

# **A fogyasztói tudatosság növelése az elektronikus hírközlési piacon**

*A Nemzeti Hírközlési Hatóság  
szakmai tájékoztató anyaga*

*2008. szeptember*

*„A fogyasztók körébe – meghatározás szerint – valamennyien beletartozunk, mégis ez az egyetlen jelentős csoport, amelynek véleményét gyakran nem hallgatják meg.”*

*John F. Kennedy*

## Tartalom

|                                                                  |       |
|------------------------------------------------------------------|-------|
| 1. Fogyasztói tudatosság: összehasonlítás és választás           | 2. o  |
| 2. A hírközlési piac fogyasztói szemmel                          | 3. o  |
| 3. A tudatos fogyasztó a hírközlési piac fejlődésének ösztönzője | 6. o  |
| 4. Az NHH eddig lépései                                          | 8. o  |
| 5. Az NHH fogyasztói stratégiája és fő célkitűzései              | 11. o |

## 1. Fogyasztói tudatosság: összehasonlítás és választás

Az utóbbi években sokat fejlődött Magyarországon a vásárlói tudatosság. A legfrissebb kutatások a tudatos vásárlói index növekedését jelzik, tehát körültekintőbbek lettünk, érvényesítjük garanciális jogainkat, de az általános fogyasztói jogosítványaink pontos ismerete, a környezettudatosság és általában a vásárlói tudatosság terén sok még a tennivaló. A feladatokból bőven jut az állami szereplőknek is.

A hírközlési piac fejlődése is felszínre hozott jó néhány olyan problémát, amelyre a Nemzeti Hírközlési Hatóságnak (NHH), mint szabályozónak megoldást kell találnia. A jogszabályokban, határozatokban foglaltak betartatása mellett felértékelődni látszanak az úgynevezett *soft law* eszközök, amikor is a hatóság és a hírközlési fogyasztói jogok képviselője (HFJK) konzultációkkal, önkéntes megállapodások létrehozásával segíti elő az etikus piaci viselkedésformák elterjedését. Így a klasszikus szabályozói eszköztár mellett a nyilvánosság lehetőségeit is kihasználjuk a fogyasztók jelentős csoportjait érintő olyan kérdésekben, mint például a hűség szerződések, a hangszerződések, illetve az ügyfélszolgálati működés kérdései.

A hírközlési fogyasztói jogok képviselőjeként azonban egyre inkább a tudatosságnövelésben látom a problémák megelőzésének a kulcsát. Ebből a szempontból a hírközlési szektor most kedvező helyzetben van. A fogyasztók jogainak hatékony érvényesítése része annak a hírközlés-szabályozói javaslatcsomagnak, amelyet az Európai Bizottság már jóváhagyott. A reformcsomag a hat évvel ezelőtt bevezetett követelményeket módosítaná úgy, hogy a várakozások szerint 2009 végére hatályba lépő új szabályozás az európai fogyasztók érdekeit közvetlenül szolgáló elemekkel bővíthet.

A szabályozás új fogyasztói jogokat vezetne be: egyebek mellett lehetővé tenné, hogy akár egy nap alatt szolgáltatót váltsunk. Bevezetné az átlátható és összehasonlítható ártájékoztatáshoz való jogot, és a piaci verseny további erősítésével bővítené választási lehetőségeinket. Növelné a hírközlési hálózatok biztonságát, új eszközöket vetne be a kéretlen elektronikus levelek, a vírusok és más internetes fenyegetések ellen. Az új szabályozás javítani akarja a hírközlés-szabályozás színvonalát is, ami további garanciákat jelentene arra, hogy a hírközlési fogyasztók kegyeiért tisztességes verseny folyjon az EU tagállamaiban.

Három évvel ezelőtt az NHH és a HFJK úttörő szerepet vállalt a fogyasztói tájékozottság és tudatosság növelése érdekében. Elindult a TANTUSZ portál, mely a hírközlési szolgáltatások összehasonlításával, a szolgáltatás-lefedettségek bemutatásával jelentős segítséget kínál a tudatos választáshoz. Az idei évben elindítottuk Fogyasztói Tudatosság Programunkat, arra vállalkoztunk, hogy megtaláljuk a működésünk korszerűsítését és a fogyasztói tudatosságnövelést szolgáló további stratégiai lehetőségeket. A *FogyasztóHatóság – állami szerepek a fogyasztói tudatosság növelésében* címmel szervezett konferenciánk célja a figyelemfelhívás: a fogyasztói szempontok egyre növekvő fontosságára, a fogyasztóvédelmi szerepkörrel járó kihívásokra; az állami, hatósági szféra lehetőségeire és kötelességeire.

