



Gulyás Emese

Nem látják át, és nem veszik igénybe a fogyasztóvédelmi intézményrendszert a magyarok¹

2010. május

A közvélemény-kutatás a Tudatos Vásárlók Egyesülete, az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében elnyert, „Kampányok, kutatások, képzések a fogyasztói kultúra fejlesztése érdekében” című és TÁMOP-5.5.6-08/2-2008-0009 sz. program keretein belül valósult meg.



¹ **Gulyás Emese:** A magyarok nem látják át és kevesen veszik igénybe a fogyasztóvédelmi intézményrendszert. *Fogyasztóvédelmi Szemle* 2010/4, 43-49.



Rövid összefoglaló

A Tudatos Vásárlók Egyesülete kutatást végzett a fogyasztók fogyasztóvédelmi aktivitásának, fogyasztóvédelmi problémamegoldó motivációinak, készségeinek és módszereinek, valamint részvételi kultúrájának feltárása. Az 1091 fogyasztó személyes megkérdezésével végzett felmérés eredményei azt mutatják, hogy a fogyasztók fogyasztóvédelmi problémaérzékelése igen alacsony. De ha fel is ismerik ezeket, tehetetlenek megoldásukban. Nem tudják, érdemes-e cselekedni, kihez kellene fordulniuk. A passzivitás oka lehet az általános (államberendezkedéssel kapcsolatos) és specifikus (fogyasztóvédelmi intézményekkel kapcsolatos) tudáshiány mellett az is, hogy a fogyasztók idegenkednek a hivatalos eljárásoktól, komplikálnak tartják azokat, és bizonytalanok hatékonyságukban.

A kormányzat 2007–2010 közötti „Fogyasztóvédelmi cselekvési programja”² több témában is előírja a fogyasztóvédelmi intézmények, illetve a fogyasztói szokások kutatását. A dokumentumban szereplő stratégiai fejlesztési célok megalapozásához elengedhetetlen a jelenlegi állapotok felmérése. A célok között szerepel például a civil szféra fogyasztóvédelemben betöltött szerepének fokozása vagy a fogyasztóvédelem társadalmasítása, a tudatos fogyasztói magatartás ösztönzése. Az említett célok elérését akkor lehet következetesen felépíteni, ha felmérjük a jelenlegi állapotokat, és az így megállapított erősségekre, kitörési lehetőségekre, valamint a feltárt gyengeségekre, hiányosságokra célzottan dolgoznak ki részstratégiákat. A részstratégiáknak területenként jól mérhető célokat kell megfogalmazniuk, és pontosan meg kell tervezni az elérésükhöz szükséges lépéseket. Mindennek megalapozásához a cselekvési program előírja az elméleti kutatások intenzív megkezdését és elvégzését.

Az alábbi kutatás célja, hogy az állampolgárok fogyasztóvédelmi tapasztalatait alapul véve hozzájáruljon a fogyasztóvédelem intézményrendszerében fejlesztendő területek minél pontosabb megismeréséhez. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak a következő periódusra vonatkozó cselekvési program, valamint a 2014–2020-as nemzeti fogyasztóvédelmi stratégia prioritási területeinek meghatározásához, továbbá ötletet adhatnak a fogyasztóvédelmi civilszervezeteknek saját szervezeti stratégiájuk fejlesztéséhez.

A kutatás célja, kutatási kérdések

A fenti célok érdekében a Tudatos Vásárlók Egyesülete kutatást kezdeményezett a fogyasztók fogyasztóvédelmi aktivitásának, fogyasztóvédelmi problémamegoldó motivációinak, készségeinek és módszereinek, valamint részvételi kultúrájának feltárása. Elsősorban arra voltunk kíváncsiak, hogy melyek a fogyasztók által leginkább érzékelt fogyasztóvédelmi problémák, mely területeken érzik leginkább fogyasztói jogaik, érdekeik sérülését. Ezenkívül azt is szeretnénk volna megtudni, hogy ha fogyasztóvédelmi problémát érzékelnek, hogyan látnak neki a megoldáshoz. Tudják-e, hogy a különböző fogyasztóvédelmi intézmények, a bíróságok, hatóságok, civilszervezetek, békéltető testületek által kínált megoldásokat hogyan vehetik igénybe problémájuk megoldásához? Ismerik-e ezeket a szervezeteket egyáltalán? Milyen fogyasztóvédelmi intézményeket keresnek fel?

