



Longáné Láng Katalin

A fogyasztók vagyoni érdekeinek védelme



A követelménymodul megnevezése:

A kereskedelmi egység szabályszerű működtetése

A követelménymodul száma: 0005-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-009-30



A FOGYASZTÓK VAGYONI ÉRDEKEINKE VÉDELME

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Az alábbiakban két hírt olvashat. Ön szerint miért bírságot kaptak meg a cikkekben szereplő kereskedőket. Érte-e anyagi (vagyoni) hátrány a vásárlókat ezekben az esetekben?

1. Az Aldi 2009. február 1-jétől érvényes akciós újságjában és számos más kommunikációs eszközön meghirdette a „Kidz Alive Gyermek farsangi jelmez” termék akciós értékesítését. A termék hirdetésénél az volt olvasható, hogy „minden szükséges kiegészítővel együtt”, ugyanakkor a nindzsa jelmez esetében a kard, a királyné jelmez esetében a varázspálca és az indiánlány jelmez esetében a balta, melyek a termék hirdetésében láthatóak voltak, nem képezték részét a jelmeznek. A termék hirdetésénél ugyanakkor nem került feltüntetésre olyan figyelmeztetés, mely arra utalt volna, hogy az előbbi kiegészítőket a jelmezek valójában nem tartalmazzák.¹ A Gazdasági Verseny Hivatal (GVH) 1 millió forintba bírságot kaptak a céget.

2. A Tesco és a Spar reklámújságjaiban a fogyasztók megtévesztésére alkalmas információk jelentek meg. A Tesco 10 millió forintos bírságot kapott, mert a reklámújságjaiban megjelent egyes akciós termékek nem voltak elérhetőek a fogyasztók számára, más termékek esetében viszont nem volt valós a meghirdetett árkedvezmény. A GVH enyhítő körülményként értékelte, hogy a kiskereskedelmi lánc az induló készlet hiányát vagy a készletfogyást számos esetben utánszállítással vagy helyettesítő termék biztosításával orvosolta. A Spar áruházlánc Interspar áruházaiiban előfordult, hogy az akció ideje alatt egyes termékek nem voltak elérhetőek, egy termék esetében pedig az áruházlánc nem valós tájékoztatást adott az elérhető kedvezmény mértékéről. Mindezek miatt a Spar egymillió forint bírságot kapott. Enyhítő körülménynek bizonyult, hogy a hiányzó kedvezményes árú termékeket a Spar megrendelte ugyan, de azok a szállító hibájából nem érkeztek meg az áruházakba.²

A GVH álláspontja szerint bármely vállalkozás tart akciót, elvárható, hogy az erről adott tájékoztatás alapján a fogyasztó pontos képet kapjon az akció mibenlétéről, a részvétel feltételeiről, az akcióban részt vevő termékekről. Az akció versenyjogsértő, ha az adott termék egyáltalán nem kapható, vagy ha a vállalkozás irreálisan alacsony induló készlettel készült fel az akcióra.

¹ www.jogiforum.hu/hirek/22313

² www.hirszerto.hu/cikk.spar_tesco_cora_tobb_millios_birsaggal_sujtottak_oket.94575.html

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

A FOGYASZTÓK VAGYONI ÉRDEKEINEK VÉDELME

Ahogy az általános fogyasztóvédelmi alapjogokkal kapcsolatos tananyagban már olvashatott róla, a fogyasztóvédelmi törvény eredeti 1997-es változata egészen a 2008-as módosításig külön fejezetben foglalkozott a fogyasztók vagyoni érdekeinek védelmével kapcsolatos szabályokkal. 10 pontban sorolta fel azokat a tevékenységeket, amelyek megsértése esetén a gazdálkodó szervezet (gyártó, kereskedő) jogkövetkezményekkel számolhatott. A jogszabály szerint:

Törvényben meghatározott jogkövetkezményeket alkalmazni kell, ha a gazdálkodó szervezet

- a. az áru előállítására, átvételére, mérlegelésére, csomagolására, címkézésre, árának feltüntetésére, tárolására, szállítására és forgalomba hozatalára vonatkozó jogszabályi előírásokat megsérti,*
- b. a fogyasztókat hamis méréssel, számolással, az áru minőségének megrontásával megkárosítja,*
- c. a nyitva tartásra vonatkozó szabályokat megszegi,*
- d. üzletkörébe nem tartozó árut árusít,*
- e. a fogyasztók minőségi kifogásait a jogszabályok megsértésével intézi,*
- f. a forgalomból az árut jogosulatlanul visszatartja,*
- g. a vásárlók könyvét szabálytalanul kezeli*
- h. nem megfelelő minőségű árut hoz forgalomba,*
- i. a hatósági árnál kötelezően megállapított árnál magasabb árat kér,*
- j. a megfelelőség-tanúsítási vagy az előzetes minőségvizsgálati kötelezettségeket megszegi.*

2008 óta ez a fejezet kikerült a törvényből, amely nem jelenti azt, hogy a szabályokat már nem kell betartani, csupán más jogszabályokban szabályozták őket. A fenti szabályok között található volt olyanok, amelyek kapcsolata fogyasztó vagyoni érdekeivel elég közvetett. Ilyenek a nyitvatartási idő betartása, a vásárlók könyvének kezelése, stb. Ez is magyarázhatja a változtatást.

1. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat törvényi tilalma

Különösen ki kell emelni a fogyasztók érdekeinek védelmével kapcsolatban egy új jogszabályt, a **fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényt**.³

Általánosságban elmondható, hogy ha a vásárlót a kereskedő valamilyen tisztességtelen módon olyan termék megvételére, megrendelésére veszi rá, esetleg kényszeríti, amely számára előnytelen (nem az igényeinek megfelelő optimális választás), vagy nem is állt szándékában megvásárolni, akkor vagyoni kár érte.

A törvény tilt minden olyan kereskedői tevékenységet, amely – bármilyen módon – a fogyasztót számára kedvezőtlen vásárlási döntés meghozatalára készíti.

Természetesen mindenki elfogadja azt a tényt, hogy a kereskedők jövedelme az eladott termékek mennyiségével arányos, és ezért évszázadok alatt kialakultak olyan kereskedelmi módszerek, amelyekkel az eladók "rávették a vevőket" a vásárlásra⁴, de ez nem jogosít fel egyetlen kereskedőt sem arra, hogy a fogyasztó érdekeit szem elől tévessze. A tisztességes kereskedő a saját anyagi érdekei elé helyezi a fogyasztó érdekeit. Az elégedett vásárló újra vásárolni fog, így a kereskedő is jól jár. Anyagilag is megéri tisztességesnek lenni!

A törvény a következő gyakorlatokat tiltja:

Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat⁵, amely

- alkalmazása során a kereskedő nem az elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelő gondossággal jár el (tehát szakmailag gondatlan), és

³ a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényt (Fttv.)törvény

⁴ Már a középkorban tiltották az áruk "hízalgő feldicsérését", a közösség elleni rossztevésnek minősítették a tisztességes ártól és a jó minőségtől való eltérést.