Budapest, 2008. szeptember 17.



Takács Péter  
hírközlési fogyasztói jogok képviselője  
Nemzeti Hírközlési Hatóság

## 2. A hírközlési piac fogyasztói szemmel

A hírközlési piac – nemzetközi és hazai téren is – intenzív fejlődésen ment át az elmúlt évtizedekben. A készülékek kisebbek, okosabbak és ezzel együtt összetettebbek lettek, és számtalan új szolgáltatás jelent meg. Az NHH piacsabályozó lépéseinek is köszönhetően ma már az ország szinte minden településén technológiák és szolgáltatások gazdag választéka áll rendelkezésünkre.

A 90-es években a vezetékestelefon-piac ment át gyors növekedési szakaszon, majd a mobiltelefon-piac minden korábbi várakozást felülmúló térhódítása következett. Mára a vezetékes piacon az előfizetői szám ugyan lassan, de évről évre csökken, hiszen immár a hangforgalom területén is komoly kihívók a mobil- mellett a szélessávú internet nyújtotta IP-alapú szolgáltatások. A vezetékes piacon ma a szélessávú internet és az IPTV jelentheti a növekedési lehetőséget. A mobilpiacon a 100 százalékos penetráció elérése után is megmaradt az évi 10 százalék körüli bővülés. A mobilszolgáltatók számára a növekedés lehetőségét elsősorban a mobilinternet, illetve egymás előfizetőinek a megszerzése adja. Az internetpiacon az elmúlt években alakult ki igazi verseny, és ez az a terület ahol még nagy a növekedési potenciál. A harmadik generációs hálózatok gyors fejlődésének köszönhetően a szélessávú internet piacán mára az ADSL és a kábelmodemes technológia versenyébe bekapcsolódott a mobilinternet is. 2006 óta a televíziós szolgáltatások piacán is megélénkült a verseny. A kábel és a műhold versenyébe az IPTV és az idén decemberben induló földfelszíni digitális platform is be fog szállni.

A korszerűsödő és bővülő kínálat egyedülálló módon nem áremelkedést, hanem 2004 óta folyamatos és jelentős árcsökkenést hozott, nem véletlen tehát, hogy az elemzők nagy része állítja, hogy a hírközlési szektor ma az egyik legnagyobb versenyt produkáló terület. (1. ábra) Ez az állítás annak ellenére, vagy éppen azért igaz, mert az egyes részpiacokon szükség volt a hatósági beavatkozásra, illetve európai szintű szabályozásra az olyan határokon átnyúló szolgáltatások esetében mint a roaming. A hírközlési piac szabályozásával az egyes országok hírközlési hatóságai mellett a 2008-ban magyar vezetéssel működő Európai Szabályozók Csoportja (ERG – European Regulators Group) és az EU Bizottság is kiemelten foglalkozik. E testületek feladata, hogy vizsgálják az egyes részpiacokon kialakuló anomáliákat, és ha kell, avatkozzanak be a még tisztább piaci verseny és a fogyasztói jólét érdekében.