Kutatási területünket az anyagi korlátok miatt a lakásfenntartással, illetve az élelmiszer-fogyasztással kapcsolatos fogyasztóvédelmi kérdésekre szűkítettük, de feltettünk az általános tájékozottság mérésére alkalmas kérdéseket is. A lakásfenntartás és az élelmiszer-fogyasztás jelentős részt hasítanak ki a háztartások gazdálkodásából. A legutóbb közzétett KSH-adatok szerint az egy főre jutó kiadások közel azonos hányadát, nagyjából egynegyedét költi az átlagpolgár lakásfenntartásra és élelmiszerekre.³ Emellett minden egyes fogyasztó érintett: mindenki lakik valahol, és vásárol élelmiszert.

² 3. számú melléklet a 8441-1/2007-SZMM számú kormány-előterjesztéshez.

³ http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/tab2_02_04i.html.



Módszer

A kutatási kérdések megválaszolásához reprezentatív mintás adatfelvételt választottunk. A személyes, kérdőíves közvélemény-kutatást a Forsense Piackutató és Stratégiai Tanácsadó Intézet végezte 2010. február 26. és március 17. között. Összesen 1091 főt kérdeztek meg. A mintába került felnőtt korú, Magyarországon élő személyeket otthonukban keresték fel a kérdezőbiztosok. A mintavétel alapjául a 18 évnél idősebb magyar lakosság szolgált. A lakossági megkérdezés többlépcsős, rétegzett, véletlenszerű mintavételi módszert alkalmazva, az ország nyolcvan mintavételi pontján történt. A minta összetétele reprezentatív az ország felnőtt lakosságára nézve nemre, életkori csoportokra, iskolai végzettségre, regionálisan és a lakóhely településtípusára.

A nem válaszolásból adódó esetleges torzulásokat további szocio-demográfiai dimenziók bevonásával, iterációs súlyozási technikával korrigálták. A mintavételből fakadó hiba, 95%-os valószínűséggel, a teljes válaszadói körre vonatkozó kérdésekre kapott válaszok arányainál legfeljebb három százalékkal térhetnek el attól az eredménytől, amelyet a teljes magyarországi felnőtt népesség megkérdezése eredményezett volna.

A kutatás során döntő többségében nyílt kérdésekkel dolgoztunk, az alább ismertetett eredmények ilyen kérdésekből származnak. Ez azt jelenti, hogy egy-egy kérdésre a válaszadók saját szavaikkal válaszolhattak, nem előre kidolgozott válaszkategóriákból jelölték meg egy lehetőséget. Ezzel a módszerrel alkalom nyílik a fogyasztók spontán reakcióinak felmérésére; „életközelibb”, pontosabb képet kapunk tudásukról, ismereteikről.

Eredmények

Elsőként azt kérdeztük a válaszadóktól, hogy az elmúlt egy-két évben szembesültek-e olyan helyzettel a lakásuk fenntartásával kapcsolatban, amelyről úgy érezték, sérülnek fogyasztói jogaik. A kérdésre a megkérdezettek egytizede válaszolta, hogy találkozott ilyen problémával. Ezen belül ötödük említett valamilyen gázszolgáltatással kapcsolatos problémát, tizenhárom százalékuk az áramszolgáltatóval volt elégedetlen, tizedük a magas összegű közüzemi számlákat is fogyasztóvédelmi problémának tekintette. Más nézőpont szerinti összesítésben a számlázással kapcsolatos problémákat említették legtöbben (gáz- vagy áramszolgáltató, illetve általános elégedetlenség).

