogyasztás is csökkent. Magyarországon 10 év alatt 1,5 liter alkohollal fogyott kevesebb. Ami egyfelől bár üdvöztetendő, másfelől a hazai adatok még így is simán top 10-esek, ami óriási aggodalomra ad okot.

Az OECD jelentése ugyanis vezető halálokként tartja számon az alkoholfogyasztást világszerte, ami főleg a munkaképes korú emberek körében követel rengeteg áldozatot. Ez nem is véletlen, hiszen a túlzott alkoholfogyasztás a szívbetegségek, a stroke, a májcirrózis és egyes daganatok fő kockázati tényezője. És ha mindez nem lenne elég, az alkoholfogyasztás több balesethez, sérüléshez, erőszakhoz, gyilkossághoz, öngyilkossághoz és egyéb, mentálhigiéniai rendellenességhez járul hozzá, mint bármilyen más pszichoaktív anyag. Ezért a fiatalok körében még sokkal veszélyesebb is, mint egyéb szerek - figyelmeztet a jelentés.

Nagy a baj

A HelloVidék idén megjelent cikke szerint akár 900 ezer alkoholista is élhet hazánkban. Megjegyezve ugyanakkor azt, hogy az alkoholizmus definíciója némileg problémás, valamint az ettől szenvedők pontos számának a meghatározása is.

Nagyon nehéz azt a mértéket megmondani, hogy mi az, ami nagyon soknak számít egy ember esetében. Természetesen azért beszélünk valamilyen számokról, ugyanis ez mindenkinek más, mindenki a saját maga ivási szokásaihoz képest vizsgálja ezt, de azt mondjuk, hogy az számít soknak, amikor már függőség alakult. Tehát testi, illetve lelki függőség jelenik meg a rendszeres alkoholfogyasztástól. Ez már egy kis mennyiség rendszeres elfogyasztása után is kialakulhat, tehát, hogy ha valaki naponta kettő sörnél többet iszik egy éven át minden nap vagy valaki egy fél liter bornál többet iszik egy éven át minden nap vagy négy centiliter tömény italnál, a szervezete függővé válhat az italfogyasztástól magyarázat a portálnak Dr. Erdélyi Ágnes, Sántha Kálmán Mentális Egészségközpont és Szakkórház telephelyi orvosigazgató-helyettese, aki azt is elmondta, hogy azzal alapvetően nem lenne baj, hogy gyakorlatilag a magyar kultúra része az alkoholfogyasztás. A szakember szerint ugyanis a probléma ott kezdődik, amikor a fogyasztás nem csak, hogy mindennaposá válik, hanem amikor nagyon fiatalok kezdenek el rendszeresen alkoholt fogyasztani vagy amikor valaki nem veszi elég komolyan, hogy kontrolvesztő. Ez azt jelenti, hogy addig iszik, amíg már nem emlékszik rá, hogy mi történik vele.

Ez nagyon komoly egészségkárosodáshoz vezethet a későbbiekben - emelte ki az orvosigazgató-helyettes.

(Pénzcentrum 2019. november 15., péntek)

Mit fogunk enni 30 év múlva?

Aligha ér minket meglepetés annak hallatán, hogy a Föld nem sokáig képes már eltartani minket, tekintve, hogy hamarosan tízmilliárd ember fog rajta élni. A táplálkozás terén számos kihívás előtt áll az emberiség, az éhezés ugyanis napjainkban is egy rendkívül jelentős probléma. Az óriási ökológiai lábnyommal rendelkező hústermelés az egyre csak

növekvő húsfogyasztással folyamatosan nő, a mai mezőgazdasági gyakorlatok pedig korántsem nevezhetők fenntarthatónak. Létezik egy egyre népszerűbb alternatíva, ami megoldást jelenthet a problémára: a rovarok fogyasztása.

A bolygónk népessége elképesztő ütemben növekszik, az ENSZ prognózisa szerint 2050-re már elérheti a 9 milliárd főt. Ennek kapcsán jogosan merül fel a kérdés, hogy hogyan bír el ennyi embert a bolygó, hogyan lehet 9 milliárd embert táplálni fenntartható módon – úgy, hogy napjainkban is több százmilliósan küzdenek az éhezéssel.

Jelenleg a megművelhető területek 80 százalékán terem meg az az étel, ami a Föld lakosságának csupán 20 százalékát lakatja jól. A mértéktelen húsfogyasztásból adódó állattenyésztés, illetve a haszonállatok ellátására szolgáló takarmány termelése pedig súlyos problémákat szül a bolygónk számára.

Mi lehet a megoldás?

Sokat írtunk már a húsfogyasztás visszaszorításának fontosságáról, emellett pedig sokan a növényi alapú húspan, illetve műhúspan látják a jövőt; továbbá egy másik irányzat is kezd egyre inkább elterjedni: az emberi szervezet számára szükséges fehérje pótlására egyre többen a rovarok fogyasztását látják megoldásként. A nyugati kultúrától ugyan távol áll a rovaréves, (legfeljebb egzotikus éttermek étlapján található meg a választékban), a világ országainak jelentős részében, napi kétmilliárdan gyakorolják a rovarévest: Ázsiában és Afrikában például 1900 különböző fajt használnak fel étkezési célokra.

A rovarok fenntartható táplálékforrásnak bizonyulnak, segítségükkel pedig jó eséllyel felszámolható lenne az alultápláltság és az éhezés az elmaradottabb országokban. Az ENSZ szerint a rovarok tartása és élelmiszerként való felhasználása mellett, hogy jóval kevesebb üvegházhatású gázt termelne, mint a nagyüzemi állattartás, segítene abban is, hogy a szükséges földterület mérete is csökkenjen. Ezen felül fontos látni, hogy a rovarok fehérjetartalma a marhahússal vetekszik: 100 gramm tücsökben például 21 gramm fehérje van, míg azonos mennyiségű marhahúspan 26 gramm.

Egyre többen látják benne a lehetőséget

A nyugati világban az alapvető probléma a rovaroktól való viszolygás, azok fogyasztása tehát igen nehezen megdönthető tabunak bizonyul; a rovarfogyasztásban lévő üzleti lehetőséget azonban egyre többen látják meg. A Global Markets Insights kutatása szerint a rovarok és csúszómászók piaca a következő fél évtizedben nagyságrendileg 40-50 százalékkal nő majd. Továbbá a számok csak javulhatnak, ha a rovarokból készült termékeket állateledelekben, állati takarmányként és akár más mezőgazdasági célokra is fel lehetne használni.

Az általános vélekedés, hogy a viszolygás elsősorban úgy kerülhető el, ha a fogyasztók nem ismerik fel, hogy valójában mit is esznek: éppen ezért eddig jellemzően a por állagú termékek, mint például a rovarlisztek vagy fehérjeporok játsszák a főszerepet ezen a piacon. Azon startupok száma, amelyek a rovaréves meghonosításával foglalkoznak az Egyesült Államokban, illetve Európában, rohamosan nő.

Sokak számára rizikósnak tűnhetnek az efféle vállalkozások, ezen élelmiszerek fogyasztása, emellett pedig sokan meg is kérdőjelezzik a rovaréves valódi hatékonyságát; az irányzat terjedése és népszerűsége miatt ugyanakkor nem árt nyitottnak lenni egy fenntarthatóbb és élhetőbb bolygó reményében.

(Chikansplanet 2019. november 15., péntek)

A szokásosnál hetekkel korábban elindult a Black Friday

A hivatalos Black Friday kezdete előtt két héttel ma már több cég is elkezdte az akciókat Magyarországon. Megmutatjuk, hogy mi alapján vásárolnak a magyarok és mik lehetnek az idei év slágertermékei.