1. ábra



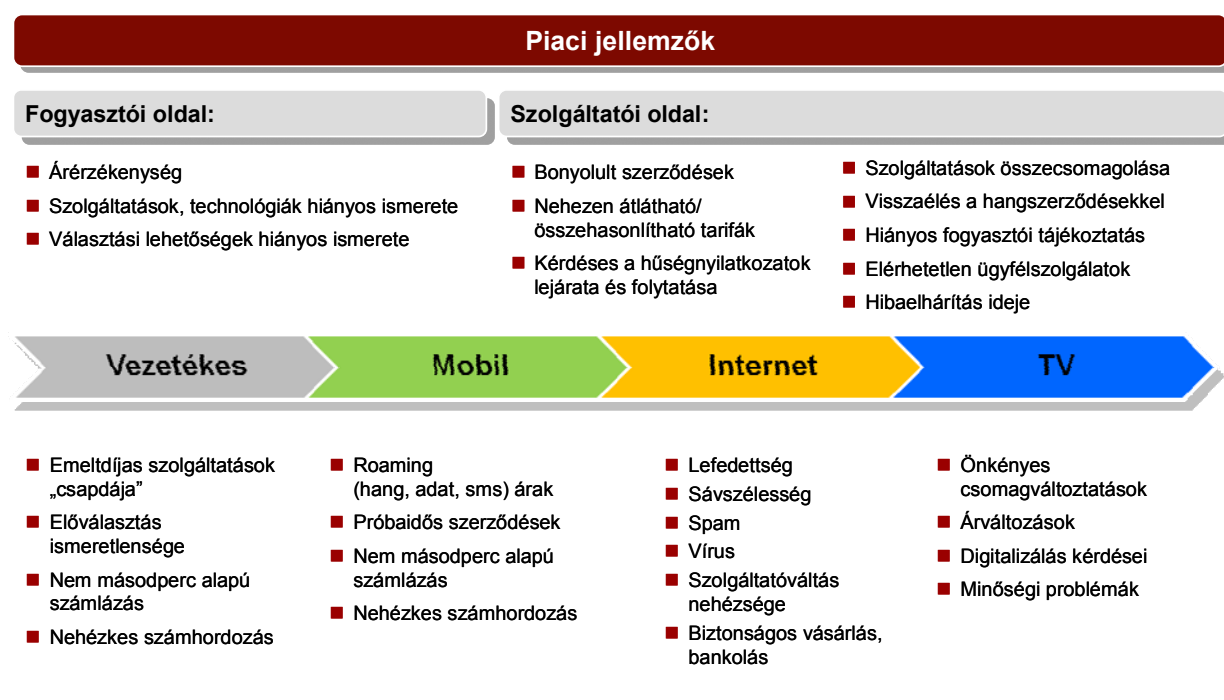
Miközben reklámok tömege bombáz újabb és újabb ajánlatokkal, fogyasztóként érezhetjük a verseny pozitív hatásait is: több szolgáltatásért fajlagosan kevesebbet fizetünk, a legtöbb szolgáltató ügyfélszolgálatára már nem a morcos hivatali hangnemben tárgyal velünk. Ügyfelek, esetenként partnerek lettünk, mégsem mindig mozgunk otthonosan ebben az új kínálati világban. Szinte lehetetlen követni az újdonságokat, a gyors változásokat, a tömördek rövidítést és technikai zsargont. Képtelenség átlátni a szolgáltatások dzsungelét: az aktuális tarifa-csomagokat, a kedvezményeket és a hűségnyilatkozatokat. Megjelentek a bonyolult és nehezen összehasonlítható összecsomagolt szolgáltatások, amelyekhez kedvezményes ajánlatok és speciális szerződési kondíciók járulnak.

A szolgáltatók egyre színesebb, változatosabb és szélesebb szolgáltatáspaletta kínálva igyekeznek minél több ügyfelet csalogatni magukhoz. Amikor azonban választani, dönteni kell, már magunkra vagyunk utalva, pedig arra vágyunk, hogy végre hasonlítsa össze és érthetően magyarázza el valaki a lehetőségeinket, hogy a fogyasztási szokásainknak leginkább megfelelő szolgáltatást választhassuk.

A piac domináns szereplői nemzetközi cégek, így a hírközlési világtrendek hozzánk nagyon hamar begyűrűznek. Ennek jó oldala, hogy a technikai fejlődésben, az új szolgáltatások honosításában nem vagyunk lemaradva, ugyanakkor el kell szenvednünk az új értékesítés-ösztönző innovatív technikákat is, melyek ellen más országok fogyasztóvédői is küzdenek. Nem magyar és nem egyedül hírközléspiaci jelenség a hűségnyilatkozatokkal történő piackorlátozás, a fogyasztói röghöz kötés, a szolgáltatások összecsomagolása és esetleges keresztfinanszírozása, vagy a telefonon kötött, úgynevezett hangszerződésnek álcázott fogyasztói megtévesztés gyakorlata.

A piaci szereplőknek általában nem érdekük a szolgáltatások összehasonlíthatósága. A szolgáltatók a versenyhelyzetre reagálva újabb és újabb fogyasztói csoportokat kívánnak megcélózni, ezért a számtalan tarifacsomag és kiegészítő opció. A szolgáltatások hirdetéseiben természetesen az adott csomag legelőnyösebb tulajdonságait hangsúlyozzák, a többi feltétel ismertetését a „kisbetűs részekre” hagyják. Egyik piaci szereplőnek sem érdeke, hogy a szolgáltatás minden részletét összehasonlíthatóvá tegye a versenytársak kínálatával. Ebben a helyzetben még a legalaposabb és legtudatosabb fogyasztónak sem könnyű világos képet alkotni, optimális döntést hozni. (2. ábra)

2. ábra



A verseny velejárója, hogy valamennyi piacon egyre kreatívabb szolgáltatások, csomagok és marketingtechnikák jelennek meg, melyek közül néhány már a versenyt és így a fogyasztók érdekeit veszélyezteti. Ekkor az NHH-nak, illetve egyes esetekben a társhatóságoknak kell közbeavatkozniuk.