Az élelmiszer-fogyasztással kapcsolatos hasonló kérdésre már a fogyasztók tizennégy százaléka válaszolt igennel: ennyien találkoztak fogyasztóvédelmi problémával az élelmiszer-vásárlás során. Közülük valamivel több mint minden másodiknak romlott, lejárt szavatosságú élelmiszerek vásárlása jelentett kellemetlen élményt, tizennyolc százalékuk a vártnál rosszabb minőséggel találkozott, egytizedük pedig nem megfelelő árfeltüntetéssel találkozott.

Kérdés, hogy a fogyasztóvédelmi problémákkal való ritka találkozás a fogyasztóvédelmi problémák valóban alacsony számát tükrözi-e, vagy inkább arról van szó, hogy a fogyasztók nem érzékelik ezeket, nem ismerik fel, amikor például fogyasztói érdekeik sérülnek. A második magyarázat valószínűleg közelebb áll a valósághoz. Erre utalhat, hogy a Szonda Ipsos 2008-as kutatásában, amelyben zárt kérdéseket alkalmaztak, a fogyasztók kétharmada számolt be arról, hogy olyan helyzetet észlelt, amelyben a fogyasztóvédelemnek szerepe lehet.⁴

Mit tesz a fogyasztó, ha fogyasztóvédelmi problémával találkozik? Vagy a vállalatához fordul, vagy semmit. Ezek voltak a leggyakoribb válaszok azok körében, akiknek problémájuk akadt. A lakásfenntartással kapcsolatos esetekben problémát találó fogyasztók negyvenhárom százaléka reklamált a szolgáltatónál, míg harminchét százalékuk semmit nem tett. Az élelmiszer-fogyasztásnál minden második ember fordult az eladóhelyhez: reklamált a boltban, visszavitte vagy kicseréltette az árut, beírt a vásárlók könyvébe. Negyvenszázaléknyian azonban itt is tétlenek maradtak. Figyelemre méltó, hogy hatósági, bírósági eljárást vagy akár tanácsadó civilszervezet felkeresését elenyésző számban, a mérési hibahatár alatti arányban említették. Akik készek voltak tenni fogyasztóvédelmi

⁴ [Http://www.fvszemle.hu/archivum/2009_marciusi_szam/szemle/kozvelemeny_kutatas/](http://www.fvszemle.hu/archivum/2009_marciusi_szam/szemle/kozvelemeny_kutatas/).



problémájuk megoldása érdekében, azok legnagyobb része nem ütközött további nehézségekbe sem a lakásfenntartással (33%), sem az élelmiszer-vásárlással (65%) kapcsolatos ügyekben. A lakásfenntartással kapcsolatban intézkedőknek azonban közel egyötöde arról számolt be, hogy reklamációját nem fogadták el vagy nem tartották jogosnak. Itt kell megjegyeznünk, hogy mivel eleve kevesen állították, hogy találtak fogyasztóvédelmi problémákkal (10%, illetve 14%), az imént ismertetett arányok mindig nagyon alacsony számú, legfeljebb pár tucatnyi esetet takarnak.