⁵ kereskedelmi gyakorlat: a kereskedőnek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. (kereskedelmi kommunikáció: információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől)

- amely érzékelhetően rontja a fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, és ezáltal a fogyasztót olyan döntés meghozatalára kényszeríti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, (tehát a fogyasztói magatartást torzítja).

Különösen tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő vagy agresszív.

Megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely az áru egy vagy több jellemzőjére nézve valótlan információt tartalmaz, ezért megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót. A jogszabály felsorolja azokat a tényezőket, amelyekre nézve tilos a megtévesztő információ közlése:

a) a termék megnevezése

A termék nevét egyértelműen kell feltüntetni, amelyet fantázianév, márkanev nem helyettesít.

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen

- kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai,
- mennyisége,
- származási helye, eredete,
- előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja,
- beszerezhetősége, szállítása,
- alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek,
- az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei,
- veszélyessége, kockázatai,
- környezeti hatásai,
- az egészségre gyakorolt hatása, vagy
- tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,

A fogyasztóvédelmi vizsgálatok esetén gyakran kiderül, hogy például a csomagoláson feltüntetett mennyiségnél kevesebb terméket tartalmaz az adott áru, vagy a származási helyet nem tüntetik fel valóságnak megfelelően. Nagy botrányt kavart néhány éve(2004-ben), amikor kiderült, hogy a világhírű magyar fűszerpaprikába dél-amerikai eredetű paprikát keverték, amely ráadásul még mérgező anyagot is tartalmazott. Napjainkban egyre gyakoribb, hogy a terméken feltüntetett, pozitív egészségi hatásra vonatkozó állításait a gyártó nem tudja bizonyítani. (A kereskedő természetesen csak akkor tisztességtelen, ha tud a hibákról.)

c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte,

Például az esetfelvetésben szereplő büntetést a TESCO azért kapta, mert a reklámújságjaiban megjelent egyes akciós termékek nem voltak elérhetőek a fogyasztók számára, más termékek esetében viszont nem volt valós a meghirdetett árkedvezmény.



1. ábra Helyes akciós ár feltüntetés a TESCO-ban

d) az áru igénybevételéhez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny,

e) az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége,

Például a Cora ellen amiatt indult eljárás, mert a vállalkozás hirdetéseiben elhallgatta, hogy az általa forgalmazott kerékpárokra csak akkor érvényes a jótállás, ha külön díj fejében a CORA által kijelölt szakszervizben helyezik üzembe a kerékpárt. Az utóvizsgálat megállapította, hogy az áruházlánc katalógusaiban a kerékpárokra vonatkozóan már szerepelt a tájékoztatás, de az eladási helyeken és a vevőszolgálaton nem. Ráadásul más, ugyancsak szakszervizt igénylő termékek (gáztűzhely, klímaberendezés, autó hifi) esetében továbbra sem figyelmeztette a fogyasztókat. Mivel a vállalkozás kötelezettségét nem teljesítette maradéktalanul a GVH 3 millió forint bírságot szabott ki rá.⁶

f) az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés,

g) a (kereskedelmi) vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései,

⁶ <http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/20090119-szabalyt-sertett-a-tesco-a-spar-es-a-cora.html>

h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés, vagy

i) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat az is, amely más vállalkozással, illetve annak cégnevével, árujával, árujelzőjével vagy egyéb megjelölésével való összetévesztésre vezethet, ha ez a fogyasztót olyan döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Például gyakori, hogy már bevezetett, elismert védjegyzetett márkajelzéseket hamisítanak, és ezzel "dobják piacra" a terméket. Amennyiben ilyen termékeket találnak a hatóságok, akkor elkobozzák, és a vállalkozás ellen eljárást indítanak.

Megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat további formája, amely a fogyasztó döntéséhez szükséges jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető módon bocsátja rendelkezésre. Ezt megtévesztő mulasztásnak nevezi a törvény.

Például a minőség-megőrzési időt jelző számokra az eladó ráragasztja az árcímkét, vagy oldószerrel lemossa a felhasználhatóságot jelző időpont számait, és ezzel elfedi, hogy a terméket már nem szabadna forgalmaznia. Az esetfelvetésben ismertetett esetben az ALDI áruház is elkövette azt a hibát, hogy nem tüntette fel egyértelműen, hogy a gyermekjelmezek ára a kiegészítőket nem tartalmazza, amely félreértésre adott okot.

Agresszív az a gyakorlat, amely a fogyasztót pszichikai (lélektani) vagy fizikai nyomásgyakorlással, (a hatalmi helyzet kihasználásával vagy a fogyasztó zavarása révén) jelentősen korlátozza a fogyasztó döntési szabadságát az áruval kapcsolatos választásban.

Ilyen például a fogyasztó azonnali döntéshozatalra készítése céljából azt állítani, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól. ("Csak ma veheti meg ezen az áron".) Még rosszabb az olyan eset, amikor olyan benyomást keltenek a fogyasztóban, hogy nem hagyhatja el az üzlethelyiséget, amíg nem hoz döntést.

Annak megállapítására, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszív-e, figyelembe kell venni a következőket:

- a kereskedelmi gyakorlat időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama,
- a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott szóhasználat vagy magatartás fenyegető, félelemkeltő vagy becsmérlő volta,
- súlyos, a fogyasztó ítélőképességének korlátozására alkalmas, a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ismert körülmény felhasználása a fogyasztó áruval kapcsolatos döntésének befolyásolására,

- a fogyasztó szerződéses jogainak – ideértve a szerződéstől való elállásra, valamint a másik árura vagy vállalkozáshoz való áttérésre vonatkozó jogot is – gyakorlásával szemben támasztott, indokolatlanul terhes vagy aránytalan, nem szerződéses akadály,
- jogellenes cselekménnyel való fenyegetés.

Összefoglalva: Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely szakmailag gondatlan, vagy szándékosan megtévesztő illetve elhallgatott, félreérthető információkkal rontja a fogyasztó lehetőségét az optimális döntés meghozatalára. Megtévesztő gyakorlat a már jól ismert márkájú termékekkel, védjegyekkel történő összekeverhetőség miatt versenylőnyre szert tenni. Különösen tisztességtelen az agresszív kereskedelmi gyakorlat, amely fizikai vagy pszichés nyomásgyakorlással korlátozza a fogyasztót a döntési szabadságában.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért az a vállalkozás felel, amelynek az érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a fogyasztóvédelmi hatóság jár el: megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását, illetve elrendeli a jogsértő állapot megszüntetését, és bírságot szabhat ki. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat "fekete listája" 31 pontban sorolja fel a kerülendő, azaz tilos módszereket. Ezeket a tanulásirányítóban olvashatja el példákkal együtt.

2. A Kereskedelmi Etikai Kódex

A gazdasági élet, így a kereskedelem valamennyi mozzanatát lehetetlen jogi eszközökkel szabályozni. Megkülönböztetett jelentőségük van a jogszabályokon túlmutató, a résztvevők által elismert etikai követelményeknek.