A fogyasztók jelentős része nem tudatosan választ. A fogyasztói tudatosságot kifejező participációs mutatók minden tekintetben kirívóan alacsonyak a magyar piacon. A felmérésben résztvevők többsége szolgáltatót inkább a „benyomások”, mint a racionális megfontolások mérlegelése alapján választ. (3. ábra)

3. ábra



Forrás: Participációs vizsgálat a lakosság körében, NHH/Sonda Ipsos 2008

A szolgáltató és a fogyasztó (mint eladó és vevő) viszonya aszimmetrikus – a szolgáltatók által kínált feltételek, melyeket jogi szakértők fogalmaztak tökéletesre, minden esetben a szolgáltatói érdekeket helyezik előtérbe. Ha mégis hiba csúszik a folyamatba, azokat többnyire gyors, akár egyoldalú szerződmódosítással korrigálják (pl. „korlátlan” mobilinternet gyors korlátozása). Kevés az olyan tudatos fogyasztó, aki hírközlési szolgáltatás vásárlása esetén hajlandó végigolvasni az általános szerződési feltételek (ÁSZF) hosszadalmas jogi szabályozását.

A hírközlési piac dinamikus fejlődése, nem jár és talán nem is járhat együtt azzal, hogy minden felhasználó részletesen ismerje, használja és értse az új technológiákat, szolgáltatásokat. Az új típusú szolgáltatásoknál komoly alulinformáltság tapasztalható a fogyasztók körében. A tájékozatlanság sokuk számára okozhat kellemetlen meglepetéseket, melyekért a nem széleskörűen tájékoztató szolgáltató, az esetenként nem eléggé éber hatóság vagy jogszabályalkotó és végső soron a fogyasztó is okolható.

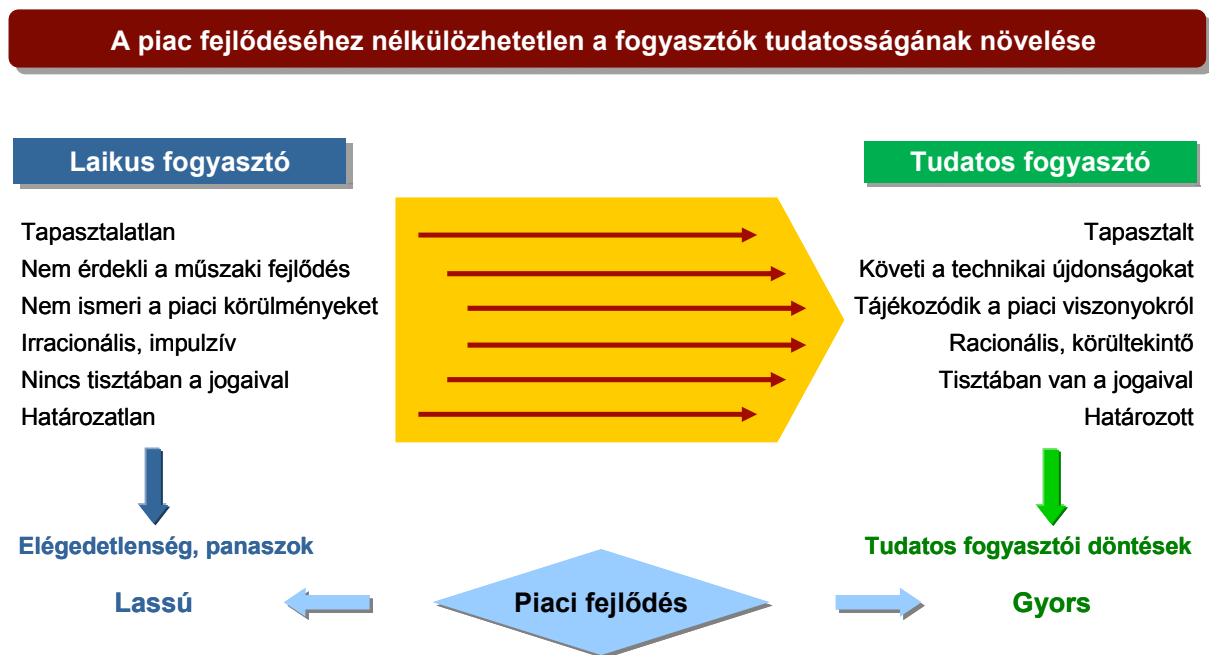
### 3. A tudatos fogyasztó a hírközlési piac fejlődésének ösztönzője