Képesek-e a fogyasztók az önálló problémamegoldásra, a fogyasztóvédelem rendszerében történő aktív részvételre? A kérdést úgy teszteltük, hogy két fogyasztóvédelmi helyzetet kellett a válaszadóknak megoldaniuk. Az első eset mobiltelefonnal kapcsolatos panasz volt. A kérdést a szinte teljes mobiltelefon-penetráció indokolta, emellett azt feltételeztük, hogy egy új mobiltelefon vásárlása már kellő anyagi teher ahhoz, hogy cselekvésre ösztönözzön. Arra kértük a válaszadókat, képzeljék el, hogy mobiltelefont vásároltak, amelyre egy év jótállás vonatkozik. A készülék elromlik, az üzletben javítást ígértek, de már harmadszorra javítják, mégsem jó. „Ön cserét szeretne. Ez a kérése a fogyasztóvédelmi törvények alapján jogos, azonban az üzlet megtagadja a teljesítést. Mit tenne, hogy érvényesítse fogyasztói jogait, és elérje a készülék cseréjét?” – kérdeztük. A válaszadók egyharmada nem tudja, mit kell ilyenkor tenni, és ez a válaszkategória szerepel a legnagyobb arányban. Ehhez a csoporthoz számolhatjuk azt a mintegy négyszázaléknyi tömeget, amelynek tagjai indulattal, erőszakkal próbálnák érvényesíteni jogukat. Itt az enyhébb „mérges lennék” mellett olyan ötletek is elhangzottak, hogy „szétverném az üzletet”, „először sírnék, majd az asztalra csapnék”, „kiverném a balhét, de nagyon”. Szintén a fogyasztók tehetetlenségére utalhat, hogy az esetleírásban bemutatott harmadszori sikertelen próbálkozás után jó részük továbbra is az üzletben próbálna. Összességében a válaszadók ötöde folytatná ily módon, ezen belül felük tovább reklamálna, negyedük a panaszkönyvbe írta, néhányan az üzletvezetővel tárgyalnának.

Tizenhét százaléknian a helyi vagy az országos „fogyasztóvédelemhez” fordulnának. A látszatra magabiztos hozzáállást valamelyest árnyalja, hogy ezek a válaszadók egyáltalán nem említettek intézménynevet. Nem nevezték meg, mit értenek „fogyasztóvédelmen”, annak ellenére, hogy a kérdezőbiztosoknak azt az utasítást adtuk, hogy ilyen válasz esetén kérdezzenek rá, mely intézményt keresnek fel a fogyasztók. Civilszervezeti segítséget gyakorlatilag nem kérnének, mindössze a megkérdezettek 1,7%-a élne ezzel a lehetőséggel.

Bár feltételezésünk szerint a jogérvényesítési készség ilyen esetben nem függ attól, hogy mobiltelefonról vagy például vasalóról van-e szó, a kérdésre adott válaszokat külön értékeltük azoknál, akik nem rendelkeznek mobiltelefonnal. Azok között, akik valójában nem érintettek (mert nincs mobiltelefonjuk), nagyobb a tanácstalanok aránya (56%) és a tehetetlenséget érzők aránya is. Nagyobb arányban fordulnának ismerőshöz, rokonhoz, továbbá bírósághoz, illetve írnának panaszkönyvbe, mint azok, akik rendelkeznek mobiltelefonnal, és tudják, mit tennének.

Más kutatási eredmények⁵ alapján valószínűsítettük, hogy a közüzemi számlákkal kapcsolatos problémák is tipikus fogyasztói panasznak minősülnek. Így egy képzeletbeli áramszolgáltatóval kialakult fogyasztóvédelmi konfliktus megoldására is megkértük a válaszadókat. Kérdésünk így hangzott: „Megbizonyosodott arról, hogy az áramszolgáltató cége többet számlázott, mint amennyi áramot az ön háztartása elfogyasztott. A túlszámlázott összeget ön befizette, de most szeretné visszakapni. Többszöri írásos kérése ellenére sem hajlandóak visszafizetni a túlszámlázott összeget. Mit tenne, hogy érvényesítse fogyasztói jogait, és visszakapja az önnek jogosan járó összeget?” Az áramszolgáltatóval kapcsolatos panasz esetében is a legtöbben a tanácstalanok csoportjába tartoznak. A válaszadók harminchat százaléka nem tudja, mit tenne hasonló esetben, sőt valamivel tanácstalanabbak is, mint a