Az elvárható magatartási normák, szabályok és tilalmak rögzítésével ad iránymutatást a Kereskedelmi Etikai Kódex.⁷ Az etikus magatartás feltételezi a törvénytisztelő magatartást. A Kódex cikkelyeinek betartása – a jogszabályok mellett – a fogyasztók érdekeinek védelmének egyik legfontosabb eszköze.

⁷ A Kereskedelmi Etikai Kódexet a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara dolgozta ki. (A gazdasági kamaráról szóló 1999. évi CXXI. törvény az országos kamarák feladatává teszi a valamennyi gazdálkodó szervezetre általánosan érvényes, a tisztességes piaci magatartásra vonatkozó etikai szabályokat tartalmazó etikai szabályzat kidolgozását.) 2006-ban írták alá a szakmai érdekképviseltek (ÁFEOSZ, KISOSZ, OKSZ, VOSZ Kereskedelmi szekció), valamint a legnagyobb üzletláncok (a 100 milliárd forintnál nagyobb éves forgalom esetében kötelező). www.bkik.hu/etikaikodex, www.oksz.hu / Kereskedelmi Etikai Kódex

A kódex nem ismétli meg a jogszabályokat, és ezek megsértése esetén nem teszi lehetővé etikai eljárás megindítását.

Aláíróként csatlakozhatnak mindazon kereskedők, akik vállalják, hogy a Kódex szerint fognak eljárni tevékenységük során és alávetik magukat a Kódex hatályának.

A Kódex cikkelyekbe foglalja az általános és az egyes részfeladatokra vonatkozó etikai elvárásokat.

Például:

- Az általános követelmények között találjuk, hogy: "Elkerülünk minden olyan magatartást, amely az üzleti partnerek és versenytársak jó hírnevét sérti." A partneri együttműködés cikkelyben az aláíró vállalja, hogy: "Azonos tartalmú ajánlatok esetén (különösen ár, minőség, mennyiség, választék tekintetében) törekszünk a hazai alapanyagok, termékek és szolgáltatások népszerűsítésére" vagy "Partnereink kérésére írásba foglaljuk a szerződési feltételeket".
- Az emberi értékek és a környezet védelmével kapcsolatban: "Partnereinket, vevőinket minden megkülönböztetéstől mentesen, a rendelkezésünkre álló legjobb módon szolgáljuk ki." "Előnyben részesítjük az anyag- és energiatakarékos, a környezetet kímélő, továbbá az egészséget védő termékek forgalmazását." "Törekszünk az újrahasznosítható csomagolóeszközök, reklámhordozók minél szélesebb körű alkalmazására."
- A kommunikáció, reklámok cikkelyben: "... biztosítjuk, hogy vevőink a tájékoztató eszközökből, vagy kellően felkészített munkatársainktól a megfelelő információkat megkaphassák. A fogyasztó számára érthetően kell tájékoztatni a termékről, a kedvezményekről és az akciókról. Az általunk készített, vagy készített reklámoknak a termék valós értékeit kell tükrözniük, és megalapozatlanul nem állíthatják, hogy termékünk valamely különleges értékkel rendelkezik, illetve ezekkel az értékekkel más termék nem rendelkezik. Tiszteletben tartjuk a vevők nemzeti, etnikai és vallási meggyőződéséből fakadó érzékenységét."
- A munkatársak cikkelyben: "Arra törekszünk, hogy az előttük álló feladatoknak megfelelő jogi, szakmai és erkölcsi követelményeket ismerő és betartó munkatársakat foglalkoztassunk, segítsük szakmai és emberi fejlődésüket. Biztosítjuk, hogy munkatársaink az Etikai Kódexet megismerhessék, ösztönözzük és megköveteljük annak érvényre juttatását." "Munkatársaink között az egyenlő bánásmód követelményei szerint csak a munkavégzéssel összefüggő feltételek (gyakorlat, szakképzettség, teljesítmény, stb.) alapján teszünk különbséget."
- Minőségvédelem kapcsolatban vállalják, hogy: "...tudatosan nem forgalmazunk olyan terméket, amely nem felel meg a szakmai szabályok előírásaiban és irányelveiben meghatározott minőségi követelményeknek. Etikátlannak tekintjük a termék azonnal nem látható hibáinak elrejtését, félremagyarázását."⁸

⁸ www.oksz.hu / Kereskedelmi Etikai Kódex

Annak elbírálására, hogy adott piaci magatartás megfelel-e a Kódex előírásainak Kereskedelmi Etikai Testület állásfoglalása az irányadó.

Már volt példa rá, hogy az egyik aláíró (SPAR) bepanaszolta egy másik aláíró (TESCO) tevékenységét az Etikai Bizottságnál.

Az etikai eljárás döntése értelmében az Etikai Bizottság a Tesco ár-összehasonlítást tartalmazó, alábbi reklámjait etikátlannak tartja a következő esetekben:

"A Tesco ár-összehasonlítást tartalmazó reklámjaiban a következő szlogent használja: „Miért menne máshová? Hiszen a TESCO-ban mindig alacsony árakat talál.” A szlogen arra utal, hogy a TESCO nemcsak a kiválasztott áruk tekintetében olcsóbb a versenytársánál, hanem minden esetben, ez pedig megtévesztő és etikátlan.

Felhívja az Etikai Bizottság a Tesco-t, hogy az Etikai Kódexbe ütköző magatartását haladéktalanul szüntesse meg, és a továbbiakban az Etikai Kódex előírásaival összhangban folytassa reklám- és marketing tevékenységét.

2. A TESCO az ár-összehasonlításokat egy-egy konkrét áruházban végzi és az eredményt az országos és regionális akciós újságban közli. Az általános kereskedelmi gyakorlat szerint az árakat termékenként és áruházanként szabadon változtatják különböző gyakorisággal. Amennyiben a reklámból a fogyasztó számára egyértelműen és jól észlelhetően nem állapítható meg, hogy az ár-összehasonlítás eredménye nem valamennyi áruházra vonatkozik, ez a kereskedelmi gyakorlat olyan információt tartalmaz, amely az ország más területén élő, máshol található áruházban vásárló fogyasztó megtévesztését eredményezi, mert azt a benyomást kelti, mintha az összehasonlított áru valamennyi Tesco áruházban olcsóbb lenne. Ezért ez a gyakorlat etikátlan.

Felhívja az Etikai Bizottság a Tesco-t, hogy az Etikai Kódexbe ütköző magatartását haladéktalanul szüntesse meg, és a továbbiakban az Etikai Kódex előírásaival összhangban folytassa reklám- és marketing tevékenységét, és az adott régióra vonatkozó összehasonlító árakat közölje az ottani vásárlókkal.", stb.⁹

Összefoglalva: A kötelezően betartandó jogszabályok mellett a kereskedők vállalhatják a Kereskedelmi Etikai Kódex szabályainak betartását is, ezzel tovább javítva a fogyasztók érdekeinek védelmét.

⁹ www.oksz.hu Kereskedelmi Etikai Kódex: döntés a Spar–Tesco közötti eljárásban

Ha Ön a kereskedelemben dolgozik majd, szintén tartsa be ezeket a jogi és etikai szabályokat! Amennyiben beosztott dolgozó lesz, fontos ismernie a jogait és kötelezettségeit. Joga van a szakmai és erkölcsi szabályok megismeréséhez, az egyenlő bánásmódhoz!