Régóta ismert, hogy a piac két főszereplőjének, az eladónak és a vevőnek együttes interakciója csak akkor vezet kiegyensúlyozott piaci versenyhez, ha mindkét fél megfelelő információval és tudatossággal bír. A hazai és külföldi hivatalok, hatóságok az utóbbi időben energiájuk jelentős részét az eladói oldal vizsgálatára, elemzésére fordították. Leginkább arra ügyeltek, hogy megnyíljanak a piacok, hogy a szolgáltatók ne kerülhessenek monopolhelyzetbe, ne vághassanak zsebre extra-profitot, dömpingárok alkalmazásával vagy ellehetetlenítő összekapcsolási díjakkal ne szoríthassák ki a piacról versenytársaikat.

Ma a fogyasztói oldal olyan mérvű ajánlatdömpinggel, annyi új megoldással szembesül, hogy önmagában szinte már képtelen racionális döntések meghozatalára. Ezért megérett a felismerés: nem elég a piaci szereplőkre bízni a fogyasztók tájékoztatását, felvilágosítását, tudatosságának növelését – ebben független szereplőknek, állami és civil szervezeteknek is aktív szerepet kell vállalniuk.

Végző soron belátható, hogy minden szereplő számára a tájékozott, saját jogaival és lehetőségeivel tisztában lévő, a piaci szolgáltatásokat és azok jellemzőit ismerő fogyasztó a legjobb ügyfél. Hogy miért? Mert a tájékozatlan, nem eléggé tudatos fogyasztó, aki saját igényeit és lehetőségeit sem ismerve vásárol szolgáltatást, sok esetben elégedetlen fogyasztó lesz, és előbb vagy utóbb panasszal fog élni. (4. ábra)

4. ábra



Joggal merül fel a kérdés: kinek a felelőssége, hogy a hírközlési piacon részt vevő fogyasztó tudatosságát növelje?

Természetesen adódik a válasz, hogy a szolgáltatást eladó szolgáltató legyen az ügyfelek első számú tájékoztatója. Ez sok esetben így is van. A szolgáltató – saját érdekében – képzzi, tájékoztatja meglévő és potenciális ügyfeleit, sőt van olyan, aki ingyenes továbbképzéseken próbálja csökkenteni a digitális írástudatlanságot. Bár a lehető legszélesebb körű és tisztességes tájékoztatás elvárható a szolgáltatótól, számos dologra

nem fogja, nem tudja felhívni ügyfele figyelmét. Az ügyfélnek ugyanis saját felelőssége megismerni saját lehetőségeit és tudatosítani fogyasztási szokásait, és ezeket figyelembe véve neki kell meghoznia a döntést pl. arról, hogy akar-e hűsőszerződést kötni vagy sem.

Az egyes országok hírközlési hatóságait azért hozták létre, hogy szabályozzák, felügyeljék a piac működését, eszköztárukban a szabályozási és szankcionálási lehetőségek vannak előtérben. Napjainkban már a hatóságok is egyre inkább feladatuknak érzik a fogyasztók informálását, a szolgáltatások összehasonlíthatóságának megteremtését, a fogyasztói problémák fogadását, elemzését, és ezek alapján a szükséges lépések megtételét. Néhány európai példa:

- **Külön intézmény a fogyasztói jogok képviselésére** (pl. NHH-HFJK):  
külön intézmény, dedikált személy vagy szervezet a fogyasztói jogok és érdekek hatékonyabb képviselésére
- **Online irányított panaszkezelés kialakítása** (pl. brit, német hatóság):  
a honlapon logikusan felépített menürendszer segíti a fogyasztókat a problémák többségének megoldásában; a weboldal ismertetőket, konkrét javaslatokat, válaszokat ad a kérdésekre, a legtöbb esetben személyes, ügyfélszolgálati közreműködés nélkül is
- **Konzultáció** (pl. brit, német hatóság; NHH: nyilvános meghallgatás, egyeztetés):  
stratégiai elképzelések, szabályozási tervezetek nyilvánosságra hozatala a honlapon – ezekhez bárki javaslatot, véleményt fűzhet, és azt elküldheti a hatóságnak
- **Tarifa-összehasonlítás** (svéd hatóság, NHH-TANTUSZ):  
a hatóság adatbázisából a fogyasztó összehasonlítható szolgáltatásokat és árakat tud lekérdezni az adott típusú szolgáltatást nyújtó összes szolgáltatóról
- **Weben keresztüli kapcsolatfelvétel** (német, svéd hatóság):  
akár egy egyszerű elektronikus formanyomtatvány kitöltésével, akár chat-en is kapcsolatba lehet lépni a hatósággal
- **Sávszélesség-teszt** (svéd hatóság):  
egyszerű sebességteszt, ami alapján a fogyasztó ellenőrizni tudja a saját tényleges sávszélességét, és össze tudja hasonlítani a szerződésben rögzítettel



## 4. Az NHH eddigi lépései

Az NHH több tekintetben az uniós tagállamok hatóságait megelőzve tett lépéseket a fogyasztók tájékoztatása, informálása érdekében. A TANTUSZ portál indulásakor szinte egyedülálló volt a „hatósági piacon”.

### ➤ TANTUSZ portál

a Nemzeti Hírközlési Hatóság és a hírközlési fogyasztói jogok képviselőjének közös tájékoztató oldala

A **www.tantusz.nhh.hu** címen elérhető TANTUSZ, a hazai hírközlési piac valamennyi szolgáltatásáról hasznos információkkal szolgál. A felhasználók tájékoztatását szolgáló honlap segítségével az egyéni fogyasztói szokások alapján lehet kiválasztani a legelőnyösebb mobil-, vezetékes-, internet- vagy kábeltelevízió-szolgáltatást. A TANTUSZ bemutatja a külföldi mobiltelefon-használat (roaming) díjait, illetve a szélessávú internet-hozzáférést és a kábeltelevíziós szolgáltatásokat kínáló cégek ajánlatait is. A TANTUSZ portál folyamatosan frissül és bővül. Az NHH eltökélt szándéka, hogy minden olyan adatot közzétegyen rajta, amivel a különféle hazai hírközlési szolgáltatásokat igénylő fogyasztók tudatos és helyes döntéseit segítheti.



### ➤ Ügyfélszolgálat átalakítása

Az NHH 2008-tól korszerűsített ügyfélszolgálattal áll a fogyasztók rendelkezésére. Az elérési útvonalak harmonizáltabbá váltak, a munkatársak folyamatos képzés mellett hatékonyabban dolgoznak.

➤ **Szándékolatlan roaming**

A fogyasztók a [www.nhh.hu](http://www.nhh.hu) és a [www.hfjk.nhh.hu](http://www.hfjk.nhh.hu) oldalakon tájékozódhatnak arról, hogy a határok közelében hol fordulhat elő, hogy a mobiltelefon a felhasználó tudta és szándéka nélkül átvált a szomszédos ország valamely szolgáltatójának hálózatára, valamint arról, hogy hogyan lehet a jelenség ellen védekezni.



➤ **Minőségi jellemzők a honlapon**

A tudatos választást segíti, hogy az egyes szolgáltatók szolgáltatásainak minőségi jellemzői (pl. rendelkezésre állás ideje százalékban, hibaelhárítás ideje, panaszok száma) könnyen áttekinthető módon jelennek meg a honlapon.

➤ **Betárcsázós probléma megoldása**

A szolgáltatókkal együttműködve sikerült megoldani a dial-up internetre jellemző, úgynevezett betárcsázó problémát, amikor akaratlanul letelepülő programok átirányították az internethívást, és így jelentős többletköltséget okoztak a felhasználóknak.

➤ **Spamszűrők tesztje, kémprogramok elleni védelem**

Az NHH honlapján az érdeklődők megtekinthetik az ingyenesen elérhető spamszűrő-programokat, tájékozódhatnak ezek működéséről, és útmutatót találhatnak a letöltéshez. A honlapon szintén elérhetőek a kémprogramok felderítésére szolgáló, a felhasználó számítógépét védő szoftverek.

➤ **Szünetmentes internetszolgáltató-váltás**

A szolgáltatókkal kötött megállapodások nyomán a fogyasztók a korábbinál egyszerűbben és gyorsabban tudnak szolgáltatót váltani, ha a régi előfizetés helyett más cégtől, kedvezőbb feltételekkel kívánnak szolgáltatást vásárolni.

## Tájékoztató kiadványok

Az NHH és a HFJK közös kiadványai strukturáltan és tematizálva foglalják össze a tudatos fogyasztói döntések meghozatalához szükséges legfontosabb információkat. Eddig tíz kiadvány készült, melyek az NHH és a HFJK honlapján is elérhetők:

- o Előfizetői szerződések
- o Kábeltelevízió
- o Telefon
- o Internet
- o Internettelefon
- o Spam
- o Hűségnyilatkozat
- o Közvetítőválasztás
- o Számhordozás
- o TANTUSZ

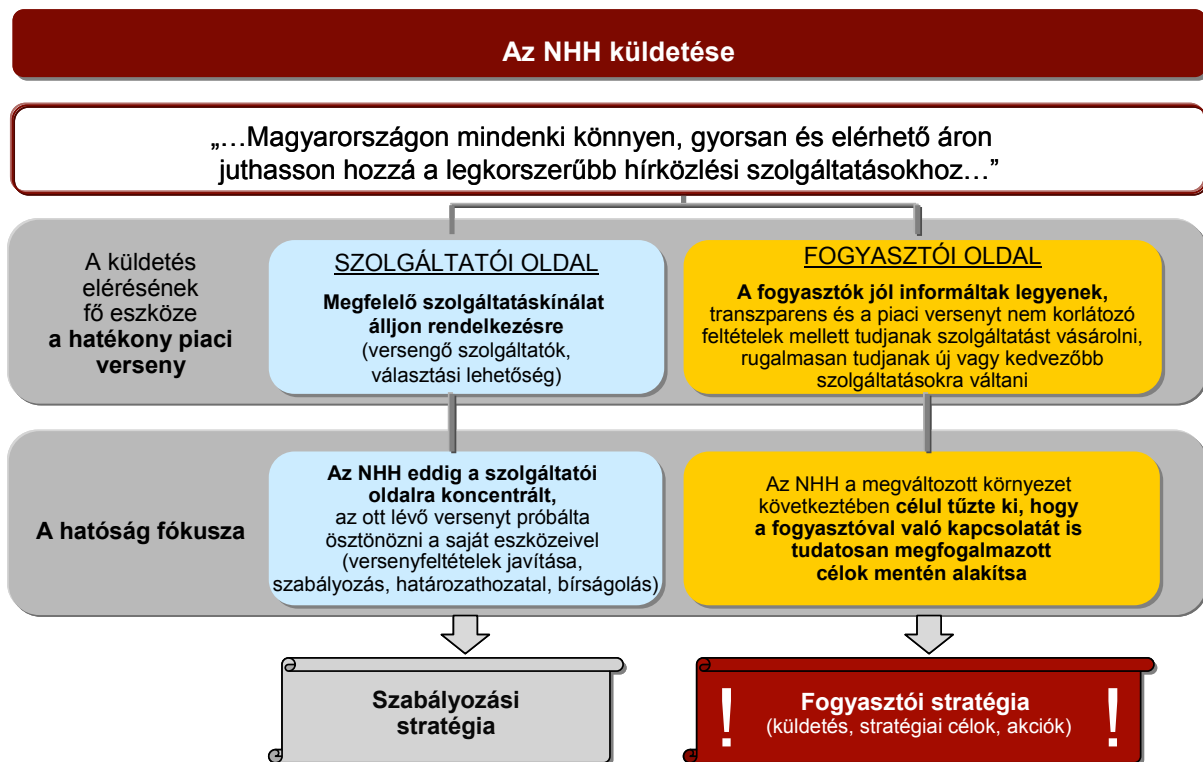


## 5. Az NHH fogyasztói stratégiája és fő célkitűzései

Az NHH korábbi lépései után elérkezettnek látta az időt, hogy fogyasztói stratégia formájában egyértelműsítse fogyasztói szerepvállalását.

A fogyasztói stratégia szorosan kapcsolódik a Nemzeti Hírközlési Hatóság küldetéséhez: az NHH célja, hogy működése során modern szabályozási, felügyeleti gyakorlatot honosítson meg. Támogatja a legkorszerűbb hírközlési szolgáltatások elterjedését, hogy a hazai hírközlési piacon is elérhetővé váljanak a máshol már sikeres innovatív megoldások. Arra törekszik, hogy a magyarországi hírközlési piac valamennyi szolgáltatását mindenki könnyen, gyorsan, elérhető áron vehesse igénybe. (5. ábra)

5. ábra



Az eredményes szerepvállalás érdekében az NHH három fő célt jelölt ki a jövőre nézve:

### 1. Tudatos fogyasztóvá válás támogatása („Empowerment”):

Az NHH célja, hogy saját eszközeivel készítse fel és támogassa a hírközlési piacon megjelenő fogyasztókat annak érdekében, hogy azok megfelelően tájékozott, megalapozott, a fogyasztói igényeket kielégítő, értékarányos szolgáltatásokat vásároljanak.

### 2. Átlátható piaci viszonyok teremtése („Market Transparency”):

Az NHH célja, hogy biztosítsa a hírközlési piacon megjelenő szolgáltatások átláthatóságát, összehasonlíthatóságát, a tudatos választás és váltás lehetőségét.

### 3. Fogyasztói panaszok kezelése („Complaint handling”):

Az NHH célja, hogy kapaszkodót nyújtson azon jogosan elégedetlen fogyasztóknak, akik hátrányos vagy kiszolgáltatott helyzetbe kerültek valamely hírközlési szolgáltatóval szemben.

A hatóság mindhárom célterülethez több feladatot is rendelt. (6. ábra)

6. ábra



#### **Fogyasztók megismerésével kapcsolatos feladatok:**

- Megismerni a hírközlési piacok fogyasztóinak magatartását, preferenciáit, elégedettségét a jelenlegi szolgáltatásokkal kapcsolatban, illetve elvárásaikat a jövőre vonatkozóan
- Azonosítani és elemezni a fogyasztók leggyakoribb problémáit

#### **Tájékoztatással, oktatással kapcsolatos feladatok:**

- Tájékoztatni a fogyasztókat, bővíteni ismereteiket
- Érthetővé tenni a fogyasztók számára fontos információkat, ajánlásokat, javaslatokat
- Erősíteni a fogyasztók önállóságát, öngondoskodását

### ***Szolgáltatások összehasonlíthatóságával kapcsolatos feladatok:***

- Átláthatóbbá tenni a hírközlési szolgáltatásokat
- Érvényesíteni a fogyasztók jogait, és biztosítani, hogy a szolgáltatás használata során a szerződésben definiált, értékarányos kiszolgálásban részesüljenek
- Együttműködés kezdeményezése, szolgáltatók önszabályozásának ösztönzése a törvényes, de etikailag kifogásolható gyakorlatok megakadályozására

### ***Szolgáltatások, szolgáltatók értékelésével kapcsolatos feladatok:***

- A szolgáltatók és a szolgáltatások nyilvános értékelése révén is növelni a fogyasztók tájékozottságát

### ***Egységes fogyasztói kiszolgálással kapcsolatos feladatok:***

- Egyszerű kapcsolatfelvételi lehetőséget teremteni
- Hatékony, gyors és átlátható ügyfélkezelést biztosítani mind az információ-kérés, mind a panaszkezelés területén

### ***Határozott fellépés a helytelen piaci gyakorlatokkal szemben:***

- A hatósági jogkörök alkalmazásával meggátolni a helytelen piaci gyakorlatokat
- Elősegíteni a fogyasztók szabad és könnyű szolgáltató-, illetve szolgáltatás-váltását

A Nemzeti Hírközlési Hatóság és a hírközlési fogyasztói jogok képviselője a jövőben még nagyobb figyelmet fordít a fogyasztói tudatosság erősítésére. Az elkészült fogyasztói stratégia és a Fogyasztói Tudatosság Program megfelelő alapot teremt a hatóság eszközeinek és lehetőségeinek még hatékonyabb kihasználására.

További információkat talál a [www.nhh.hu](http://www.nhh.hu) és a [www.hfjk.nhh.hu](http://www.hfjk.nhh.hu) oldalakon.

A témával és az anyaggal kapcsolatos észrevételeit, javaslatait várjuk a [hfjk@nhh.hu](mailto:hfjk@nhh.hu) címen.

*„A versenypolitika nem egyedüli eszközünk. Szeretnénk még ennél is többet tenni. A fogyasztók egymással versengő árakat, világos tájékoztatást, a hibás vagy nem megfelelő szolgáltatásokkal szemben pedig hathatós védelmet érdemelnek.”*

*José Manuel Barroso*