⁵ Többek között a Magyar Energetikai és Közműellátás-felügyelet fogyasztói elégedettségvizsgálatai (<http://www.eh.gov.hu/home/html/index.asp?msid=1&sid=0&hkl=331&lng=1>), az Echo Innovációs Műhely 2009-es, „A közüzemi szolgáltatásokkal kapcsolatos fogyasztóvédelmi problémák Fejér megyében” c. felmérése, valamint az említett Szonda Ipsos-felmérés.



mobiltelefonnal kapcsolatos kérdésben. Minden tizedik ember a helyi vagy az országos fogyasztóvédelemhez fordulna. A fogyasztóvédelem intézményrendszeréről szerzett ismeretek hiányát sejteti, hogy bár kértük őket, ők sem tudták megnevezni az illetékes hatóságot, csupán általánosságban beszéltek a fogyasztóvédelemről. Összességében tehát majd a fogyasztók fele tartozik a többé-kevésbé bizonytalan ismeretekkel rendelkezők körébe. Huszonnégy százaléknian az esetleírásban ismertetett korábbi kudarcok ellenére továbbra is a vállalatnál próbálkoznának valamilyen formában (8% az ügyfélszolgálatot említi, 5% a személyes ügyintézészt emeli ki, 7% nem adja föl a reklamációt – ezek voltak a jellegzetes reakciók a csoporton belül), hat százalék fordulna bírósághoz.

A tudatlanságból fakadó bizonytalanság enyhíthető, ha az emberek készek információ után nézni, segítséget kérni valamilyen probléma felmerülésekor. Arra a kérdésre, hogy „Honnan tájékozódna, ha fogyasztóvédelmi problémájának megoldásába kellene kezdenie?”, a válaszadók hatoda azt mondta, „nem tudja”, többségük, hetvenszázaléknian további információt keresnének, s csak hetedik nem tenne így. A megkérdezettek többsége egyetlen forrást nevezett meg. Az interneten keresne információt azoknak a legnagyobb része, akik tájékozódna. Tízből négy ember tenne így. A második legnagyobb említési aránnyal a rokonok és ismerősök szerepeltek. Az információkeresők tizenhét százaléka őket kérdezné. Ez nem túl biztató. Ha országosan magas szintű tájékozatlansággal és bizonytalansággal szembesültünk, akkor valószínűleg a megkérdezett szomszédja vagy ismerőse sem lesz felkészültebb, mint maga a problémával rendelkező fogyasztó. A válaszadók hetede hivatalos szervezetek képviselőjének a véleményére lenne kíváncsi, minden tizedik ember a médiából próbálna segítséget találni, hétszázaléknian pedig a telefonkönyvhöz vagy a tudakozóhoz folyamodnának. A mintából mindössze három fő említett civilszervezetet.

1. táblázat

*Kiket kerestek fel fogyasztóvédelmi problémájukkal az emberek az elmúlt 1-2 évben?
(Arányok azokon belül, akiknek volt fogyasztóvédelmi problémája az említett időszak alatt a „nem tudom” és „nem válaszolt” kategóriák nélkül)*

	Megkeresett illet	Nem keresett meg illet
Vállalatot	29,7	63,6
Hatóságot	10,2	86,4
Bíróságot	3,4	92,4
Civilszervezetet	1,6	98,4
Békéltető testületet	0,8	94,1

Mint láttuk, általános a tudatlanság vagy legalábbis a bizonytalan tudás a fogyasztóvédelmi kérdések észlelésében és megoldási módjaikat illetően is. Kérdés, hogy ezt a tudáshiányt áthidalhatják-e a szemléletformálással foglalkozó civilszervezetek. Az elméleti és a remélt válasz: igen, hiszen több fogyasztóvédelmi civilszervezet üzemeltet országos tanácsadóiroda-hálózatot, amely segítheti a fogyasztókat problémáik megoldásában. Kutatásunkból azonban az derül ki, hogy erre a valóságban kevés remény van. Feltettük a kérdést, hogy „Az utóbbi egy-két évben előfordult-e önnek, hogy fogyasztóvédelmi problémájának megoldása érdekében valamilyen fogyasztóvédelemmel foglalkozó civilszervezethez fordult, hogy az segítsen a problémája megoldásában?” A válaszok közt ismét szembe találjuk magunkat azzal, hogy tíz válaszadóból kilenc nem találkozott ilyen problémával. A maradék tíz százalék döntő többsége, kilencven százalékuk még fogyasztóvédelmi probléma esetén sem kérte civilszervezetek segítségét. A helyzetről kialakult képet tovább árnyalja, hogy az 1,6



százaléknyi ember közül, akik állításuk szerint civilszervezethez fordultak, mindössze két fő említett név szerint beazonosítható szervezetet, leggyakrabban viszont állami (!) hatóságokat említettek (pl. PSZÁF, Tisztiorvosi Szolgálat, Fogyasztóvédelmi Hivatal). Ezek a válaszok nemcsak a fogyasztóvédelem intézményrendszeréről kialakult zavaros ismereteket tükrözik, hanem rávilágítanak egy talán ennél is mélyebben gyökeredző problémára: a demokráciaismereti alapok hiányára. Erre utal, hogy a válaszadók jó része nem tud különbséget tenni állami hatóságok és civilszervezetek között. Ezzel a jelenséggel a többi kérdésnél is találkoztunk.

A civilszervezetekhez forduló aránya jelentősen alacsonyabb azokénál, akik az ismertségüket firtató kérdésnél maguktól tudtak említeni ilyeneket (14%). Azoknak, akiknek akadt fogyasztóvédelmi problémája, kilenczede nem keresett fel civilszervezetet. Megkérdeztük tőlük ennek az okát. Jellegzetes a két legnagyobb arányban említett válasz: „nem tudom, kihez fordulhatnék” (21%), „nem tudom, miért nem” (15%). A tájékozatlanság tehát a legfontosabb oka annak, ha valaki fogyasztóvédelmi gondjával nem fordul civilszervezethez. A „nem érintett” (18%) válasz szintén jelezheti ezt, hiszen az is lehetséges, hogy csak a válaszadó nincs tisztában vele, hogy panaszának megoldásában ott is kaphatna segítséget. Emellett viszonylag sokan tartják értelmetlennek vagy időpazarlásnak az ilyen jellegű utánajárást (11-11%). Figyelmet érdemel, hogy a civilszervezeteket fogyasztóvédelmi kérdésekkel nem keresők hét százaléka nem is bízik bennük. A szervezetek ismertsége és megkeresése közötti különbség okai nem derülnek ki ebből a felmérésből, de elképzelhető, hogy a fogyasztók nem a civilektől várnak megoldást, és nem bíznak a céljuk rajtuk keresztül történő elérésében, vagy hogy az egyes szervezetek profilkja nem elég világos a nagyközönség felé (pl. kihez lehet utazással kapcsolatos fogyasztóvédelmi támogatásért fordulni, kihez az egészségügyi rendszerrel kapcsolatos kérdésekkel, stb.).

Azokat, akiknek fogyasztóvédelmi panaszuk volt, arról is kérdeztük, hogy ilyen esetben fordultak-e hatósághoz. A hatósági panasztétel egy olyan általános tudatos fogyasztói magatartás része lehet, amelyben a fogyasztók állampolgári kötelességként élik meg, hogy a hatóságokat tájékoztatják az őket ért sérelmekről, és így járulnak hozzá a fogyasztóvédelem hatékonyabbá tételéhez. Az efféle fogyasztói magatartás nélkül elképzelhetetlen a fogyasztóvédelem társadalmisítása, amelyet a fogyasztóvédelmi közpolitikai stratégiák célul tűznek ki.

Állami fogyasztóvédelmi hatósághoz még kevesebben fordultak (1%), mint civilszervezethez. Bár mint láttuk, a tájékozatlanságból fakadóan az előző kérdésre adott válaszok között hatóságok is szerepeltek. Az állami szervezeteket a civilszervezetekhez hasonlóan azért nem keresték föl, mert nem tudják, melyikhez érdemes fordulni (12%), vagy nem tartják hatásosnak ezt a problémamegoldási formát (12%). Magas azoknak is az aránya a csoporton belül, akik nem tudják, miért nem fordultak hatósághoz (18%), vagy akik úgy gondolják, ők nem érintettek ebben a kérdésben (28%). Valamivel alacsonyabb, de jelentős a hányada azoknak, akik nem tartották olyan fontosnak, hogy lépéseket tegyenek, vagy nem volt idejük (9-9%).

Elenyésző hányad, három százalék (a teljes mintában 4 ember) fordult csak bírósághoz azok közül, akiknek fogyasztóvédelmi panasza volt. Ezen jogorvoslati módszer népszerűtlenségének legfőbb oka az érintettség hiánya (36%) és a probléma súlytalansága (15%) volt. A passzivitás indokaként szerepelt az a többi esetben említett vélemény, miszerint az eljárás hatástalan (8%). Újdonság viszont az anyagi okok említése (10%). A többi megoldási módhoz hasonlóan 13% nem tudta megmondani, miért nem fordult hatósághoz.

A teljes mintából egyetlen ember fordult békéltető testülethez. A békéltető testület mellőzésében is annak vélt feleslegessége, illetve nem ismerete a legfőbb ok. Azonkívül, hogy megoldódott a probléma (30%), gyakorlatilag semmilyen konkrét magyarázatot nem hallhattunk. Az intézmény ismeretlenségét jelzi, hogy az érintettek ötöde biztosan nem tudja, mi az a békéltető testület, de a másik négyötödéről sem derül ki egyértelműen, hogy tudná.



A legtöbben a vállalatok felé történő visszajelzésre válaszoltak igennel, az összes megkérdezett három, a fogyasztóvédelmi problémával már találkozók harminc százaléka próbálta a vállalatoknál érvényesíteni fogyasztóvédelmi érdekeit. A passzivitás oka a panasz feleslegessége, illetve az időhiány. Az alábbi összefoglaló táblázatból látható, hogy a fogyasztók fogyasztóvédelmi passzivitásának legfontosabb átfogó okai a tudás- vagy ismerethiány, az érdektelenség és az hogy az eljárásokat nehézkesnek és bizonytalan kimenetűnek tartják.

2. táblázat

Fogyasztóvédelmi problémájuk megoldása érdekében miért nem fordulnak az intézményszerűsített fogyasztóvédelemhez az emberek?

Leggyakrabban említett ok	Miért nem fordul civilszervezethez?	hatóságához?	bírósághoz?	békéltető testülethez?	vállalathoz?
1.	Nem tudja, kihez forduljon. (21,4%: 21 fő)	Nem érintett. (28,4%: 29 fő)	Nem érintett. (34,9%: 38 fő)	Nem volt rá szükség, megoldódott. (29,7%: 33 fő)	Nem érte ilyen sérelem. (16%: 12 fő)
2.	Nem érintett. (18,4%: 18 fő)	Nem tudja. (17,6%: 18 fő)	Nem volt akkora a probléma, nem tartja olyan fontosnak. (14,7%: 16 fő)	Nem tudja, mi az. (20,7%: 23 fő)	Nem tudja. (14,7%: 11 fő)
3.	Nem tudja. (15,3%: 15 fő)	Nem tudja, kihez forduljon. (11,8%: 12 fő)	Nem tudja. (12,8%: 14 fő)	Nem tudja. (10,8%: 12 fő)	Nem volt rá ideje, túl komplikált. (9,3%: 7 fő)
4.	Nem volt rá ideje, túl komplikált. (11,2%: 11 fő)	Nem tartja hatásosnak, nem bízik bennük. (11,8%: 12 fő)	Anyagi okokból. (10,1%: 11 fő)	Nem tudja, nem ismeri. (8,1%: 9 fő)	Nem tartja hatásosnak, nem bízik a hatékonyságában. (9,3%: 7 fő)
5.	Nincs értelme, nem tartja olyan fontosnak. (11,2%: 11 fő)	Nem volt rá ideje, túl komplikált; és nem tartja olyan fontosnak. (8,8%: 9-9 fő)	Nem tartja hatásosnak, túl hosszú idő. (8,3%: 9 fő)	Nem volt akkora a probléma, nem tartja olyan fontosnak. (3,6%: 4 fő)	Egyéb. (8%: 6 fő)

A százalékok azon csoporton belüli arányokat mutatják, akik szembesültek fogyasztóvédelmi problémával az elmúlt 1-2 évben.

A fenti válaszokat a fogyasztóvédelem intézményrendszerének gyenge pontjaiként azonosíthatjuk, amelyek fejlesztésére világos intézkedéseket tehet a kormányzat. Megkérdeztük a lakosságot is, hogy szerintük mi lenne a fogyasztóvédelem legfontosabb feladata. Az intézményrendszerrel kapcsolatos tudáshiány ismét megmutatkozott, ugyanis a válaszadók egyharmada egyszerűen azt felelte, hogy a „fogyasztóvédelem”, és ezt nem is kívánta bővebben kifejteni. A válaszadók tizennégy százaléka szerint az érdekvédelem és az érdekképviselés a legfontosabb, tíz százalék nem tudott mit felelni a kérdésre. A lakosság hét százaléka szankcionálást és a szabályok betartatását, ugyanennyien az ellenőrzést, ötszázaléknyian a minőségi kontrollt, illetve a szemléletformálást tartják a fogyasztóvédelem legfontosabb feladatának. Az értékelhető válaszok és a fenti helyzetkép közti különbség jól mutatja a fogyasztóvédelmi problémák érzékelésének helyzetét és jelenlegi megoldási lehetőségeinek korlátait.

Összegzés és javaslatok

A Tudatos Vásárlók Egyesülete kutatásából azt láttuk, hogy a magyar felnőtt lakosság fogyasztóvédelmi problémaérzékelése igen alacsony. Ha szeretnénk elérni, hogy ezek az ügyek tudatosuljanak, az érintett szervezetek kommunikációjában nagyobb figyelmet kell fordítani az ügyek fogyasztóvédelmi



jellegének hangsúlyozására. Például valamilyen – minden bizonnyal bekövetkező – újabb élelmiszerbotrány esetén nemcsak a tényeket kell közölni, hanem hozzá kell fűzni, hogy egy átcímkézési esetben sérül a fogyasztók tájékoztatáshoz és egészséghez való joga. Hasonló esetek médiamegjelenítésénél azt is érdemes megosztani a közönséggel, hogy ha problémát észlelnek, mely intézményeket kereshetik fogyasztóvédelmi jogorvoslatért vagy tanácsadásért. Hiszen az eredmények azt is világosan mutatják, hogy az állampolgárok tehetetlenek, még ha azonosítják is a fogyasztóvédelmi problémákat: nem tudják, érdemes-e cselekedni, vagy kihez kellene fordulniuk. A fogyasztói passzivitás oka lehet a tudáshiány mellett az is, hogy a fogyasztók idegenkednek a formális eljárásoktól, komplikáltnak tartják azokat, és bizonytalanok hatékonyságukban. Ezt a fogyasztóvédelmi eljárások egyszerűsítésével, a fogyasztók számára követhetővé tételével, célzott, a folyamatokat érthető és egyszerű nyelven elmagyarázó tanácsadással lehet megoldani. Ez akár úgy is elérhető, hogy a civil tanácsadó szolgálatok számára egy központi eljárási és ajánlási protokoll kerül kidolgozásra, amelynek betartását a forrást biztosító állami intézmények minőségbiztosítási rendszerrel ellenőrzik.