3. Egyéb, a fogyasztók anyagi érdekeit közvetlenül szolgáló kötelező szabályok

Tilos a fogyasztók megkárosítása hamis méréssel és számolással!

Egy 2009 óta hatályos jogszabály¹⁰ kimondja: **A vásárló részére tömeg, térfogat vagy egyéb mérték szerint forgalmazott terméket csak hatóságilag hitelesített mérőeszközzel történő lemérés után szabad kiszolgáltatni. Súlypótló eszközök használata tilos!**

Tilos a csomagolóanyag tömegét belemérni a termék tömegébe! A csomagolóanyaggal kell lenullázni a mérleget, majd ráhelyezni a terméket. Ha ez nem lehetséges, akkor sem szabad a csomagolás tömegét a termék tömegéhez hozzáadni, majd beszorozni a termék egységárával. A termék tömege csak a mérleg nyugalmi állapotában állapítható meg! A lemért termék árát pontosan kell kiszámolni! A mai korszerű mérlegek ebben segítik a kiszolgált eladót, a betáplált adatok alapján azonnal kijelzik a fizetendő árat, sőt ezt ki is nyomtatják. Ahol nem áll rendelkezésre ilyen korszerű eszköz, akkor számológéppel kell kiszámolni a fizetendő összeget.

2009 Karácsonya előtt átfogó ellenőrzést folytatott a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (Csillagszóró III. hadművelet). 495 próbavásárlást végeztek az élelmiszer-kereskedelemben. 232 egységben megkárosították a vásárlókat. 116 esetben mérték bele a csomagolóanyagot a termékbe, 7 esetben hamisan mértek, 14 helyen hamisan számoltak.¹¹

Az árfeltüntetési szabályait be kell tartani!

Ha az árfeltüntetési szabályait megszegik a kereskedők, akkor nagyon egyértelmű a fogyasztó anyagi megkárosítása.

Az árak feltüntetéseinek alapelveit a fogyasztóvédelmi törvény, míg a részletes szabályozást a Gazdasági Miniszter által kiadott rendelet tartalmazza.¹²

- Az ár feltüntetése a forgalmazó feladata.

¹⁰ 210/2009. (IX. 29.) Korm. Rendelet a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről

¹¹ www.nfh.hu/portal/print/informaciok/hirek/csillagszororIII.html 2010.03.07.

¹² 7/2001. (III. 29.) GM rendelet a fogyasztói forgalomba kerülő áruk és szolgáltatások árának feltüntetéséről

- A fogyasztót írásban tájékoztatni kell a megvételre kínált termék eladási áráról és egységáráról!
- Az eladási ár az áruért a fogyasztói forgalomban fizetendő ár, amely magában foglalja az általános forgalmi adó és az árut terhelő más adók, illetve egyéb fizetési kötelezettségek összegét is.
- Az egységár az áru egy kilogrammjáért, egy literéért vagy milliliteréért, egy méteréért, egy négyzetméteréért, egy köbméteréért vagy egy darabjáért fizetendő eladási ár;
- Az eladási árat, az egységárat egyértelműen, könnyen azonosíthatóan és tisztán olvashatóan kell feltüntetni!
- Az eladási árat és az egységárat a Magyar Köztársaság törvényes fizetőeszközében kifejezve fel kell tüntetni!
- Ha a termékre vonatkozó kereskedelmi kommunikáció (reklám) megjelöli a termék eladási árát, az egységárat is meg kell adni!
- Az árcédulát a termék csomagolásán úgy kell elhelyezni, hogy ne takarjon el egyéb fontos információkat!
- Az akciós termékekre is vonatkozik, hogy a ténylegesen fizetendő árat kell feltüntetni! Ennek megfelelően hibás az a gyakorlat, amelyben csak az eredeti, kedvezmény nélküli eladási árat és az árkedvezményt adják meg %-ban vagy konkrét összegben.



2. ábra: Akciós termék árának helyes feltüntetése a KIKO lakberendezési áruházban

Az említett fogyasztóvédelmi vizsgálatban 24 esetben tapasztalták, hogy magasabb árat alkalmaztak a feltüntetetté, 20 helyen pedig az akciós árut nem akciós áron adták.

2009-ben átfogó vizsgálat történt az árfeltüntetésről a kereskedelemben és a szolgáltatások területén, amelyben megállapították, hogy az ár, egységár vizsgálatnál a kereskedők minden második esetben árfeltüntetéssel kapcsolatos szabálytalanságot követtek el. A felügyelőségek összesen 2 230 üzletben végeztek ellenőrzést melynek során 1 160 esetben, azaz az üzletek 52 %-ánál intézkedtek. A reklámújságok ellenőrzése során 595 újságból közel minden ötödiknél (17%) sérült a fogyasztó megfelelő tájékoztatása, mert az általános tájékoztatási követelményt (28 reklámújság), az egységárat (70 reklámújság) nem a jogszabályi előírás szerint tüntették fel.¹³

A fogyasztók gazdasági érdekei a hibátlan pénztárosi munkát is megkövetelik. A termék árát pontosan kell bevinni a pénztárgépbe, a készpénzes fizetés esetén figyelni kell a precíz, pontos visszaadásra, a bankkártyával történő fizetés összes szabályát be kell tartani ugyanúgy, ahogy a készpénz nélküli fizetési módok esetén előírt eljárási szabályokat is. **A számla- és nyugtaadási kötelezettséget minden kereskedelmi forma¹⁴ esetén be kell tartani!** (A részletes szabályokat más tananyagelemek tartalmazzák.)

A fogyasztói reklamációk szabályos intézésének jogszabályi előírásai szintén védik a fogyasztók vagyoni érdekeit.

Amikor egy fogyasztó megvásárol egy terméket, kifizeti a vételárát, akkor közte és a kereskedő (forgalmazó) között jogi értelemben szerződés jön létre. Ha használat közben kiderül, hogy a kereskedő olyan terméket forgalmazott, amely nem megfelelő minőségű vagy elromlik, tehát rendeltetésszerű használatra alkalmatlanná válik, akkor a szerződést a kereskedő hibásan teljesítette. Ha ebben az esetben a fogyasztót nem illetné meg a jog a kárigényre, akkor vagyoni kár érné. Minél drágább termékről van szó, annál nagyobb lenne a kár. A fogyasztót a terméktípustól függően jótállási és szavatossági jogok illetik meg.

Szavatosság esetén érvényesíthető fogyasztói igények:

Hibás teljesítés esetén a jogosult választása szerint elsődlegesen a termék kijavítását vagy kicserélését kérheti (feltéve, hogy nem okoz indokolatlan többletköltséget a kereskedőnek). Ha a termék nem javítható és nincs mód azonos típusú termékre történő cserére sem, akkor sem szabad a fogyasztót levásárlásra kötelezni!