A magyar internethasználók jelentős része vásárolt már akciós időszakban, jó részük online felületen is kihasználja a kedvezményeket – derül ki az Euronics felkérésére a Reacty Digital által készített, a 25-59 éves korú internethasználókra nézve reprezentatív felmérésből.

Az Euronics a kutatással a kiemelt vásárlási időszakok (például az iskolakezdés, a kuponos napok, karácsony, húsvét stb.) és a Black Friday tapasztalatait külön is vizsgálta. A kutatás rávilágított, hogy a magyarok szeretik az akciókat, de egy bizonyos mérték felett a többségük már azt gondolja, túl nagy a kedvezmény ahhoz, hogy igaz legyen.

A kérdőívet kitöltők 90 százaléka vásárolt már kiemelt kedvezményes vásárlási időszakban, 30 százaléka évente többször is.

A válaszadók szinte mindegyike (99 százaléka) ismeri, hallott már a Black Friday jelenségről, kétharmaduk vásárolt is már legalább egyszer a novemberi akció keretében.

A vásárlókat leginkább (88 százalékat) az akció mértéke befolyásolja a döntéshozatalban, de a szállítási költségek (74 százalék) és a weboldalak átláthatósága (69 százalék) is kiemelten fontos.

A MediaMarkt, amely szintén ezen a pénteken tartja a Black Friday-t, az Origo kérdéseire válaszolva elmondta, hogy idén a slágertermékek között várhatóan továbbra is szerepelni fog a nagyképernyős, nagyfelbontású okostelevízió. Itt minimum az 55 colos, de gyakran a 80-82 colos méretű televíziókat viszik.

Emellett továbbra is nagyon népszerűek a mobiltelefonok, vezeték nélküli fejhallgatók, de jelentős a kereslet a gamer kiegészítők iránt is. Ezek közé tartozik a gamer egér, a billentyűzet és a fejhallgató, A MediaMarkt webáruháza tavaly a Black Friday alatt egy átlagos hónap eladásának nyolcszorosát érte el, és idén is hasonló eredményt prognosztizálnak.

(Origo 2019. november 15., péntek)

Úgy kell ez a black friday, mint púp a hátra

A black friday akciódömping és vásárlói orgia hagyományosan egy napig tart, és hagyományosan a Hálaadás utáni pénteken tartják az Egyesült Államokban. Ezzel szemben itthon nem hogy több napig húzzák az érintett boltok, hanem gyakorlatilag erről szól november második fele, és egybecsúszik a karácsonyi akciókkal. Sőt, az sem ritka, hogy néhány bolt tavasszal vagy nyáron nevezi el az akciós hétvégéjét black fridaynek. Igazi akciók helyett trükköznek még a legnagyobbak is, és az egyetlen résztvevő, aki szív az egészel, az a vásárló.

Nálunk majdnem egy hónapos az egynapos akció

Attól függetlenül, hogy az idei black friday november 29-én lenne hivatalosan, Magyarországon már november 12-én (kedden) is bele lehetett futni a fekete pénteki ajánlatokba, vagyis nem csak a pontos időpont nem stimmel a legtöbb helyen, de a fekete péntekbe gyakorlatilag a hét bármelyik napján bele lehet futni. Az egész nem áll meg november 29-ig, illetve a black friday hétvégének köszönhetően a decemberbe is bele fog csúszni. A mondás az, hogy nálunk nincs Hálaadás, ezért nem kell ragaszkodni a dátumhoz, bár azt még egyik szereplő sem tudta elmagyarázni, hogy miért hívják fekete pénteknek, ha több napig tart.

Pedig az egynapos, ugyanazon a napon tartott, az akciókat jó előre kommunikáló black friday lenne az igazi verseny, ahol valóban lehet tudatos döntéseket hozni, mert van idő arra, hogy rendesen utánanézzon az ember, valóban olyan jó-e az az akció, de hát ez az a megoldás, ami a vásárlók érdekét szolgálná. Ehelyett jelenleg az nyer, aki előbbre hozza a black fridayt, és arra hajt, hogy a vásárló aggódni kezd, hogy a konkurenciánál nem lesz akciós a mosógép vagy nem lesz ennyire olcsó, és még el is fogy hamar, úgyhogy inkább megveszi az első szembejövő helyen.

Mindenhol lehúzzák az embert

A versenyhatóság szerint gyanús, hogy a webáruház nem volt tisztességes a fogyasztókkal a nagy novemberi leértékelésekkor.

A Gazdasági Versenyhivatal és a fogyasztóvédelem is jobban odafigyel ebben az időszakban, ennek ellenére évről-évre előjönnek ugyanazok a problémák, és még mielőtt bárki azt hinné, hogy egy nagy és ismert áruház nem engedheti meg magának az átveréseket, ki kell mindenkit ábrándítanom.

HA NEM IS NEVEZHETŐ MINDEN ESET KLASSZIKUS ÁTVERÉSNEK, MÉGIS HEMZSEGNEK ILYENKOR A LEGNAGYOBB ÁRUHÁZAK IS A TRÜKKÖZÉSTŐL, MEGTÉVESZTÉSTŐL ÉS TUDATOS LEHÚZÁSTÓL.

Persze elképzelhető, hogy van olyan ajánlat, ami nem feltétlenül dob sokat az áruház év végi profitján és valóban jó vétel lehet, az viszont nem olyan életszerű, hogy a reklámozott szuperakciókkal tulajdonképpen rosszul járnának az üzletek. Arról nem is beszélve, hogy eleve már az trükk, hogy szorít az idő, így nincs is lehetőség rendesen átgondolt döntést hozni. Azaz talán ugyanannyi pénzért vehetett volna az ember egy jobb ár/érték arányú terméket is, ha rendesen mérlegelni tudta volna a döntését, és lett volna ideje utánajárni a kínálatnak.

Egyszerű, de hatásos trükkökkel próbálkoztak az elmúlt években

Nem fektettek túl sok energiát az áruházak az elmúlt években a trükkjeikbe, és a kifinomultság sem volt jellemző rájuk. Többségüket már egy egyszerű árellenőrzős oldalon le lehet ellenőrizni. A Reacty Digital az Euronics felkérésére végzett egy reprezentatív felmérést, a válaszoló 25-59 év közötti internetfelhasználók 41 százaléka úgy tartja, hogy az akciók többsége átverés, 59 százalékuk pedig azt állítja, hogy rendszeresen ellenőrzi az ajánlatokat az ár-összehasonlító oldalakon.

Két hónappal ezelőtt is ennyibe került: Szintén népszerű trükk, hogy egy termék ára a black friday előtt egy hónappal elkezd emelkedni, majd a nagy napon lezuhan, nagyjából ugyanarra az árszintre, ahol egy hónappal azelőtt meg lehetett vásárolni akció nélkül. Vagy amennyibe máshol kerül, szintén akció nélkül.

A nagy szavak: Milyen jól is hangzik az a frázis, hogy akár 80-90 százalékos kedvezményekkel lehet találkozni az adott áruházban. Aztán kiderül, hogy összesen két ilyen akció van az egész oldalon, az egyik egy rózsaszín műbőr tok egy 8 évvel ezelőtti középkategóriás telefonhoz, a másik pedig egy apró kiegészítő lékhorgászoknak. Az áruk többsége pedig ugyanazon a 20-30 százalékos kedvezményen mozog, ahol egy átlagos akció során szokott.

Van kedvezmény, de nem akkora: Nem átverés, csak egy kis megtévesztés, és kétségtelenül jól mutat az oldalon, ha 60 százalékkal olcsóbbnak tűnik bármi, és a nap végén valóban spórol is vele a vásárló. Csak mivel mindenhol máshol olcsóbb volt a termék, nem 60 százalékot, hanem mondjuk 20-at.

Nem véletlenül akciók: Bár kétségtelenül lehet találni jó ajánlatokat, azt nem szabad elfelejteni, hogy nem feltétlenül azért akciós bármi, mert népszerű, hanem talán azért mert egyébként a kutyának sem kell. Hogy ez a helyzet azért állt elő, mert egyébként nem túl jó a termék, vagy régi, vagy rossz a konstrukciója, az sosem derül ki, vagy csak azután, hogy elkezdte használni a boldog vevő.

Nem létező boltok: A csalók nagyon szeretik ezt a napot vagy akciósorozatot, mert ilyenkor simán bedőlnek az emberek a teljesen hihetetlennek tűnő ajánlatoknak, amikről általában kiderül, hogy átverés. Ilyenkor előbújnak a kamuáruházak, amiknek egyetlen célja, hogy megszerezze a vásárlók bankkártyájának adatait. Érdekes mindig ellenőrizni a webáruházak felhasználási feltételeit, céges adatait a rendelés leadása előtt, ahol megadja a bankkártyája adatait.

Ön is látott átverős ajánlatot? Úgy látja megpróbáltak trükközni az akciókkal? Nem is létezik a kedvezmény?

De akkor mégis miért vásárolnak ilyenkor ennyire sokan?

Ez az a kérdés, ami a pszichológusokat is foglalkoztatja (mondjuk őket a saját pácienskörük bővítése miatt az is érdekli, hogy miért képesek az emberek összeverekedni egy akciós tablet felett). A szakemberek azt figyelték meg, hogy a vásárlásnál az agy jutalomközpontja aktivizálódik. Sőt, az is kiderült, hogy a túl sok költség fájdalmat okozhat, így az akciók és akciós feliratok látványa, egyfajta fájdalomcsillapítóként hat.

A marketingesek nagyon is jól tudják, hogy mi hogyan hat az agyra, és milyen egyszerű manipulálni az embereket. Egy kísérletben például piros számokkal írták ki néhány termék nem akciós árát egy boltban. Kiderült, hogy az átlagosnál több fogyott ezekből, vagyis valóban igaz, hogy az agy képes kikapcsolni mindenfajta racionalitást, ha a vélt akciókra kezd el koncentrálni.

A szakemberek szerint egyébként a titok nyitja az, hogy legalább 30 percnek kell eltelni, hogy az agy jutalomközpontja mellett a racionalitásért felelős része is aktivizálja magát, ezért van az, hogy a vásárlás végén átnézve a virtuális vagy a fizikai bevásárlókosarat, könnyen rájöhet az ember, hogy a belepakolt dolgok jelentős részére semmi szüksége nincs. Illetve arra is felhívják a figyelmet, hogy ne vegyen be fájdalomcsillapítót vásárlás előtt, mert az tompítja a racionális gondolkodást. Azt tanácsolják, hogy aki az ilyesmire hajlamos, inkább készpénzben fizessen, így elkerülheti a túlköltekezést, és a pénz átadásakor tudatosulhat igazán, mennyit is költött.

Kit Yarrow a Golden Gate Egyetem pszichológusa elment, és megkérdezte az órákat sorban szobrozó embereket, hogy mégis miért csinálják ezt. Többségükről kiderült, hogy nem is az akciók miatt mentek el sorban állni, hanem mert ez náluk már hagyomány. Minden black friday során így tettek eddig is, és ezt a tradíciót tovább szeretnék vinni. Volt olyan, aki azt mondta, hogy ez az a program, amit a család minden tagja szeret és vár, főleg azután, hogy a Hálaadást együtt töltötték a négy fal között rengeteg kajával, ezért alig várják, hogy kimozduljanak, még ha ez a plázázást is jelenti. Mondjuk valószínűleg sokáig nem is kell újra családi programot szervezni, ha sikerül megverekedni az akciós Playstationért.

Boldogság után jön a düh

Vásárlási düh a neve annak az érzésnek, amit valószínűleg nem csak black friday esetében, de egy szimpla hétfői bevásárlás alkalmával is sokan átélnek. Pszichológusok szerint ennek kiváltó oka lehet a kialvatlanság és a fáradtság, ami leginkább azokra igaz, akik képesek egy éjszakát a bolt előtt szobrozni, hogy hamar bejussanak. Egy 2014-es kutatásból kiderült az is, hogy a nagy tömeg alapvetően nem hogy rossz hatással van az emberekre, hanem megnyugszanak tőle, egészen addig, míg egy olyan apró porszem nem kerül a gépezetbe, mint hogy elfogy idő előtt az akciós termék. Ekkor elindul a hétköznapi nyelven csak közös höbörgésnek nevezett folyamat, ami kicsúcsosodhat agresszióban is. Mivel általában ez a helyzet beáll, így előjön a kompetitív környezet kérdésköre is: máshogy reagálnak a különböző embertípusok, többségük csalódott és dühös lesz, ha nem sikerül megszereznie azt, amiért esetleg több órát állt sorban. Ennek a vége tettlegesség is lehet.

Az itthoni felmérés szerint a megkérdezettek 90 százaléka vásárolt már akciós vagy kuponos napon, ennek ellenére csak 7 százalékuk vallja magát impulzusvásárlónak, többségük azt állítja, igenis szüksége volt arra a termékre. Tízből négyen csalódtak a vásárlás után, jórészt

azért mert rossz minőségű volt, amit megvettek, 40 százalékukat viszont az idegesítette fel, hogy később máshol hasonló vagy alacsonyabb áron is látta a terméket, és becsapva érezte magát.

Valószínűleg pont ezért érezte a megkérdezettek háromnegyede azt, hogy az 50 százalék feletti akciók már eleve gyanúsak. Ennek ellenére itthon még mindig a kedvezmények mértéke a legnagyobb hívószó, pedig mostanra már nem igazán van olyan hétvége, hogy valamelyik nagyobb áruház ne lengetne be hasonló akciókat.

(Index 2019. november 15., péntek)

Egyre ellenállóbb mikrobák miatt bukik az EU 500 milliárd forintot

Az EU egyelőre számottevő eredmény nélkül harcol a multirezisztens mikrobákkal, így még mindig eurómilliárdokat bukunk emiatt – olvasható az Európai Számvevőszék új jelentésében.

Antimikrobiális rezisztenciának (AMR) az a jelenséget nevezzük, amikor különböző mikrobák (baktériumok, vírusok, élősködők vagy gombák) ellenállóvá válnak a korábban eredményes kezelést biztosító gyógyszerekkel szemben.

Minden évben mintegy 33 ezren halnak meg az Unióban gyógyszeres kezelésnek ellenálló baktériumok okozta fertőzésekben, ami ráadásul körülbelül 1,5 milliárd euró gazdasági veszteséget is okoz az egészségügyi ellátási többletköltségek és a termelékenységekiesés miatt – derül ki az Európai Számvevőszék közleményéből.

„Az antimikrobiális rezisztencia komoly fenyegetést jelent a közegészségügyre nézve – nyilatkozta Nikolaos Milionis, a jelentésért felelős számvevőszéki tag. – Bár állatgyógyászati kérdésekben történt némi előrelépés, az Európai Bizottságnak és a tagállamoknak aktívabban kell fellépniük, hogy meg tudják fékezni ezt az egyre növekvő veszélyt.”

Szerintük bár néhány területen történt előrelépés az elmúlt években, például a tagállamok egységesen közelítettek a problémához, ám a számvevők az előrehaladás nyomon követése és az egészségügyi ellátással összefüggő fertőzések felügyelete terén is rámutatnak hiányosságokra, amelyek lelassíthatják az antimikrobiális rezisztencia elleni intézkedések végrehajtását. Emellett úgy vélik, hogy továbbra sem áll rendelkezésre elegendő tudományos adat az antimikrobiális rezisztencia környezetben való előfordulásáról és terjedéséről.

Éppen ezért három pontból álló javaslattal álltak elő, ezek:

a tagállamoknak nyújtott támogatás fokozása;

az állatgyógyászati célú antimikrobiális szerek körültekintő alkalmazásának előmozdítása és az antimikrobiális rezisztencia nyomon követésének javítása;

az antimikrobiális rezisztenciára irányuló uniós kutatások fellendítését célzó stratégiák megerősítése.

(HVG 2019. november 15., péntek)

Több mint 100 ezer bankszámla maradt zárolva

Mintegy 100-150 ezer ügyfél, vagyis az aktív bankszámlák tulajdonosainak körülbelül 1 százaléka nem azonosította magát az október 31-i határidőre – mondta a Magyar Nemzeti Bank (MNB) felügyeleti szóvivője.

Binder István szerint a bankok felkészültek az adategyeztetésre, ügyfélszolgálatukat megerősítették, az országos figyelemfelhívó kampány elérte az ügyfeleket.

A határidő nem jogvesztő, tehát utólag is elvégezhető az azonosítás, de addig a kifizetéseket zárolják – hangsúlyozta. Hozzátette, hogy az adategyeztetési kötelezettség nem csak a bankok, hanem a biztosítók és az önkéntes pénztárak ügyfeleire is vonatkozik.

Mint korábban beszámoltunk róla, a pénzmosás és a terrorizmus finanszírozásának megelőzéséről és megakadályozásáról szóló törvény értelmében a pénzügyi intézmények 2019. november 1-jén kötelesek zárolni azon ügyfeleik számláit, akik 2019. október 31-ig nem tettek eleget adategyeztetési kötelezettségüknek.

Az MKB Bank közleménye szerint, aki az adategyeztetést elmulasztotta, annak a számláját november 1-jén 0 órakor zárolták. Emiatt a bankszámlák egyes funkciói nem elérhetőek, ezekre a bank megbízást sem személyesen, sem pedig elektronikus csatornán nem fogadhat be, vagyis pénzt nem lehet se befizetni, se kivenni a számláról.

A bankszámlák zárolását a bank csak a kötelező adategyeztetés megtörténtét és feldolgozását követően oldhatja fel. Az adategyeztetéshez szükséges nyilatkozatok és okmánymásolatok leadása már csak személyesen, a bankfiókokban lehetséges.

(M1 2019. november 15., péntek)

Riasztás érkezett a Magyar Postától - minden ügyfél érintett

Előfordulhat olyan helyzet, amikor ismeretlenek követeléskezeléssel, tartozás behajtásával kapcsolatban hivatkoznak a Magyar Postára. A csalók visszaélnék nyereményjátékkal és csomag érkezésével is. Ne higgyen nekik! - figyelmeztet az állami cég.

A posta honlapján felhívja ügyfelei figyelmét, hogy a szolgáltatásokkal kapcsolatos követeléskezelés és behajtás szigorú és dokumentált eljárási rend szerint történik. Ennek egyik első lépése az írásos fizetési felszólítás. Ha azonnal, minden írásos előzmény nélkül pénzt követelnek a Magyar Posta nevében postai szolgáltatással összefüggő tartozásra hivatkozva, akkor kéri, hogy forduljanak az ügyfélszolgálatukhoz és kérjenek tájékoztatást, hogy valóban indított-e a Magyar Posta velük szemben igényérvényesítést.

A Magyar Posta kizárólag bírósági végrehajtó útján érvényesít követelést, a hivatalos végrehajtókról a Magyar Bírósági Végrehajtói Kar honlapján elérhető névjegyzékből lehet tájékozódni!

Nyereményjátékkal kapcsolatos visszaélés

Értékes nyereményeket, számos esetben mobiltelefont ígérnek nem létező nyereményjátékokra hivatkozva ismeretlenek a Magyar Posta nevét felhasználva.

Az elkövetők számos módon - e-mailben, böngészés közben felugró ablakban vagy smsben - kéri el ügyfeleink személyes adatait, bankkártyaszámot, esetleg PIN-kódot vagy egyszerűen pénzt, az értesítésben pedig a Magyar Posta logóját és arculati elemeit használják, ezzel megtévesztve az ügyfeleket.

Az adathalász támadások jó részét kis odafigyeléssel fel lehet ismerni. Gyanakvásra adhat okot már az is, ha olyan nyereményjátékról kapunk értesítést, amely ismeretlen, ha bizonytalanok vagyunk, akkor érdemes ellenőrizni a posta honlapján, ahol minden akciót közzétesznek.

Csomag érkezésével kapcsolatos visszaélés

A posta szerint az utóbbi hetekben gyakori az is, hogy csomag érkezését jelzik, és annak árát kéri ügyfeleinktől. Gyakori, hogy magyartalan vagy nyelvtanilag helytelen a megfogalmazás, illetve előfordul, hogy hiányoznak az ékezetek a megérkező e-mailekben, smsekben.

Fontos tudni, hogy a Magyar Posta sem telefonon, sem smsben, sem e-mailben nem kér be érzékeny személyes adatokat, böngészés közben felugró ablakokban nem hirdet, valamint a Magyar Posta által meghirdetett akciókhoz minden esetben tartozik játékszabályzat, amelyben leírjuk, hogy a nyerteseket milyen módon értesítjük. Ha a szabályzattól eltérő üzenetet kap, gyanakodjon, és javasoljuk, hogy zárja be azt az ablakot. Minden esetben ellenőrizni kell a küldő e-mail címét is és figyelembe kell venni, hogy a Magyar Posta hivatalos e-mail címei @posta.hu végződésűek. Ha ettől eltérő e-mail címről érkezik a posta nevében megkeresés, akkor kezdjenek gyanakodni!

A Nemzetbiztonsági Szakszolgálat Nemzeti Kibervédelmi Intézet (NBSZ NKI) tájékoztatót adott ki a különböző mobiltelefonszámokról, a Magyar Posta Zrt. nevének és arculati elemeinek felhasználásával küldött adathalász hivatkozást tartalmazó kéretlen SMS üzenetekkel kapcsolatban, amelyet itt lehet megtekinteni.

(Napi 2019. november 15., péntek)

Tönkreteszik a szívet az ultrafeldolgozott élelmiszerek

Egészségtelenné teszik a szívet az úgynevezett ultrafeldolgozott élelmiszerek - derült ki egy kutatásból, amelyet az Amerikai Szív Egyesület idei philadelphiai ülésén mutattak be.

Az amerikai Betegségmegelőzési Központ (CDC) kutatói szerint a szervezetbe jutó, ultrafeldolgozott élelmiszerekből származó kalória minden 5 százalékos növekedésével ugyanilyen arányban csökken az általános szív- és érrendszeri egészség.

Azok a felnőttek, akik kalóriabevitelük mintegy 70 százalékát ultrafeldolgozott élelmiszerek formájában fogyasztják el, az ideális kardiovaszkuláris egészség szintjének csupán felével élnek azokhoz képest, akik a teljes kalóriabevitelük legfeljebb 40 százalékát viszik be szervezetükbe ilyen ételek formájában.

Az ételeket az elkészítésük során használt ipari folyamatok mennyisége és célja alapján kategorizálják. Azokat nevezik ultrafeldolgozott élelmiszereknek, amelyek teljesen vagy jórészt olyan táplálékból kivont anyagokból állnak, mint a zsírok, keményítők, hidrogénezett zsírok, hozzáadott cukrok, módosított keményítők és ide tartoznak olyan "kozmetikai" adalékok, mint a mesterséges ízesítők, színezékek vagy emulgeálószeresek. Ilyen termékek például az üdítőitalok, a csomagolt sós rágcálnivalók, sütik, feldolgozott húsok, porformájú és előcsomagolt levesek - írja a Science Daily tudományos-ismeretterjesztő portál.

Az egészséges táplálkozás kiemelt fontosságú a szív és a vérerek egészségének megőrzésében"- hangsúlyozta Zefeng Zhang, a CDC kutatója. "Az ultrafeldolgozott ételek gyakran helyettesítik a tápanyagban gazdag ételeket, mint a gyümölcsöket, zöldségeket, teljes kiőrlésű gabonákat és a sovány fehérjét, melyek támogatják a szív egészségét. Ráadásul az ultrafeldolgozott élelmiszerekben gyakran magas a só, a hozzáadott cukor, a telített zsír és más, a szívbetegségek kockázatát növelő anyag aránya" - tette hozzá.

A szakértők az amerikai országos egészségügyi és táplálkozási felmérés (NHANES) során 2011 és 2016 között gyűjtött adatokat használták vizsgálatuk során. Ennek keretében 13 446, húszéves vagy annál idősebb felnőttől szereztek információkat, akiknek megismerhették táplálkozási szokásait és a szív- és érrendszeri egészségükre vonatkozó kérdésekre adott válaszait.

(Science Daily\MTI)

(Origo 2019. november 15., péntek)

Egyre több helyen lehet kapni „okoskenyeret”

Novembertől már több mint kétezer üzletet látnak el okos élelmiszerekkel a franchise-rendszerben működő hazai sütőipari vállalkozások – jelezte a Hajdúsági Sütödék Zrt. vezérigazgatója a távirati irodának.

Szakács Tamás tájékoztatása szerint

„okos” terméknek nevezik azokat az élelmiszereket, amelyek tudományosan igazoltan kedvező élettani, egészséget támogató, vagy a betegségek kialakulásának kockázatát csökkentő hatásuk is van.

Az okos élelmiszer koncepciót tavaly bevásárlották Magyarország 100 legérdekesebb innovációja, tavasszal pedig a Magyar Innovációs Nagydíjon a 40 legelismertebb újítás közé. Szakács Tamás emlékeztetett rá, hogy az „okosélelmiszer” kutatási programjuk 2000-ben kezdődött, az elmúlt 19 évben sok száz millió forintot fordítottak kutatásokra, klinikai vizsgálatokra (több mint 2500 önkéntes bevonásával hét úgynevezett III-as fázisú és egy IV-es fázisú humánklinikai vizsgálatot végeztek el), valamint piackutatásra és termékfejlesztésekre.

Hozzátette: jelenleg két brand négy terméke van a piacon, jórészt a kelet-magyarországi régióban. A Vitajó termékek egyedi ásványianyag- és vitamin-összetételével azoknak a fogyasztóknak szánják, akiknek relatív ásványianyag- és vitaminhiánya van. A Ritmus termékek pedig az emésztést támogatják. Hamarosan a piacra kerül ezen túl a szív-koszorúér megbetegedések kialakulásának a kockázatát csökkentő vagy emésztési diszkomfort tüneteket enyhítő termékeik is – sorolta a vezérigazgató.

A több mint 400 embert foglalkoztató Hajdúsági Sütödék-csoport (HS-csoport) 7,2 milliárdos árbevételeből 4,8 milliárd a sütőipari érdekeltség árbevétele, ennek 8,8 százalékát az okos élelmiszerek adják. Hozzátette: a HS-csoport és franchise partnerei fogyasztói áron már jóval több mint egymilliárd forintot építettek fel. A következő három évben ennek 5-7-szeresével számolnak, további új franchise és kereskedelmi partnerek belépésének, az országos lefedettség elérésének és újabb okos élelmiszerek piacra lépésének köszönhetően.

Szakács Tamás elmondta azt is, hogy az okos élelmiszerek hazai és nemzetközi elterjesztésére gyártói-piaci franchise rendszert hoztak létre, a partnerek döntőrészt saját költségből építik fel piacaikat. A Hajdúsági Sütödék a tudást, a piaci, a jogi és a technológiai ismereteket, brandjogokat, valamint a termékekhez szükséges speciális összetételű keverékeket értékesíti.

Jelenleg öt hazai cég tagja az üzleti koalíciónak, amelyhez év végéig várhatóan további magyar társaságok csatlakoznak.

Jövőre 5-10 hazai és 2-3 külföldi szereplő belépésével számolnak – mondta a vezérigazgató jelezve, hogy a kutatás-fejlesztést a cég európai uniós és állami források bevonása nélkül, kizárólag saját erejéből oldotta meg eddig.

Elmondta azt is, egyelőre nincs versenytársuk az okosélelmiszerek piacán, a mai trendekkel szemben (valamilyen mentes, vagy csökkentett összetevőjű élelmiszer) nem vesznek ki olyan összetevőt a termékekből, amely azok alapvető jellegét megváltoztathatná. Ugyanakkor olyan új, speciális összetevőkkel kombinálják az okos élelmiszereket, amelyek

biztonságosan, jól körülírható élettani, egészségi területen nyújtanak plusz szolgáltatást – jegyezte meg.

(VG 2019. november 16., szombat)

Még évtizedekig pusztíthatjuk a Földet, akárhányszor csak repülőre ülünk

A repülés mindössze 2-3 százalékat adja az emberhez köthető szén-dioxid-kibocsátásnak, de ez az arány rohamosan növekedhet a következő években, ahogy a globális utasforgalom a duplájára emelkedhet 2040-ig. Számos lépést tesznek már most is a légitársaságok annak érdekében, hogy csökkentsék az emissziót, új, kisebb fogyasztású gépekre cserélik a flottájukat, optimalizálják a menetrendjüket, alternatív üzemanyagokkal és elektromos repülőgépekkel kísérleteznek. De még messze vannak attól, hogy teljesen zöldek legyenek, rövid távon csak az segíthetne, ha kevesebbet repülnének az emberek - írja a Business Insider.

Amikor szeptemberben a 16 éves klímaaktivista, Greta Thunberg Svédországból New Yorkba utazott, hogy beszéljen az Egyesült Nemzetek klímacsúcsalálkozóján, nem repülővel tette meg azt a néhány ezer kilométert, hanem vitorlással, nullára redukálva az utazás szén-dioxid-kibocsátását. A célja az volt ezzel, hogy csökkentse az ökológiai lábnyomát és nem kérdés, hogy van zöldebb módja az utazásnak, mint repülni.

Természetesen nem tudjuk mindannyian követni a példáját. Neki 15 napjába került, hogy átutazza a vitorlással az Atlanti-óceánt, és ez csak az egyik irány volt. Sok embernek az egész nyaralása nem tart ennyi ideig. Az átlagember kénytelen a légitársaságra hagyatkozni, ha üzleti útra, vagy nyaralásra indul. A repülés ellenzői szerint túl sokat repülünk, amit helyettesíteni lehetne más utazási módokkal, például buszokkal vagy vonatokkal, ha pedig üzleti tárgyalásokról van szó, akkor akár videóhívásokkal. Ez főként az olyan rövid utakra érvényes, mint például egy New York-Boston, vagy egy London-Párizs járat.

A LÉGIKÖZLEKEDÉS JELENLEG MINDÖSSZE AZ EMBER ÁLTAL KIBOCSÁTOTT SZÉN-DIOXID 2-3 SZÁZALÉKÁT ADJA A BECSLÉSEK SZERINT, DE A KÖZELJÖVŐBEN JELENTŐSEN NÖHET AZ ARÁNY, A VÁRAKOZÁSOK SZERINT UGYANIS 2037-BAN MÁR ÉVI 8,2 MILLIÁRD UTASSAL KELL SZÁMOLNI.

Ezzel együtt pedig a légitársaságok által kibocsátott üvegházhatású gázok mennyisége is szignifikánsan növekedni fog. Az olyan fejlődő régiókban, mint Kína vagy India, a növekvő középosztály biztosítja a repülés iránti kereslet növekedését, Európában és az Egyesült Államokban pedig az ultra low cost légitársaságok feltörésével és az erősödő versennyel lesz egyre szélesebb rétegek számára elérhető a repülés.

Lars Andersen Resare több mint 20 éve dolgozik a skandináv légitársaságnál, a Scandinavian Airlines-nál és 2010 óta a légitársaság környezetért felelős vezetője. Szerinte annak fényében, hogy „flight shame” kezd terjedni, át kell alakítani a szektorban az üzleti modellt, hogy az biztosítsa a túlélést a jövőben.

A repülés iránti igény növekedése mellett a másik trend, hogy az üzemanyag-hatékonyabb utazási formák felé nő az igény, különösen a fiatalabb utasok körében. Ez pedig érinti a légitársaságok működését is. Ha a légitársaságok nem csökkentik az üvegházhatású gázok kibocsátását, akkor a szabályozó hatóságok meg fogják találni a módját, hogy növeljék a költségeiket. Az esetleges karbonadók mellett a másik veszély, hogy az utazóközönség elpártol, különös tekintettel a vállalati ügyfelekre.

A légitözlekedés hagyományosan egy üzemanyagégető, nagy üvegházhatású-gázkibocsátású iparág, de a szektorszereplők és a kormányzatok már számos lépést tettek a hatékonyság javítása érdekében, amivel csökkentették az utasokra jutó átlagos emissziót. A rossz hír, hogy még messze vagyunk attól, hogy teljesen zöld légitözlekedésről beszéljünk.

Az egyik lehetőség az ökológiai adó, a légitársaságok (és a feltehetőleg emelkedő jegyárakon keresztül) az utasok büntetése a szén-dioxid-kibocsátásért. Az ötlet mögötte az, hogy ez visszaszoríthatja a túlzott utazást. De az ICF tanácsadó cég szerint ez kevés lesz, nem lesz elég hatékony. Főleg azért, mert nem arra használják majd fel az adóból befolyó pluszösszeget, amivel javíthatnának a klímahelyzeten, nem kutatás-fejlesztésre megy majd el a zöld energia területén, hanem a többi adóbevétel mellé kerül majd a kalapba. Ezek jellemzően 15 százaléknál kisebb mértékűek, így túlságosan alacsonyak ahhoz, hogy a fogyasztói viselkedést szignifikánsan megváltoztassák. Ha viszont magasabb adót állapítanak meg, az katasztrofális hatással lenne a légitözlekedésre. A magasabb adófizetés hatékonyabb lenne, de a gazdasági következmények fájdalmasak lennének. És nem csak a légitözlekedési szektor érezné meg, de az egész gazdaság, ugyanis a kereskedelem jelentős része is légi úton történik.

A légitársaságok eddig több lépést is tettek annak érdekében, hogy csökkentsék az üzemanyag-használatot. Optimalizálták a menetrendeket, sokan a régebbi gépeiket újabbakra, jobb fogyasztásúra cserélték. Az utasszállítók legújabb generációi, mint az Airbus A350, a Boeing 787 Dreamliner, az Airbus A320neo, a Boeing 737 Max, vagy a kisebb gépek, mint az Airbus A220 vagy az Embraer E2 20 százalékkal jobb üzemanyag-hatékonyságot kínálnak, mint az előző generációk. Bár ez a javulás nem tudja ellentételezni a forgalom növekedésének hatásait az emisszióra, az egy utasra jutó kibocsátás csökkent. A légitársaságok pedig csökkenteni tudják az üzemanyag-költségeiket.

Ha pedig az egész gépet nem is cserélik le, apró változtatásokkal javíthatnak a hatékonyságon, például az American Airlines 4 százalékkal csökkentette az üzemanyag-használatát csak azzal, hogy a szárnyak végére úgynevezett „wingletet” helyezett el, ami javított az aerodinamikai tulajdonságokon. A másik ígéretes trend az alternatív üzemanyagok használata, mint a bioüzemanyag, amely akár 80 százalékkal csökkentheti a szén-dioxid és az egyéb melléktermékek kibocsátását. Ezek nagy gátja jelenleg, hogy egyelőre limitált a kínálat és a termelési kapacitás.

A legnagyobb hatású változást az hozhatja el, ha a belső égésű motorokat lecserélik valami hatékonyabbra. Sok gyártó, a startupoktól kezdve a legnagyobbakig, többek között az Airbus próbálkozik elektromos repülőgépek fejlesztésével, ami drámaian visszavetné az emissziót. De még évekre vagyunk attól, hogy elektromos repülőgépek szállítsák az utasokat a tengerentúlra. A várakozások szerint ezek a technológiák csak a 2030-as években jelenhetnek meg a menetrendszerinti közlekedésben.

Számos opció és technológia körvonalazódik, de az, hogy rövid távon csökkenjen a szektor szén-dioxid-kibocsátása, kétségtelenül nagy kihívást jelent. Még a legújabb repülőgépekkel is nehéz tartani a megfogalmazott célokat. Hiába repkednek ugyanis kisebb fogyasztású repülőgépek, ha a fejlődő piacokon közben robbanásszerűen nő a repülés iránti kereslet. Addig, amíg az alternatív üzemanyagok nem érhetőek el nagy mennyiségben, az elektromos repülőgépek pedig nem állnak be a közlekedésbe, nehéz lesz haladást elérni anélkül, hogy csökkentsék a repülést. Nem lesz nagy változás, ha az utazóközönség nem mond le a repülésről a klímavédelem érdekében és az lesz, hiába terjed a „flight-shaming”, ez egyelőre nincs hatással a keresletre. Az igazság az, hogy hacsak nem következik be valami drámai változás a repülés iránti keresletben, például egy globális recesszió, vagy az olajár megugrása, a légitársaságok erőfeszítései az emisszió csökkentésére csak marginális hatással lesznek.

(Portfolio 2019. november 16., szombat)

Itt a figyelmeztetés: ólom van a csapvízben, rengeteg családot érint

Az 1945 előtt épült társasházak vízvezetékeiből sok esetben ólom kerülhet a csapvízbe, így hiába kiváló minőségű a vezetékes víz, mire az a háztartások csapjaiba eljut, jelentősen szennyeződhet - számol be az Infostrart.

Ahogy arról a Pénzcentrum korábban beszámolt, sok magyar háztartásban szennyezett a csapvíz.

Bufa-Dörr Zsuzsanna, Nemzeti Népegészségügyi Központ szakértője környezetmérnök csapata két kutatást is indítottak: a lakosság segítségével a baj mértékét, illetve a víztisztító berendezések hatékonyságát mérik. Egy országos ólomtérkép is készül - ajánlásokkal. A szakértő friss helyzetjelentést adott a rádióknak, miszerint

a víz alapvetően biztonságos, a szolgáltatott ivóvízben jellemzően nem található ólom, azonban az ivóvízhálózatba beépített szerkezeti anyagokból kioldódva kerülhet a csapvizünkbe ólom.

Hozzátette, ez nem is csak budapesti probléma, a megyeszékhelyeken, nagyobb városokban is vannak 1940 előtti épületek, és azt követően is építkezettek ólomcsövekkel.

A nyitott laboratórium program részeként a lakosság által benyújtott minták alapján kiderült, hogy jelentős a probléma, a csapnyitáskor nyert vízminták 30-40 százaléka szennyezett. Ám reggel egy percnyi folyatás hatására jelentősen csökkenthető a kockázat, ha nagyobb mennyiséget a már kifolyatott csapból a hűtőben tárolunk - mondta el Bufa-Dörr Zsuzsanna.

A vízfolyatás nyilván csak tüneti kezelés, végleges megoldást a csőcsere jelentene.

Különösen várják a jelentkezéseket Újpestről, Gazdagrétről, Békásmegyer, Óbuda-hegyvidékről, Pest megyében Pécelről, Budaörsről, Törökbálintról, Kerepesről.

(Pénzcentrum 2019. november 16., szombat)

Több pénzt az egészségügybe – ez a hosszú élet titka

Nyugat-Európában és Skandináviában többet költenek az egészségügyre, és tovább is élnek az emberek, míg Kelet-Közép-Európában és a balti államokban kevesebb pénz jut erre a célra, és a születéskor várható átlagéletkor is alacsonyabb. Az egészségügyi költségek uniós átlaga 9,9 százalék, Magyarországon pedig 7,4 százalék.

Az EU statisztikai hivatala, az Eurostat nemrégiben ismertette összeállítását arról, hogy az egyes tagállamok mennyit költenek GDP-arányosan az egészségügyre. Erre az europapont.blog.hu is felhívta a figyelmet, összeállításunkban rájuk is támaszkodtunk. Az egészségügy tagállami hatáskör, ezért nagyon nehéz közös nevezőre hozni, vagy azonos szempontok alapján objektíven értékelni az egyes tagállamok teljesítményét.

A tagállami ráfordítás azt mutatja meg, hogy a teljes nemzeti bevétel mekkora hányada megy el egészségügyi kiadásokra. Ez az adat azonban nem csak az egészségügyi közkiadásokat, tehát az állami forrásokat takarja, hanem benne van az egyes emberek ilyen irányú költsége is.

A százalékos adat nem egy főre vetítve, hanem az egész GDP-re vonatkoztatva mutatja a ráfordításokat. Így fordulhat elő, hogy a legmagasabb uniós GDP-vel, de kevés lakossal rendelkező Luxembourg a lista végén van.

Eltérő rendszerek miatt nehéz az összehasonlítás

Szögezzük le, nincsen egyértelműen jó szám. Mivel minden tagállamban más az egészségügy rendszer – függően attól például, hogy hány biztosítóval működik a modell, mekkora a magán- és közkiadások aránya, vagy milyen hajlandósággal mennek el az emberek egészségügyi szolgáltatókhoz –, nehéz meghatározni egy általánosságban is iránymutató célszámot az egészségügyi költségek GDP-arányos nagyságára. Ezért azt sem lehet egyértelműen megmondani, mi lenne az ideális ráfordítás.

A trendeket vizsgálva mindenesetre elmondhatjuk, hogy az Eurostat adatai szerint a mostani adatszolgáltatás előtti öt évben Ciprus és Görögország kivételével mindenhol nőtt az egészségügyi ráfordítások aránya – ahogy a legtöbb országban a GDP is nőtt, így láthatóan nőtt a szektor mérete. Az uniós szinten mért átlagos százalék – az ENSZ Egészségügyi Világszervezete, a WHO adatai alapján – egyébként teljesen egybevág a világátlaggal.

Hogy mégis árnyalni tudjuk a képet, azt vizsgáltuk meg, hogy az egészségügyi ráfordítások és a születéskor várható élettartam között van-e összefüggés, azaz a nagyobb befektetés hosszabb életet jelent-e.

A gazdagabbak többet költenek

Nézzük először a GDP-arányos költséket. Általánosságban az látható, hogy a tehetősebb országokban arányosan többet költenek az egészségügyre, mint az alacsonyabb GDP-vel rendelkező országokban. Hét ország van az uniós 9,9 százalék fölött ezen a téren. A listavezető Franciaország 11,5 százalékkal, közvetlenül mögöttük pedig Németország (11,1 százalék) és Svédország (11 százalék). Őket a többi nyugat-európai ország, illetve a skandinávok követik, aztán jönnek a dél-európai államok, majd Közép-Kelet-Európa, végül a balti államok.

MAGYARORSZÁG 7,4 SZÁZALÉKKAL ÍRORSZÁGGAL HOLTVERSENYBEN A 17-18. HELYEN ÁLL.

A lista végén Lettország és Luxembourg (6,2-6,2 százalék), valamint Románia (5 százalék) áll, de mint jeleztük, a nagyhercegség adatai nem jelentenek rosszabb egészségügyi feltételeket. Érdemes felhívni a figyelmet Bulgária 8,2 százalékos ráfordítására, ami figyelemre méltó teljesítmény az EU egyik legszegényebb tagállamától. Ugyanakkor a bolgárok mögött következő magyar és ír adat között jelentős a különbség, az európai mezőny itt tulajdonképpen kettészakad. (További statisztikákat is lehet találni az Eurostat oldalán a még árnyaltabb képhez.)

A szegényebbek hamarabb halnak

Tekintsük át az európai életkorkilátásokat, egy ezzel foglalkozó honlap összegzése alapján. A születéskor várható legmagasabb és a legalacsonyabb életkor között több mint nyolc év van. Spanyolországban élnek átlagban a legtovább (83,08 év), Bulgáriában a legrövidebb (74,84,év) ideig. Úgy tűnik, hogy a várható 80 betöltött életév (hangsúlyozzuk, átlagról van szó, a nők minden statisztika szerint tovább élnek, mint a férfiak) a nyugat-európai és a skandináv országokra jellemző, egyetlen kivétel ez alól Szlovénia, a szlovének várható átlagéletkora éppen csak 80 év fölött van.

Az is egyértelműen látszik, hogy a kelet-közép-európai és a balti államok alkotják a mezőny második felét. Ebből a szempontból tehát az egészségügyre fordított költségek és a várható átlagéletkor között szignifikáns összefüggés van, még akkor is, ha – mint fentebb utaltunk rá – ez a kérdés nagyon összetett, és számos további szempontból lehet értékelni, elemezni.

Az alacsonyabb várható életkorral rendelkező országok táborában is van egy törés: az utolsó öt állam (Magyarország, Litvánia, Lettország, Románia és Bulgária) jelentősen leszakadt az előttük lévő országtól, ugyanakkor ők csoportján belül kevesebb mint egy év a várható életkor szerinti eltérés.

Az egészségügy uniós támogatása

Bár az egészségügy menedzselése nemzeti hatáskörbe tartozik, az EU támogatja, és segíti is a tagállamok ehhez kapcsolódó tevékenységét és együttműködését, emellett pedig a vonatkozó szabályokat is igyekszik mindinkább támogatóvá alakítani. A tagállamok jelentős uniós forrásokat fordítanak a szektor fejlesztésére a strukturális és beruházási alapokból, emellett az EU külön egészségügyi programot is működtet már évtizedek óta. Az aktuális, 2014-2020-ra szóló EU egészségügyi program pedig összesen közel 450 millió eurós, közvetlenül Brüsszelből elnyerhető támogatással járul hozzá a tagállamok egészségügyi együttműködéséhez, és a terület fejlesztéséhez.

(Index 2019. november 17., vasárnap)

Most vagy soha!

A magyar családi cégek ütésállóbbak, de sokuk inkább megfásult. Pedig egyszerre kellene generációt váltani és külföldön is próbálkozni.

Magyarok a kapuk előtt

A Magyarok a Piacon Klub nem titkoltan egy elit csoport, amely a magyar kkv-knak teremt képviseleti fórumot. Az ajtó nem nyílik ki elsőre mindenki előtt: az adott cégnek kimutathatóan magyar többségi tulajdonban kell állnia, nagy hozzáadott értéket kell előállítania, és nem csak az itthoni piacra kell fókuszálnia. „Mi 2010 óta beszélünk a munka hozzáadottérték-faktorának elsődlegességéről, szerencsére most már a kormányzat is hasonlóképpen vélekedik” – nyilatkozta lapunknak Essősy Zsombor elnök, aki egyben a Mapi Magyar Fejlesztési Iroda Zrt. vezérigazgatója is. Ez az aspektus azért emelkedik ki, mert bár az természetesen üdvös cél, hogy minél többek számára teremődjön állás a cégek befektetéseivel, de az már korántsem mindegy, hogy az adott munkakör milyen. A lényeg – bármennyire is rosszul cseng – a profit. Ha nagy a nyereség, az magasabb bérköltség kitermelését is jelenti, és jut belőle fejlesztésekre is.

Amelyik vállalkozás így működik, ott szerintem nem kell szégyellni azt sem, ha a tulajdonos is jól él – jegyezte meg.

A klubban száznál is több ilyen céget találtak eddig, Essősy Zsombor szerint további 200–300 lehet még belőlük Magyarországon. Ennek kapcsán egy cél is megfogalmazódott, mégpedig, hogy tíz éven belül duplázzon ez a szám, húsz év múlva pedig ezres nagyságrendűre duzzadjon a kör. Mindez már deklaráltan állami szándék is, hiszen a Magyar Multi Program beindítása éppen erről szól. Ennek lényege, hogy hogyan lehetne olyan hazai cégeket lábra állítani, amelyek több országban is tevékenyek. Ez lenne az a bizonyos, Orbán Viktor miniszterelnök által zászlóra tűzött „kifektetés”, vagyis, hogy a hazai vállalkozások külföldön hoznak létre kapacitásokat. Erre csak a legerősebbek képesek. Belőlük most alig akad néhány (Mol, Richter), viszont a küldetés nem lehetetlen. Dél-Európa például masszív munkanélküliségtől szenved, tehát igenis lehet helye a magyar munkáltatóknak ezeken a piacokon.

A jó minta adott, hiszen lényegében a Magyarországra betelepült német cégek ugyanezt az utat tapossák.

Igaz, Németország éppen az erős közepes vállalatokban bővelkedik, ami viszont itthon egyelőre nincs így. A klub statisztikája mindenesetre erőt mutat: mintegy 14 fős munkavállalói tábor tömörít, éves összforgalma pedig eléri a félezer milliárd forintot. „A kifektetés sikere azon is múlik, hogy a cégek akarnak-e egyáltalán fejlődni. Azt látom, hogy sokakban nem ég ez a tűz.”

Úgy, mint a stafétabot

Már mintegy 70-80 cégcsoportot tömörít a 2010-ben alapított Felelős Családi Vállalatokért Magyarországon Egyesület (FBN-H). Az elnevezéshez képest eltérő rövidítést az magyarázza, hogy az FBN alapvetően egy világméretű nemzetközi ernyőszervezet, a Family Business Network rövidítése, a célja pedig, hogy családi vállalkozásoknak nyújtson módszertani háttérrel a működésükhöz: legyen szó generációváltásról, életmódról vagy az üzlet és a család összehangolásáról. A Felelős Családi Vállalatokért Magyarországon Egyesület hasonló prioritások mentén jött létre és lett az FBN helyi leánya.

Tevékenységük alapján a tagság meglehetősen színes képet alkot, de abban már hasonlítanak egymásra a cégek, hogy a legnagyobb hazai érdekeltségű családi társaságokról van szó, a Zwacktól a Béresen át az új generációs BioTech táplálékkiegészítő-gyártóig. Ez nem véletlenül alakult így, hiszen az FBN-H alapszabálya világosan rögzíti, kik léphetnek be a klubba. Olyan cégek, amelyek legalább három éven keresztül legalább ötven főt foglalkoztatnak, és minimum három éven keresztül kétmilliárd forint éves árbevételt generálnak. A magyar családi gyökerek kérdése legalább ilyen fontos szempont, hiszen az adott tulajdonosi körnek meghatározóan egy családból kell kikerülnie, ráadásul a cégvezetésben is legalább egy családtagnak részt kell vennie. Boross Dávid elnök – aki maga is a családi vállalkozások rögzös útját járja az Oázis kertészettel – a Manager Magazinban arról beszélt, hogy a küszöbszámokat jóval túlteljesítik, az átlagforgalom hat–nyolc milliárd forint, és jellemzően néhány száz főnél alakul a létrehozott munkahelyek száma.

Egy szűk rétegről beszélünk, amely a közép- és a nagyvállalati határon mozog, és a tevékenysége többejt jelent számára mint pusztán üzlet.

Ez a plusz az értékrend. Boross Dávid szerint az nem is kérdés, hogy a családi és nem családi cégek között különbségek látszanak, és zömében az előbbiek javára. A jó tíz évvel ezelőtti globális válság erre ideális példa volt, hiszen a nehéz időkben tisztán kitűnt, hogy a családi berendezkedésű vállalatok nemcsak válságállóbbak, hanem sokszor innovatívabbak is. „Ezt az érzelmi kötődés magyarázza, amelynek köszönhetően az anyagi háttér nemcsak addig biztosított, amíg a kockás papíron is kijön a matek – mint ahogy ez az intézményi befektetőknél gyakorta alkalmazott eljárás –, hanem ettől függetlenül is” – mutatott rá.

Stafétát – egy pillanatra!

A „Familia Kft.-k” másik erőssége a döntéshozatal gyorsasága, ami az innovációt támogatja. Egy-egy átalakítás vagy fejlesztés nincs ezer meg ezer különböző döntéshozatali szinthez kötve, a vezérigazgatónak nem kell meggyőzni a részvényeseket, hanem a családi vezetők a szó jó értelmében maguk is képesek végigverni a szervezeten az újításokat. A magyar családi vállalkozások helyzete ugyanakkor speciális, mert meglehetősen fiatalok – a bejegyzésük alapján leginkább néhány évtizedes múlta tekintenek vissza –, viszont a generációváltás már az ajtón kopogtat.

Boross Dávid szerint a hazai cégek negyedénél fejeződött be így vagy úgy ez a folyamat, a legtöbb helyen még hozzá sem nyúltak az ügryhöz. Ennek oka, hogy nincs utód, vagy nincs meg a mód, hogy az átadás-átvételt levezényeljék. Ennek nincs is általánosan alkalmazható képlete, az FBN-H elnöke csak azt tudja javasolni, hogy az ilyen helyzetet egyesével végig kell beszélni a család minden tagjával. Egy biztos:

az utódlásnak már a kamasz korban meg kell ágyazni, mert az borítékolható, hogy az egyetemet követően a cégvezetésbe ripsz-ropsz beültetett új generáció bukásra van ítélve.

„Hiába az iskolázottság, ha valaki emberileg alkalmatlan. Ezért mondom, hogy a generációváltás első lépése pszichológia, és csak a legutolsó menedzsment.” Hogy ez így is legyen, abban nagy felelőssége van az előző generációknak, nekik kell ugyanis tudományosan is megközelíteni ezt a kérdést. Erre öt–tíz évet mindenképpen rá kell szánni, nem lehet egy ebéd alatt elintézni. De legalább ilyen fontos, hogy a generációváltás egy konkrét pillanatban valóban megtörténjen, és a szenior előd ne maradjon fű alatt továbbra is döntési helyzetben.

Mint a váltófutásnál, a stafétabot csak egy pillanatra van két ember kezében – emelte ki.

(VG 2019. november 17., vasárnap)

FVA heti sajtószemle összeállítás XII. évfolyam, 46. hét

Főbb témák: Fogyasztóvédelem, környezetvédelem, egészségügy, energia, élelmiszer-biztonság, vásárlás, szolgáltatás, pénzügyek, utazás, érdekvédelem.

Fogyasztóvédő Alapítvány - <https://fogyasztovedelem.hu/>

Üzenőfal: https://fogyasztovedelem.hu/Varia_x/uzeno.htm

Sajtószemle: https://www.fogyasztovedelem.hu/Varia_x/sajto.htm (Hír-Adás.)