¹³ www.nfh.hu/portal/hasznos/vizsgalati/vizsg_09/ar_09.html

¹⁴ üzletben, mozgóbolt útján, bevásárlóközpontban, vásáron vagy piacon folytatott kereskedelmi tevékenység, közterületi értékesítés, közvetlen értékesítés, üzleten kívüli kereskedelem, csomagküldő kereskedelem, automatából történő értékesítés. (1995. évi kereskedelmi törvény)

Ha a javítás vagy kicserélés lehetetlen, (vagy ennek teljesítését a kereskedő nem vállalja, illetve megfelelő határidőn belül nem végzi el) akkor a vásárló választhat árengedmény kérése vagy a vétélár visszatérítése (elállás a szerződéstől) között.

Jótállás esetén:

A termék megvásárlásával vagy üzembe helyezésével kezdődik a jótállás. Ha ettől az időponttól számítva 3 munkanapon belül hibásodik meg a termék, akkor a vásárló közvetlenül a kereskedelmi egységhez fordul. A forgalmazó köteles a fogyasztási cikket kicserélni! Ha 3 munkanap után történik a meghibásodás, akkor a fogyasztó közvetlenül a kereskedőhöz vagy a garanciális javítószolgálathoz fordulhat. A javítás a fogyasztó számára ingyenes, feltéve, hogy a terméket rendeltetésszerűen használta.

4. Termékfelelősség: A termékhiba okozta vagyoni kár megtérítésének kötelezettsége

A fogyasztók vagyoni érdekeit is védi 1993 óta a termékfelelősségi törvény¹⁵.

A termékfelelősség a gyártó felelősségét jelenti az általa gyártott termék hibája által okozott károkért. Akkor hibás egy termék, ha nem nyújtja azt a biztonságot, amit el lehet várni tőle.

Termékfelelősség lényege, hogy a gyártó (külföldi termék esetén az importáló) felel az általa előállított termékért, és kártérítéssel tartozik, ha a fogyasztót a termék hibája miatt kár éri. Ha egy forgalmazó olyan terméket hoz forgalomba, amelyen nincs feltüntetve a gyártó vagy importáló, akkor mindaddig ő számít gyártónak, amíg meg nem nevezi azt. Azt a kereskedőnek szem előtt kell tartani, hogy ha a tevékenysége befolyásolja a termék biztonságosságát, akkor gyártónak számít. Ha a kár okát, a hibát ő okozta, akkor ő tartozik kártérítéssel.

A termékfelelősség minden termékre kiterjed. A 2003-as törvénymódosítás kibővítette a termékek körét a feldolgozatlan mezőgazdasági termékekkel is az utóbbi évek nagy élelmiszerboráryainak tapasztalata alapján. Most már a zöldségek, gyümölcsök, tojás, húsok is a termékfelelősség hatálya alá esnek.

A kár lehet:

- valakinek a halála, testi sérülése vagy egészségkárosodása folytán bekövetkezett vagyoni és nem vagyoni kár, (Itt megtérítendő a gyógykezelés költsége, a kieső jövedelem pótlása, stb.) Pl. termékhiba miatt a fogyasztó áramütést kap, cipőhiba miatt elesik, elcsúszik, leesik a lépcsőn, stb., valamint
- anyagi kár: a hibás termék által más dologban okozott kár (A kárösszeg alsó határa 500 Euró) Pl. ha a TV hibája miatt tönkre megy más, vele összekapcsolt termék, vagy tűz üt ki a termék miatt és leég a lakás, stb.

¹⁵ 1993. évi X. törvény a termékfelelősségről

A gyártónak tíz évig van kártérítési kötelezettsége, amely a forgalomba hozatallal kezdődik. A fogyasztónak 3 éve van a kárigényének érvényesítésére.¹⁶

A kereskedőnek annyi teendője van, ha hozzá egy fogyasztó a nála vásárolt termék okozta káresemény miatt fordul, hogy tájékoztatja őt a termékfelelősség szabályairól, valamint a gyártót meg kell neveznie, elérhetőségét meg kell adnia. (Erre abban az esetben lehet szükség, ha a fogyasztó már nem tudja a gyártót megállapítani, mert pl. kidobta a csomagolást, amin fel volt tüntetve.)

A fogyasztónak tehát a gyártóhoz kell fordulnia kártérítésért. Ha gyártó elismeri a kárt, akkor peren kívül megegyezhetnek a kártérítés összegében. Ha ez nem sikerül, akkor Békéltető Testületekhez lehet fordulni. Ha a békéltetés is sikertelen, akkor polgári perben lehet érvényt szerezni a fogyasztó igazának. A kár és a hiba közötti összefüggést a fogyasztónak kell bizonyítania.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

Az alábbiakban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok "fekete listáját" ismerheti meg. Olvassa el figyelmesen, majd válaszoljon írásban a feltett kérdésekre!

"Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok"¹⁷

1. Annak valótlan állítása, hogy a vállalkozás magatartási kódex aláírója.
2. Annak valótlan állítása, hogy a magatartási kódexet valamely közigazgatási hatóság vagy közigazgatási jogkör gyakorlására feljogosított szerv jóváhagyta.
3. Minőségi jelzés, bizalmi jegy vagy hasonló megkülönböztető jelölés jogosulatlan feltüntetése.
4. Annak valótlan állítása – akár önmagában az árunak a kereskedelmi kommunikációban való megjelenítése által –, hogy a vállalkozást, annak kereskedelmi gyakorlatát vagy áruját valamely közigazgatási hatóság, közigazgatási jogkör gyakorlására feljogosított szerv vagy erre feljogosított magánjogi jogi személy engedélyezte, jóváhagyta vagy elismerte, vagy ilyen állítás az engedélyezési, jóváhagyási, illetve elismerési feltételeknek való megfelelés nélkül.

¹⁶ Dr Fazekas Judit: Fogyasztóvédelmi jog (CompLex Kiadó, Budapest, 2007)

¹⁷ Melléklet a 2008. évi XLVII. törvényhez

5. Áru meghatározott áron való vásárlására felhívás annak elhallgatásával, hogy a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott, vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni – az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel – megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni (csalogató reklám).

6. Áru meghatározott áron való vásárlására felhívás, majd

a) a felhívásban szereplő áru fogyasztóknak való bemutatásának visszautasítása,

b) az árura vonatkozó megrendelés felvételének vagy az áru ésszerű időben való szolgáltatásának visszautasítása, vagy

c) hibás példány bemutatása egy másik áru eladásösztönzésének a szándékával (bait-and-switch reklám).

7. A fogyasztó azonnali döntéshozatalra késztetése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.

8. Az értékesítést követően teljesítendő szolgáltatás vállalása úgy, hogy a szerződés megkötése előtt a vállalkozás nem a letelepedésének helye szerinti tagállam hivatalos nyelvén tart kapcsolatot a fogyasztóval, majd – anélkül, hogy a szerződéskötés előtt erre a fogyasztó figyelmét egyértelműen felhívta volna – a szolgáltatásnak kizárólag egy ettől eltérő nyelven való elérhetővé tétele.

9. Annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése – akár önmagában az árunak a kereskedelmi gyakorlatban való megjelenítése által –, hogy az áru jogszerűen forgalmazható.

10. A fogyasztók törvényes jogainak olyanként való bemutatása, mintha azok a vállalkozás ajánlatának sajátosságai lennének.

11. Az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).

12. Valótlan tény állítása a fogyasztó vagy családja személyes biztonsága fenyegetettségének természetére és mértékére vonatkozóan, arra az esetre, ha a fogyasztó nem vásárolja meg az árut.

13. Meghatározott vállalkozás által előállított áruhoz hasonló áru reklámozása olyan szándékosan megtévesztő módon, hogy a fogyasztó azt gondolhatja, hogy az árut – a valóságtól eltérően – ugyanaz a vállalkozás állította elő.

14. Piramis-élvre épülő olyan eladásösztönző rendszer létrehozása, működtetése vagy támogatása, ahol a fogyasztó azzal a lehetőséggel számol, hogy – elsősorban további fogyasztóknak a rendszerbe való beléptetéséből, és kevésbé az áruk értékesítéséből vagy fogyasztásából eredően – valamilyen juttatásban részesülhet.
15. Annak valótlan állítása, hogy a vállalkozás felhagy a tevékenységével vagy áthelyezi az üzletét.
16. Annak állítása, hogy az áru megkönnyíti a szerencsejátékokban való nyerést.
17. Annak valótlan állítása, hogy az áru alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására.
18. Téves tényszerű információ közlése a piaci feltételekről vagy az áru fellelhetőségének lehetőségeiről azzal a szándékkal, hogy a fogyasztót az árunak a szokásos piaci feltételeknél kedvezőtlenebb feltételek melletti megvételére, illetve igénybevételére bírja rá.
19. A kereskedelmi gyakorlat keretében verseny vagy díj meghirdetése anélkül, hogy a meghirdetett díjak vagy azok helyett más kiosztásra kerülne.
20. Az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.
21. A reklámanyagban számla vagy más hasonló, fizetési felszólítást tartalmazó dokumentum küldése azt a hamis benyomást keltve a fogyasztóban, hogy már megrendelte a reklámozott árut.
22. Annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése, hogy a vállalkozás nem a saját vállalkozásával, gazdasági tevékenységével vagy szakmájával összefüggő célból jár el, vagy egyébként hamisan fogyasztóként való fellépés.
23. Olyan hamis benyomás keltése, hogy az áruval kapcsolatban az értékesítést követően teljesítendő szolgáltatás biztosított az értékesítés helyétől eltérő tagállamban.
24. Olyan benyomás keltése a fogyasztóban, hogy nem hagyhatja el az üzlethelyiséget, amíg nem köt szerződést.
25. A fogyasztó személyes felkeresése a lakóhelyén, figyelmen kívül hagyva annak távozásra és vissza nem térésre felszólító kérését.
26. Telefonon, távmásolón (telefaxon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz útján ismétlődően és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése, kivéve amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges.

27. Biztosítási szerződésen alapuló követelést érvényesíteni kívánó fogyasztótól olyan iratok bemutatásának megkövetelése, amelyek a követelés megalapozottságának megítélése szempontjából ésszerűen nem tekinthetők lényegesnek, vagy a fogyasztó vonatkozó írásbeli megkeresésére a válaszadás rendszeres elmulasztása azzal a céllal, hogy ez visszatartsa a fogyasztót szerződéses jogainak gyakorlásától.

28. Reklámban gyermekkorúak közvetlen felszólítása a reklámozott áru megvételére, illetve igénybevitelére vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőttest, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott árut.

29. Azonnali vagy halasztott fizetés követelése a vállalkozás által szállított vagy nyújtott áruért, illetve az áru visszaszolgáltatásának vagy megőrzésének követelése, ha azt a fogyasztó nem rendelte meg (nem kért értékesítést), kivéve, ha a szerződésnek megfelelő helyettesítő áruval van szó.

30. A fogyasztó kifejezetten arról való tájékoztatása, hogy ha nem vásárolja meg az adott árut, veszélybe kerül a vállalkozás vagy alkalmazottja munkája vagy megélhetése.

31. Olyan hamis benyomás keltése, hogy a fogyasztó már megnyert, meg fog nyerni, vagy meghatározott cselekmény megtétele révén fog megnyerni egy nyereményt vagy egyéb előnyhöz jutni, miközben valójában nincs ilyen nyeremény, illetve előny, vagy a nyeremény, illetve egyéb előny érvényesítése, illetve igénybevétele a fogyasztó számára meghatározott pénzeszeg megfizetéséhez vagy költségek viseléséhez kötött."

Kérdések:

Az alábbi esetek melyik tisztességtelen gyakorlatra jelentenek példát? Írja le a lista megfelelő számát!

a. Az eladó azt mondja a vevőnek, hogy az általuk értékesített hűtőgépek azért drágábbak, mert az ő hűtőikre van 1 év jótállás, amely alatt ingyen megjavítják, ha elromlik.

b. Megtévesztette fogyasztóit a Danone Tejtermékgyártó és Forgalmazó Kft., a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) Versenytanácsa a vállalkozást a jogsértés miatt tízmillió forintos bírság megfizetésére kötelezte. Megállapították, hogy a Danone Kft. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon népszerűsítette "Könnyű és Finom" joghurtjait.

A vállalkozás a termékek csomagolásán és eladóhelyi reklámjaiban olyan előnyös tulajdonságokkal – például: "magas tápanyagtartalma viszonylag alacsony kalória bevitellel párosul" – ruházta fel a "Könnyű és Finom" joghurtokat, mintha azokkal más gyártók joghurtjai nem rendelkeznének. A GVH bírság összegének meghatározásakor súlyosító körülményként értékelte a Danone Kft. piaci helyzetét, illetve azt, hogy a vállalkozás ismétlődőnek minősülő jogsértést követett el.¹⁸

c. Megváltoztatja Activia és Actimel márkájú joghurtjainak reklámját a francia Danone élelmiszeróriás, miután sikertelenül próbálta elismertetni, hogy fogyasztásuk egészségügyi előnyökkel jár. A csoport 2010 negyedéves jelentésében közölte: visszavonta az európai élelmiszerbiztonsági hatósághoz (EFSA) beterjesztett kérelmét, hogy a testület igazolja a prémiummárkák egészséget támogató hatásáról szóló állításait.

A bifido-baktériumokat is tartalmazó Activia terméket korábban úgy reklámozták, hogy megkönnyíti az emésztőrendszer működését, az Actimel joghurtitalról pedig azt hirdették, hogy támogatja a szervezet betegségek elleni védekezőképességét. Az EFSA eddig nem igazolta egyik állítást sem, a cégcsoport Franciaországban már módosította hirdetéseit.¹⁹

Ugyanakkor – a Danone szerint – a fogyasztók milliói világszerte tudják bizonyítani az egészségre ható jótékony hatásokat, és a jóllétet, amit a Danone joghurtjai és savanyított tejtermékei okoznak nekik.

Ezen túlmenően teljesen biztosak az Actimel és az Activia tudományos hátterében. Mindkettő mögött több éves kutatások állnak, és a legalaposabban tanulmányozott probiotikus termékek közé tartoznak. Hatásukat számos klinikai tanulmányban demonstrálták, melyeket nemzetközileg elismert tudományos lapokban publikáltak, hogy felülvizsgálhatók legyenek, ami azt jelenti, hogy pártatlan szakértők is elfogadták az eredményeket.²⁰

¹⁸ www.hvg.hu/gazdasag/20070208_danone_birsag

¹⁹ www.fogyasztok.hu/cikk/20100415/danone-activia-actimel-jotekony-hatas-nem-bizonyitott

²⁰ www.nol.hu/gazdasag/megsem_hat_elonyosen_az_egeszsegre_a_danone_actimel

d. Telefonon arról értesítik a fogyasztót, hogy nyert egy 3 napos utazást. A nyereményt akkor veheti igénybe, ha részt vesz egy előadáson, ahol őt semmilyen vásárlási kötelezettség nem terheli. A fogyasztó elmegy a bemutatóra, de nem vásárol az ajánlott termékből. A cégtől a fogyasztó végül nem kapja meg az utazást.

e. A bolt kirakatának üvegére felragasztják, hogy végkiárusítás miatt árengedménnyel forgalmazzák a termékeket. A bolt nem zár be, az állítólagos végkiárusítás hónapokig tovább folyik.

f. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a Schobert Norbert tulajdonában álló Update Zrt. – állapította meg a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). A vállalkozás az Update péksüteményekről megjelent hirdetéseiben egyebek mellett azt állította, hogy azoknak testsúlycsökkentő hatása van. Az Update Zrt. emiatt 3 millió forintos bírságot kapott.²¹

2. feladat

Az alábbi táblázat soraiban a kereskedelmi dolgozók egyes fontos feladatait soroljuk fel. Jelölje X jellel a táblázatban, ha az adott tevékenységnek közvetlen összefüggése van a fogyasztó vagyoni érdekeinek védelmével! Indokolja szóban válaszát!

Feladat	Van összefüggése a fogyasztók vagyoni érdekeinek védelmével.
A termékeknek a ténylegesen fizetendő árát kell tüntetni!	
A kereskedő köteles a reklámújságban feltüntetett eladási árát alkalmazni.	
A bolti dolgozóknak jelenteniük kell, ha fogyasztói lopást észlelnek!	
Az értékesebb termékeket el kell látni áruvédelmi eszközökkel!	

²¹ www.jogiforum.hu/hirek/22504

A csomagolóanyag tömegét nem lehet belemérni a termék tömegébe	
Az áruátvételnél össze kell hasonlítani a beérkezett áru mennyiségét a szállítólevélen található mennyiséggel!	
A beérkezett áru minőségét legalább szűrőpróba-szerűen ellenőrizni kell!	
Azokat a termékeket kell előre helyezni a polcon, amelyeknek hamarabb jár le a fogyaszthatósági határideje!	
Azokat a termékeket kell szemmagasságba helyezni a polcokon, amelyek forgalmát növelni szeretné a kereskedő!	
A jótállási jegyet át kell adni a fogyasztó számára kérés nélkül!	
Ellenőrizni kell a magyar nyelvű terméktájékoztatók meglétét!	
Ellenőrizni kell a magyar nyelvű terméktájékoztató valóságtartalmát!	
A lemért áru árát pontosan kell kiszámolni!	
A pénztárban kérés nélkül át kell adni a fogyasztónak a számlát vagy nyugtát!	

MEGOLDÁSOK:

1. feladat

a. Az eladó azt mondja a vevőnek, hogy az általuk értékesített hűtőgépek azért drágábbak, mert az ő hűtőikre van 1 év jótállás, amely alatt ingyen megjavítják, ha elromlik: 10. A fogyasztók törvényes jogainak olyanként való bemutatása, mintha azok a vállalkozás ajánlatának sajátosságai lennének. A jótállás minden hűtőgépre jár a fogyasztónak, ez nem plusz szolgáltatás. Emiatt magasabb árat nem szabad felszámolni.

b. és c. és f.: 17. Annak valótlan állítása, hogy az áru alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására.

d. Telefonon arról értesítik a fogyasztót, hogy nyert egy 3 napos utazást, amelyhez csak annyi dolga van, hogy vegyen részt egy előadáson, ahol őt semmilyen vásárlási kötelezettség nem terheli. A fogyasztó nem vásárol az ajánlott szolgáltatásból, és ezért nem kapja meg az utazást.: 19. A kereskedelmi gyakorlat keretében verseny vagy díj meghirdetése anélkül, hogy a meghirdetett díjak vagy azok helyett más ésszerű megfelelő kiosztásra kerülne.

e. A bolt kirakatának üvegére felragasztják, hogy végkiárusítás miatt árendeménnyel forgalmazzák a termékeket. A bolt nem zár be, az állítólagos végkiárusítás hónapokig tovább folyik. 7. A fogyasztó azonnali döntéshozatalra készítése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.

2. feladat

Feladat	Van összefüggése a fogyasztók vagyoni érdekeinek védelmével.
A termékeknek a ténylegesen fizetendő árát kell tüntetni!	x
A kereskedő köteles a reklámújságban feltüntetett eladási árát alkalmazni.	x
A bolti dolgozóknak jelenteniük kell, ha fogyasztói lopást észlelnek!	
Az értékesebb termékeket el kell látni áruvédelmi eszközökkel!	
A csomagolóanyag tömegét nem lehet belemérni a termék tömegébe	x
Az áruátvételnél össze kell hasonlítani a beérkezett áru mennyiségét a szállítólevélen található mennyiséggel!	
A beérkezett áru minőségét legalább szűrőpróba-szerűen ellenőrizni kell!	
Azokat a termékeket kell előre helyezni a polcon, amelyeknek hamarabb jár le a fogyaszthatósági határideje!	
Azokat a termékeket kell szemmagasságba helyezni a polcokon, amelyek forgalmát növelni szeretné a kereskedő!	
A jótállási jegyet át kell adni a fogyasztó számára kérés nélkül!	x
Ellenőrizni kell a magyar nyelvű terméktájékoztatók meglétét!	
Ellenőrizni kell a magyar nyelvű terméktájékoztató valóságtartalmát!	
A lemért áru árát pontosan kell kiszámolni!	x
A pénztárban kérés nélkül át kell adni a fogyasztónak a számlát vagy nyugtát!	x

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Egészítse ki a hiányzó mondatrészeket!

Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- alkalmazása során a kereskedő nem az elvárható szintű....., illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelő gondossággal jár el (tehát), és
- amely érzékelhetőena fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos információk birtokában meghozott tájékozott, és ezáltal a fogyasztót olyan meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, (tehát a fogyasztói magatartást torzítja).

Különösen tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely..... vagy
.....

.....az a kereskedelmi gyakorlat, amely az áru egy vagy több jellemzőjére nézve információt tartalmaz, ezért a fogyasztót.

.....az a gyakorlat, amely a fogyasztót vagy
..... nyomásgyakorlással, (a hatalmi helyzet kihasználásával vagy a fogyasztó zavarása révén) jelentősen korlátozza a fogyasztó az áruval kapcsolatos választásban.

2. feladat

Döntse el, hogy az alábbi – a vásárlók vagyoni érdekeinek védelmével kapcsolatos – állítások igazak vagy hamisak-e! Jelölje a táblázatban!

Állítás	igaz	hamis
A vásárló vagyoni érdekeit sérti, ha a csomagolóanyag nélkül nullázzák le a mérleget.		
ha a pénztáros kevesebbet ad vissza.		
ha az akció első napján elfogynak az akciós termékek.		
ha a bolt leltár napjain zárva van.		
ha a jótállás ideje alatt ingyenesen 5 napig javítják a terméket		

ha szavatosság ideje alatt meghibásodik a termék, és az eladó nem cseréli ki a terméket, hanem megjavíttatja.		
ha a kereskedő 2. osztályú terméket olyan áron adja, mintha első osztályú lenne.		
ha a kereskedő azt állítja, hogy az árengedmény oka, hogy a boltot be fogják zárni, de nem zárják be.		
A kereskedőknek kötelező aláírnia a Kereskedelmi Etikai Kódexet.		

3. feladat

Az esetfelvetésben ismertetett hírből kiderült, hogy az ALDI áruházláncot megbírságolták, mert a gyermekjelmezekhez adott kiegészítőket nem tartalmazta a termék ára a reklámújsággal közöltekkel ellentétben.

Az alábbiakban az ALDI honlapjáról olvashat egy akciós felhívást. Ön szerint ez az akciós ismertetés is félrevezető vagy már kielégíti az egyértelmű tájékoztatás kritériumát?

"Értékesítés kizárólag háztartási mennyiségben. A palackok nem betétdíjasok. Az ár mindennemű adót magában foglal. A termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra. A termékillusztrációk csupán elkészítési ill. tálalási javaslatként szolgálnak. Ugyanazt a terméket eltérő csomagolásban is áruljuk, de egy adott terméket üzletenként kizárólag egyfajta csomagolásban értékesítünk. A termékek műszakilag ill. külsőleg eltérhetnek a fotón látottaktól, az esetleges helyesírási ill. nyomdahibákért nem tudunk felelősséget vállalni.

* Kérjük vegye figyelembe, hogy állandó árukészletünkkel ellentétben ezen termékek csak korlátozott számban állnak rendelkezésre. Ezek az ajánlataink a készlet erejéig érvényesek. Amennyiben gondos tervezésünk ellenére bizonyos termékek a nem várt magas kereslet következtében már az értékesítés első napján elfogynak, úgy ezért kérjük szíves elnézését. Textil és cipő termékeinknél nem minden modell kapható minden méretben.

Ezen nyitási ajánlatunk kizárólag a Miskolc, Pesti úti üzletünkben érvényes. "²²

²² www.aldi.com

4. feladat

A KIKÁ áruházlánc 2010 tavaszi akciójának keretében a kedvezmények feltüntetésének különböző módjait figyelhettük meg. Az alábbi képeken látható árfeltüntetési módok megfelelnek-e a szabályoknak? Írja le véleményét a képek alatti üres helyre!



3. ábra: Akciós konyhabútor árának feltüntetése 1.

MUN



4. ábra: Akciós konyhabútor árának feltüntetése 2.

A rectangular box with a yellow border and two horizontal lines inside, intended for a response or note.



5. ábra: Árkedvezmény feltüntetése 3.

<hr/> <hr/>

MEGOLDÁSOK

1. feladat

A törvény a következő gyakorlatokat tiltja:

Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- alkalmazása során a kereskedő nem az elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelő gondossággal jár el (tehát szakmailag gondatlan), és
- amely érzékelhetően rontja a fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, és ezáltal a fogyasztót olyan döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, (tehát a fogyasztói magatartást torzítja).

Különösen tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő vagy agresszív.

Megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely az áru egy vagy több jellemzőjére nézve valótlan információt tartalmaz, ezért megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót.

2. feladat

Állítás:	igaz	hamis
A vásárló vagyoni érdekeit sérti, ha a csomagolóanyag nélkül nullázzák le a mérleget.	x	
ha a pénztáros kevesebbet ad vissza.	x	
ha az akció első napján elfogynak az akciós termékek.	x	
ha a bolt leltár napjain zárva van.		x
ha a jótállás ideje alatt ingyenesen 5 napig javítják a terméket		x
ha szavatosság ideje alatt meghibásodik a termék, és az eladó nem cseréli ki a terméket, hanem megjavíttatja.		x
ha a kereskedő 2. osztályú terméket olyan áron adja, mintha első osztályú lenne.	x	
ha a kereskedő azt állítja, hogy az árengedmény oka, hogy a boltot be fogják zárni, de nem zárják be.	x	
A kereskedőknek kötelező aláírnia a Kereskedelmi Etikai Kódexet.		x

3. feladat

Az ALDI honlapjának akciós hirdetése megfelel a pontos, egyértelmű és közérthető tájékoztatás kritériumainak.

4. feladat

1. kép: Helyes a vásárló tájékoztatása, mert látható, hogy pontosan mely termékre vonatkozik az árfeltüntetés, mekkora volt az eredeti ár, mekkora az árkedvezmény %-ban kifejezve, és mekkora az új kedvezményes ár. Feltüntették, hogy a beépített konyhai gépekre nem vonatkozik a kedvezmény. Ezzel a félreértések megelőzhetők.

2. kép: Szintén helyes az árfeltüntetés módja, bár az egymás melletti három tábla zavaró lehet a vásárló számára.

3. kép: Az 50%-os kedvezmény feltüntetése önmagában nem elegendő. Nem derül ki, hogy pontosan mely termékre vonatkozik a kedvezmény.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

Fazekas Judit: Fogyasztóvédelmi jog CompLex kiadó Kft. Budapest, 2007

Dr Kaszainé dr. Mezey Katalin: Fogyasztói jogok (kézikönyv kereskedőknek, szolgáltatóknak, vállalkozásoknak, vásárlóknak) HVG-ORAC Lap-és könyvkiadó, Budapest, 1998

AJÁNLOTT IRODALOM

Folyóiratok:

Kosár magazinok

Teszt plusz magazin

Internet:

Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság honlapja (www.nfh.hu)

Jogszabályok letölthetők: www.magyarország.hu jogszabálykereső

www.oksz.hu / Kereskedelmi Etikai Kódex

A(z) 0005–06 modul 009–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
31 851 01 0000 00 00	Hulladékfelvásárló
52 341 02 0010 52 01	Bútor- és szőnyegbecsüs
52 341 02 0010 52 02	Ékszerbecsüs
52 341 02 0010 52 03	Festménybecsüs
52 341 02 0010 52 04	Műtárgybecsüs
33 341 02 0000 00 00	Mintabolti értékesítő, szolgáltatásértékesítő
33 341 02 0100 31 01	Bolti pénztáros
33 341 02 0100 33 01	E-kereskedő
33 341 02 0100 33 02	Játéktermi felügyelő (krupié)
33 341 02 0100 31 02	Kereskedelmi és szolgáltatási ügynök
33 341 02 0100 31 03	Szerencsejáték-értékesítő
33 215 02 0100 31 02	Virágkötő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

25 óra

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1–2008–0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.
A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.
Telefon: (1) 210–1065, Fax: (1) 210–1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató