

Mennyire tartósak a háztartási gépeink?

**Mészáros Fanni, a CECED Magyarország
cégvezetőjének írása**

2017. szeptember

Tartalomjegyzék

1. Bevezető gondolatok	3
2. A tartósság és a készülékek kora.....	4
3. A cserék okai	6
4. A gyártói motiváció és a fogyasztói igények kapcsolata.....	7
5. A hazai háztartások döntései	11
6. Összegzés	15
7. A gyártók szerepe.....	18
Irodalomjegyzék	19

1. Bevezető gondolatok

Akárhányszor elmegyek egy konferenciára vagy részt veszek egy interjúban, de még baráti beszélgetések során is, felmerül a kérdés, mennyire tartósak ma a háztartási gépeink. Jönnek az összeesküvés-elméletek a tervezett elavulásról, a szándékosan, a gyártás során beépített készülékhibákról, megfűszerezve olyan megjegyzésekkel, hogy „ahogy mind tudjuk”, vagy „ez ma már egyértelmű”, „ez ma már köztudott”.

Mielőtt belevágnánk az elmélkedésbe, először is három nagyon fontos dolgot le kell szögeznünk:

- i. eddig soha sehol nem került bizonyításra olyan eset, hogy valamely készülék gyártója szándékosan ily módon megtévesztette volna a fogyasztókat;
- ii. az iparági szövetség, mind a nemzetközi szervezet CECED, mind a hazai szövetség, a CECED Magyarország maximálisan elítélné, ha bármely gyártó ilyen gyakorlatot folytatna;
- iii. az egyes gyártók üzletpolitikájával, gyártási és piaci gyakorlatával a CECED és a CECED Magyarország nem foglalkozhat, nem foglalkozik, mert ez kívül esik a hatáskörén (így az egyes konkrét készülékekhez kapcsolódó kritikák és fogyasztói panaszok tekintetében nem foglalhat és nem is foglal állást).

Mivel azonban ez a téma tényleg – inkább előbb, mint utóbb – szinte állandóan az érdeklődés középpontjába kerül napjainkban, egy közös elmélkedésre, a téma innen-onnan történő elemzésére invitálnám Önöket, megígérve, hogy a végső ítélet szabadságát meghagyom Önöknek!

Először is nézzük meg, **egyáltalán mi is az a tervezett elavulás?** Az internetet hívtam segítségül. Megnéztem a filmet a „villanykörte-összeesküvésről”, találtam nyomtatókról szóló cikkeket, melyek azt sugallták, hogy meghatározott számú nyomtatásra tervezik a készüléket. Sőt, még harisnyákról is, amelyeknek állítólag örökéletűnek kéne lenniük (nálam azonban valahogy maximum egy-két használatot bírnak ki anélkül, hogy lefusson rajtuk a szem). De a legtöbb cikk, melyek szakmailag alaposnak és objektívnek tűntek, némiképp más megvilágításból közelítettek a történethez. Ezekből az írásokból, cikkekből, elemzésekből az szűrhető le, hogy a téma sokkal összetettebb annál, minthogy kizárólag egy szereplőt, a gyártókat tegyük felelőssé a problémákért.

„A tervezett elavulás ellentmondása, hogy míg a gazdasági növekedést serkenti, munkahelyeket tart fenn, addig szociális szinten a változó divat elvárásai miatt vagy beépített technikai időkorlátok miatt új, felesleges költséget jelent a társadalom számára mind az új termékek megvásárlása, mind a keletkező hulladék semlegesítése, tárolása, környezeti és egészségügyi problémái miatt. A jelenséget kevesen vizsgálták behatóan, így kevés egyértelmű információ áll rendelkezésre. Kérdés az is, hogy pontosan milyen magatartást tartana a társadalom kifogásolhatónak. A termék minőségének csökkentésével elért költséghatékonyság például alapvető piaci gyakorlat, ami általában nem kelt megütközést („nem a legjobb, de legalább olcsó”).” – részlet a Wikipédiáról [1].

Rainer Griesshammer professzor, az Öko-Institute vezetőségének tagja így fogalmaz az Öko-Institute 2016-ban publikált, az elektronikai eszközök elavulásáról készített tanulmányában [2]: „A városi legendák – mint például a tervezett elavulás – általában az igazságnak csak egy kicsiny részét fedik. [...] ... de semmi baj a tündérmesékkel - jó olvasni őket – mindaddig, amíg nem vonják el a figyelmünket, nem vezetnek bennünket félre attól, hogy az igazi problémát megértsük.”

Próbáljuk most akkor egy kicsit beleásni magunkat a témába, és megérteni a valódi problémát.

2. A tartósság és a készülékek kora

Ahogy azt a CECED Magyarország CO₂-tanulmányaiban [3] időről időre jelezzük, hogy Magyarországon a háztartási nagygépek (hűtők, fagyasztók, mosógépek és elektromos tűzhelyek) életkora kiemelkedően magas: 2017-ben a gépek átlagosan közel 60%-a 8 évnél, de mosógépek ötöde, a hűtők negyede és a fagyasztók fele még 15 évnél is idősebb volt. Az Otthon Melege Program háztartási nagygépek cseréje alprogramjában jellemzően 15-18 éves mosógépeket, és jócskán 10, nem ritkán akár 15-20 évnél is idősebb hűtőket [4] cseréltek a háztartások a – támogatás miatt előrehozott – vásárlásokban. Vajon ezek a készülékek tartósak? Ha egy háztartás 15-20 évig, vagy még tovább használ egy gépet, az a gép tartósnak minősíthető?

Persze amikor ezzel érvelek, mindig az a válasz, hogy igen, 10 éve még tartósak voltak, no de az, amit most veszünk, az majd csak 2-3 évig fog tartani! Ezen egy kicsit azért mosolyogni szoktam, mert lassan 13 éve dolgozom a CECED Magyarországnak és higgyék el, 13 éve pont ugyanígy vélekedtek az emberek. Mégis, hány olyan készülék van ma a háztartásokban, melyek

12-13 éve működnek... Vajon 10 év múlva a statisztikáink azt mutatják majd, hogy jelentősen csökken az öreg gépek aránya, és jelentősen nő a 2-3 éveseké?

Nyugat-Európában is vannak elemzések arra nézve, hogy egy háztartás jellemzően meddig használ egy háztartási nagygépet, például egy mosógépet.

A francia GIFAM által 2011-ben készített tanulmány [5] szerint egy hűtőt közel 11, egy fagyasztót 13, egy mosógépet 10, míg egy porszívót átlagosan 7 év 3 hónapig használnak a háztartások Franciaországban. A tanulmány ezeket az információkat összehasonlítja egy 1977-es felméréssel, és arra a következtetésre jut, hogy 30 év alatt nem változott jelentősen a használati idő, annak ellenére sem, hogy egyrészt a készülék-árak lényegesen alacsonyabbak lettek, másrészt a fogyasztói szokások viszont jelentősen megváltoztak, és ma jellemzően jóval többször használjuk a készülékeket (pl. egy mosógépet), mint 30 évvel ezelőtt. A GIFAM-tanulmány [5] utal több másik felmérésre is (a 2011-es Eco-Système – Terra tanulmányra, valamint a 2009-es DEFRA-felmérésre [6]), melyek azt jelezték, hogy átlagosan 12 év a háztartási nagygépek használati ideje.

Az Egyesült Királyságban kiadott WRAP-esettanulmány [7] utal ezzel szemben a 2010-es Euromonitor adatokra, melyek szerint átlagosan csak 8 évig használják a háztartások a készülékeket.

A német Öko-Institute már fentebb említett, 2016-ban publikált tanulmánya [2] talán a legfrissebb a témában. Megállapítják, hogy 2004 – 2012. közötti időszakban (ez volt a felmérés időszaka) a fehérárúk (vagyis a háztartási nagygépek) első használatának ideje átlagosan 13 év volt, mely a korábbi évekhez képest egy év csökkenést jelentett. Példaként kiemelik a mosógépet, mely készülékek átlagos használata 2012/2013-ban 11,9 év volt.

Ezek a statisztikák – melyeket **független piackutatók és tudományos intézetek** (tehát nem a gyártók (!)) készítettek egyáltalán nem azt támasztják alá, hogy a készülékek jellemzően 2-3 év alatt tönkremennek, ahogy azt a városi legendák állítják.

Nézzük meg a továbbiakban, hogy melyek azok a tényezők, melyek leginkább szerepet játszanak a cserékben.

3. A cserék okai

Az Öko-Institute-tanulmány [2] kiemeli, hogy a **technikai hibákra** visszavezethető cserék száma jelentősen nőtt: 3,5%-ról 8,3%-ra. Ugyanakkor azt is bemutatja, hogy a **technikai innováció** miként hat a cserékre: nemcsak a szórakoztatóelektronikai termékeknél, hanem még egy mosógépnél és hűtőnél is **a cserék harmada** erre az okra vezethető vissza. Ezekben az esetekben a készülék abban az esetben is cserére kerül, ha tulajdonképpen semmi baja, nincs meghibásodása. A tévék esetében ez az arány még magasabb: 2012-ben a német háztartásokban levő síkképernyős tévék **több mint 60%-a** lecserélésre került, mert a háztartások igényt tartottak az újabb technológiára.

Fentiekből láthatjuk, hogy a cserék – a gyors innovációnak köszönhetően – egyre nagyobb arányban a vásárlók igényei alapján, és nem feltétlenül a készülékek meghibásodása miatt történnek.

De még a **meghibásodások** esetén is óvatosan fogalmaznák: egyrészt különbséget tennék a készülék technikai jellemzőire visszavezethető hibára, és arra a hibára, amely a fogyasztói nem megfelelő használatra, a karbantartás elmaradására vezethető vissza. Ez utóbbi esetben ugyanis a hiba nagy valószínűséggel nem (de biztosan csak később) következett volna be, ha a készüléket a használati útmutató szerint használják és karbantartják, ezért a hibáért tehát a gyártó értelemszerűen nem tehető felelőssé.

Ezt támasztja alá a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény által bevezetett szabály [8] is: ha a szavatossági időn, azaz egy (fogyasztói szerződés esetén két) éven belül hibás teljesítésre hivatkozunk, és kiderül, hogy a hibában közrehatott az is, hogy elmulasztottunk eleget tenni karbantartási kötelezettségünknek, akkor a karbantartási feladatok el nem végzéséből eredő hibák költségeit mi magunk vagyunk kénytelenek viselni a szavatossági időn belül is.

Ami egyébként **a meghibásodások idejét** illeti, Európai Bizottság 2016. során végzett reprezentatív felmérése [9] szerint az európai fogyasztók 34-43%-a szerint a 2 év megfelelő kötelező jótállási idő a háztartási gépekre. A felmérés azt is jelzi, hogy a hibák az esetek 96%-ában az első két éven belül jelentkeznek (45%-ban pedig az első hónap során). A 2 évnél hosszabb kötelező jótállási időt biztosító néhány tagállamban a felmérés szerint csak 2-7% között jeleznek hibát a fogyasztók a 2. év után.

4. A gyártói motiváció és a fogyasztói igények kapcsolata

Ha egy kicsit a fogyasztói igények oldaláról szeretnénk elemezni a helyzetet, a kérdés adja magát: **egyáltalán meddig szeretnénk használni egy készüléket?** Erre nyilván a válasz az – ha őszinték vagyunk –, hogy attól függ, hogy milyen készülékről van szó. Mert amíg egy mosógéptől, hűtőtől elvárjuk, hogy 6-8-10-15 (?) évig működjön, addig ez nem mondható el például egy mobiltelefonról vagy egy laptopról. Ki látott már 10 éves mobillal a kezében bárkit is? Érdekes módon ilyenkor az sem számít, hogy egy-egy mobiltelefon nem ritkán akár kétszeresébe is kerülhet, mint egy mosógép. Érzelmileg azonban nyilván másként viszonyulunk egy napi több órát a kezünkben tartott tárgyhoz, mint egy olyan, pusztán „használati eszközhöz”, mint a mosógép.

A kérdést úgy is feltehetnénk, hogy ha a szívünkhöz vagy lelkünkhöz közel álló készülékről van szó, akkor a környezetvédelmi szempontok kevésbé fontosak? Hisz nem baj, ha még működik, de már rég megjelent a trendi új modell, és mi feltétlenül szeretnénk az újat birtokolni. Szuper hír, ha egy telefontársaság ezt már a két éves hűségidő letelte előtt biztosítja számunkra, így még azt a két kötelező évet sem kell kivárnunk, ugye?

Bezzeg, ha a mosógéphez 6-8 éves korában szerelőt kell hívni! Akkor azonnal mi leszünk a leglelkesebb környezetvédők, a gyártó pedig a gonosz ellenség, aki előre megfontoltan beépítette a hibát a mosógépünkbe, nem gondolva sem a környezetre, sem ránk, szegény fogyasztókra. „Ahogy ez ma már köztudott!”

Egy ismerősöm azzal indokolta a mobil-mosógép hozzáállás harcát, hogy a mobiltelefonok esetén sokkal gyorsabb az innováció, sokkal több fejlesztés érhető el, mint a mosógépeknél, és ez hozza jelentősen előbbre a csereigényeket. Úgy gondolom, ebben is van ráció. **Egy-egy nagyobb technológiai váltás** – és tipikusan ilyen volt például az okos telefonok megjelenése –, sokkal inkább **felgyorsítja a cseréket**, melyek később, amikor már csak „apróbb” fejlesztésekkel rukkolnak elő a gyártók, lelassulnak, kevesebb embert motiválnak. Vajon ez az elmélet mennyire lesz igaz az okos háztartási gépekre? Vajon, ha a mosógép már meg is szárítja a ruhákat, majd szétválogatja és típusonként összehajtogatva a megfelelő polcra helyezi őket (ó, ez nem álom, a prototípus már kész, és 2016-ban bemutatásra került a berlini IFA kiállításon), ez mekkora motiváló erő lesz a gyorsabb cserére? Vagy a kommunikáló hűtő is lesz-e akkora „siker”, hogy ugyanolyan gyorsan átalakul majd a háztartások

készülékszerkezete, mint ahogy az infokommunikációs és a szórakoztató elektronika átalakult? Nos, erre majd az idő adja meg a választ.

Vajon mi alapján tervezik a gyártók a készülékeket? Ha a gyártókat kérdezzük, akkor a válasz az, hogy a fogyasztói igényeket próbálják kiszolgálni. Miért gyártsanak kizárólag 20 évig tartó mosógépet, hűtőt, ha jellemzően csak 6-8-10 évig használják majd őket a háztartások? Egyszerűen nem éri meg. Ráadásul sokszor nem is erre van igény. Egy 6-8 évre szóló készüléket sokkal olcsóbban lehet előállítani és eladni, mint egy 20 évig tartót. Persze **a piacon van ilyen is, olyan is: az olcsóbb géptől a luxus kategóriáig minden megtalálható.** Mégis sokkal nagyobb számban fognak az olcsóbb gépek. Azok a gépek, melyek az ún. high-end készülékek közé tartoznak (tartósabbak, de persze drágábbak is), sokkal kisebb számban keresettek, mint az olcsó gépek. A fentebb említett francia GIFAM-tanulmány [5] is kiemeli, hogy a high-end készülékeket mindössze a lakosság 3%-a választja.

A legjobb persze az lenne, ha „egy tank tartósságával, Trabant árban lehetne Ferrarit kapni” (ahogy egy kollégám szokta jellemezni a fogyasztói háztartásigép-igényeket), de a piaci, gazdasági viszonyok ezt ma nyilvánvalóan nem teszik lehetővé számunkra, így ez irreális fogyasztói elvárás.

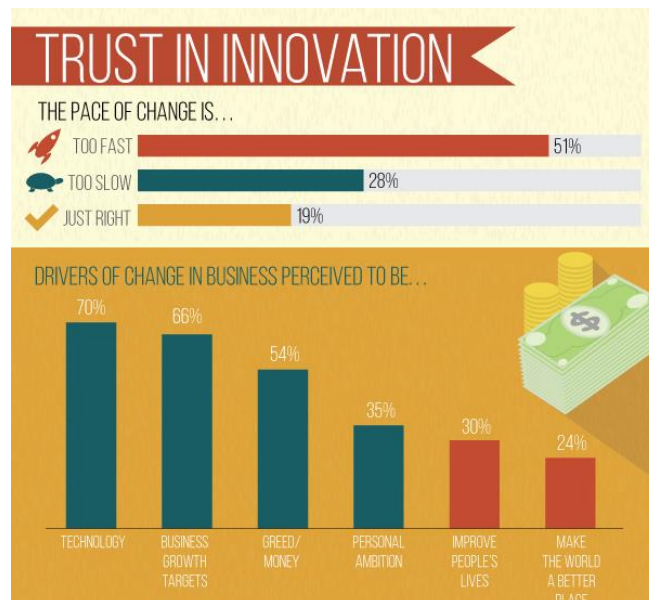
Amit még tehetünk, az az, hogy a gyártókat „hibáztatjuk” a gyors innovációért, és a széles piaci kínálatért: hiszen nem csábulnánk el, ha nem lenne adott esetben egy év után elérhető egy jobb mobiltelefon, okos óra. Ez kétségtelenül igaz. Egy ismerősöm kérdezte tőlem nemrégiben, hogy nekem milyen mobiltelefon-igényeim lesznek 5 év múlva. Nyilván nem tudtam a kérdésre válaszolni. De az biztos, hogy 5 év múlva majd el kell döntenem, hogy vágyom-e, szükségem lesz-e azokra a megoldásokra, azokra a kutyukra, kiegészítőkre, amelyeket az adott időpontban a gyártók kínálnak.

A fogyasztói társadalom teremtői című három részes dokumentumfilm számos olyan marketing megoldást mutat be, amellyel a gyártók (és nem csak az elektronikai készülékek gyártói, hanem autógyártók, játékgyártók, a filmipar, gyógyszergyártók stb.) utat találnak a fogyasztók lelkéhez. Ki gondolná ma például, hogy a jelenlegi Pókember-, Barbie- vagy Mignon-őrületet a Csillagok háborújának köszönhetjük? Vagy, hogy a gyerekek milyen iszonyatosan erős meghatározói a fogyasztói társadalomnak, és ezáltal célszemélyei a fogyasztói marketingnek? Hogy ma még egy autót is úgy tudnak leghatékonyabban reklámozni, ha a gyerekek igényeit mérik fel a gyártók? S lám, valóban azonnal megnő az eladása egy egyébként kevésbé népszerű

modellnek is, ha a gyerekműsor-időben reklámozzák, hogy ebben a modellben az első ülés hátuljába épített dvd-lejátszó van, és a hosszú utazásokon lehet mesefilmet nézni.

Egyértelmű, hogy a gyártóknak meghatározó szerepük van. Hiszen ők is a fogyasztói társadalom részei, szereplői. Tíz évvel ezelőtt talán Önöknek sem jutott volna eszükbe – ahogy nekem sem – vágni egy okosórára vagy egy lépésszámláló-alvásfigyelő karkötőre, hiszen nem voltak ilyen termékek. De ha visszanézek akár csak húsz évvel korábbra, akkor azt látom, hogy a mobiltelefon szinte ugyanilyen luxus volt. Meg voltunk rökönyödve, ha valaki mobilozott a buszon, nem? Volt otthon telefon, volt az utcán mindenhol... (Sőt, már telefonkártyás is! Az ám! Minek ide a mobiltelefon!) Szükségünk volt-e a mobiltelefonra? Ma már egyértelmű, hogy azt mondjuk, hogy igen. És ma már nem is számít luxusnak. A KSH adatai szerint a mobiltelefon előfizetések száma 2014. óta minden negyedévben meghaladja a 11,6 milliót [10]! Lehet, hogy 10-15 év múlva teljesen természetes lesz, hogy mindenkinek lépésszámláló karkötő van a kezén, és tényleg sokkal jobban fogunk aludni, ha a karkötő és a hozzá tartozó app segítségével figyeljük az alvási szokásainkat?

Ha megnézzük az Edelman-féle Trust Barométert [11], az innovációról az alábbiakat tudhatjuk meg: ma az emberek 51%-a úgy véli, hogy az innováció túl gyors. Ezzel szemben 28%-uk szerint túl lassú, míg 19% véli úgy, hogy épp megfelelő sebességű. Az is érdekes, hogy mit gondolnak arról, hogy mi is motiválja ma az innovációt:



1. kép: Edelman: Trust Barometer [11]

Láthatjuk a fenti 1. képen, hogy az első helyen áll a technológia, majd ezt követi az üzleti növekedés, a pénz (mohóság), az egyéni ambíció, mint motiváció. Az okok között a sor végén

szerepel jelenleg az emberek életminőségének javítása, valamint a világ jobbá tétele. Minden persze szerintünk, fogyasztók szerint.

Nézzünk meg egy újabb „bezzeg” megállapítást, amelyet gyakran hallani manapság, ti. hogy „bezzeg a régi gépek, sokkal jobbak voltak”.

Az alábbi táblázat a KSH adatait tartalmazza:

1. táblázat: a KSH fogyasztás-cikk-adatai [12]

	1989	2009
Átlagkereset (Ft)	10 571	199 775
Mosógép-ellátottság (%)	44 (1993-ban)	83 (2008-ban)
Mosógép-átlagár (Ft)	19 550	75 160
Tartós fogyasztási cikkek árindex-növekedése	3,9 % növekedés (a fogyasztói árindex-növekedés 14% volt)	

Láthatjuk, hogy míg 1989-ben egy mosógép átlagára kb. az átlagkereset kétszerese volt, addig 2009-ben már az átlagkereset 38%-áért lehetett egy mosógéphez hozzájutni. Ahogy említettem, ma is lehet az átlagkereset kétszereséért mosógépet venni, de – nyilván a magas ár miatt – kevesen választják ezt a megoldást. Tehát **valójában nem is igaz, hogy a gépek rosszabbak lettek, pusztán a nagyobb kínálat lehetővé tette, hogy olcsóbb készülékekkel is megjelenjenek a gyártók a piacon, ami jelentősen hozzájárult az ellátottság növekedéséhez**: például míg 1989-ben a háztartások 44%-ában, 2009-ben már 83%-ában volt megtalálható a mosógép addig, 2017-ben már a háztartások 97%-a rendelkezik mosógéppel [13].

Az eddigiekben főleg általános trendeket igyekeztem bemutatni. Ezekből láhattuk, hogy

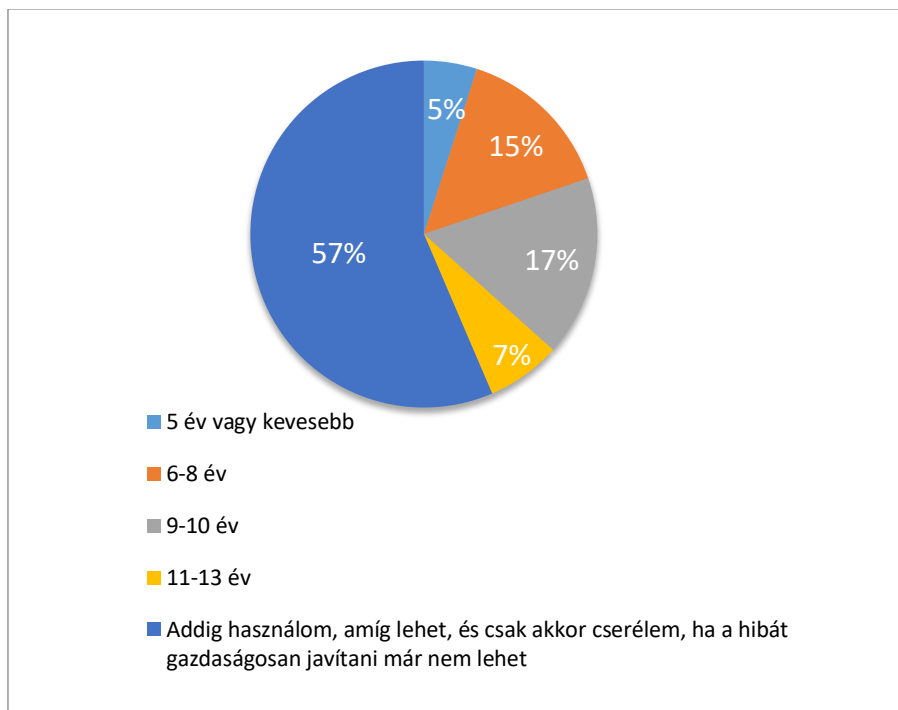
- i. a készülékek átlagos használati ideje jellemzően magas, itthon kiemelkedően (még annak ellenére is, hogy mostanság sokkal többet használjuk a gépeket, mint 20-30 évvel ezelőtt);

- ii. a piaci kínálat szélesedett az elmúlt évtizedekben (a készülékek átlagára jelentősen csökkent, a háztartások ellátottsága ezzel párhuzamosan növekedett),
- iii. a technológiai hibákra visszavezethető cserék mellett egyre jelentősebb hányadot képviselnek a fogyasztói igényekből fakadó döntések és cserék,
- iv. ezt egy-egy nagyobb technológiai váltás jellemzően gyorsítja.

Nézzük meg most egy kicsit közelebbről, konkrétan hogyan is döntenek a hazai háztartások!

5. A hazai háztartások döntései

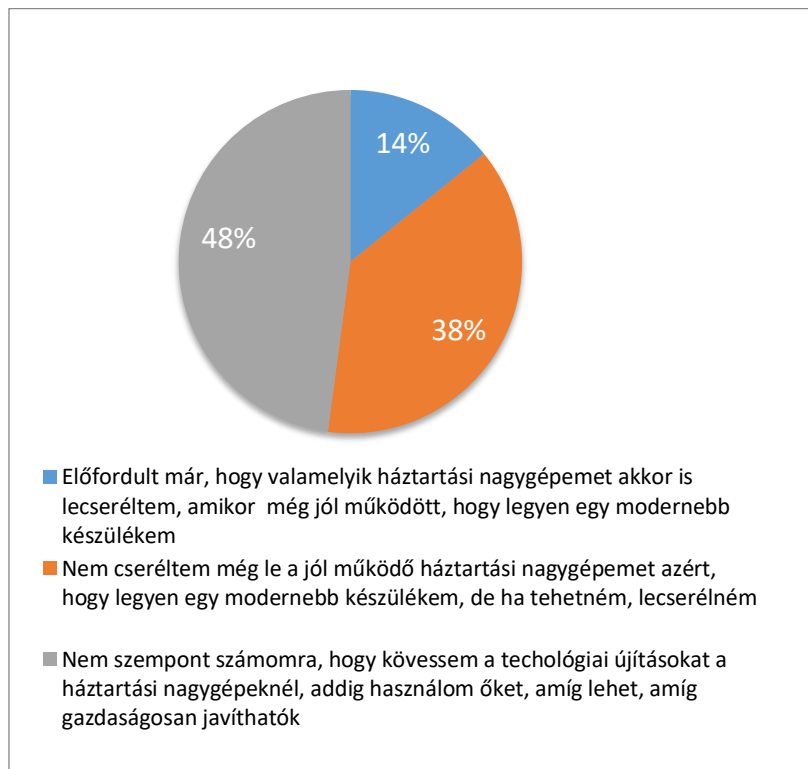
Az előző fejezetben feltettem a kérdést, vajon meddig szeretnék használni a gépeinket? Nézzük most meg, hogy 2017-ben erre a kérdésre milyen válaszokat adtak a hazai háztartások!



1. ábra: Mikor cseréli/cserélné le még jól működő háztartási nagygépet? [13]

Egyértelmű, hogy a hazai háztartások egy jelentős része, több mint fele, addig tervezi használni a háztartási nagygépet, amíg lehet.

A 2. ábrán azt láthatjuk, hogy a technológiai újítások miként hatnak a cserékre:

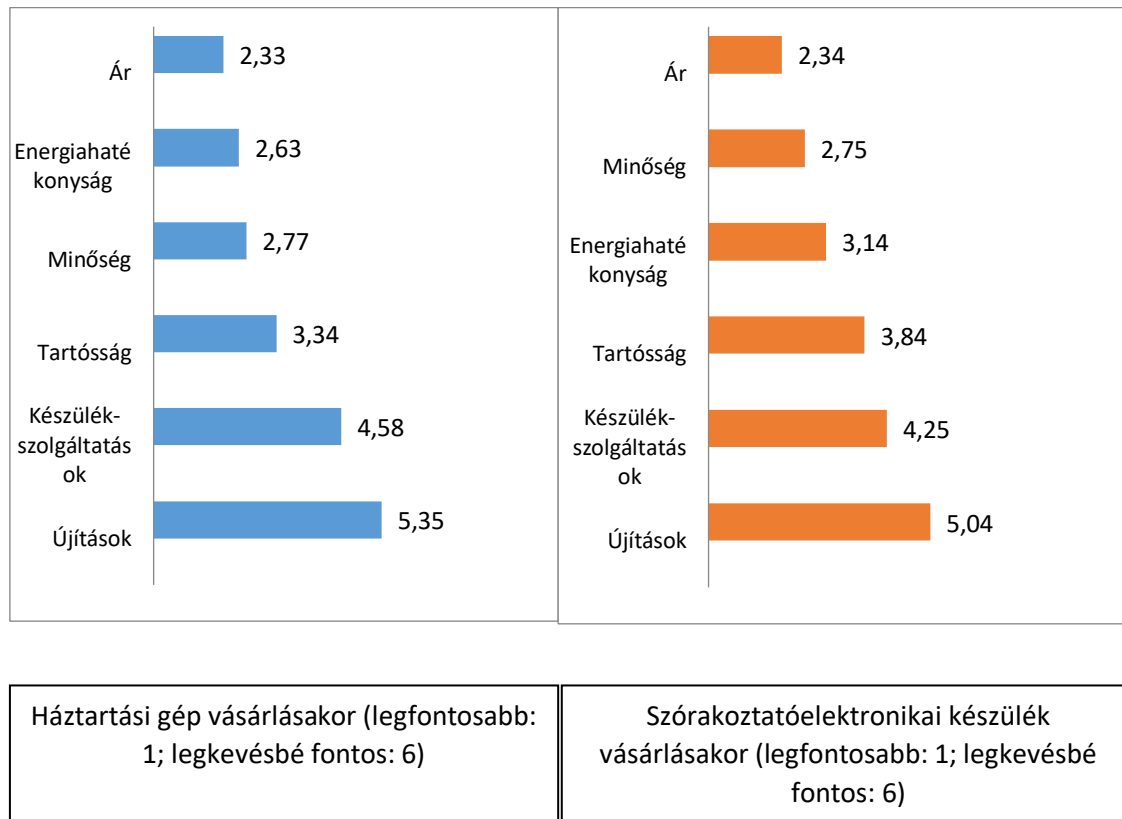


2. ábra: A technológiai újítások hatása a háztartásig nagygépek cseréjére [13]

Ez az ábra egy nagyon fontos információt tartalmaz: **a hazai háztartások 52%-a lecseréli (14%) vagy ha tudná, lecserélné (38%) még jól működő készülékét egy modernebb, technikailag jobb készülékre.** Még akkor is, ha a készülék még működik, semmilyen meghibásodása nincsen.

A következő fontos kérdés, hogy vajon milyen szempontok szerint választjuk ki berendezéseinket.

A CECED Magyarország – GFK Hungária korábbi felmérése szerint egyértelműen az ár a legfontosabb tényező. Ezt igazolja a következő, 3. ábra:



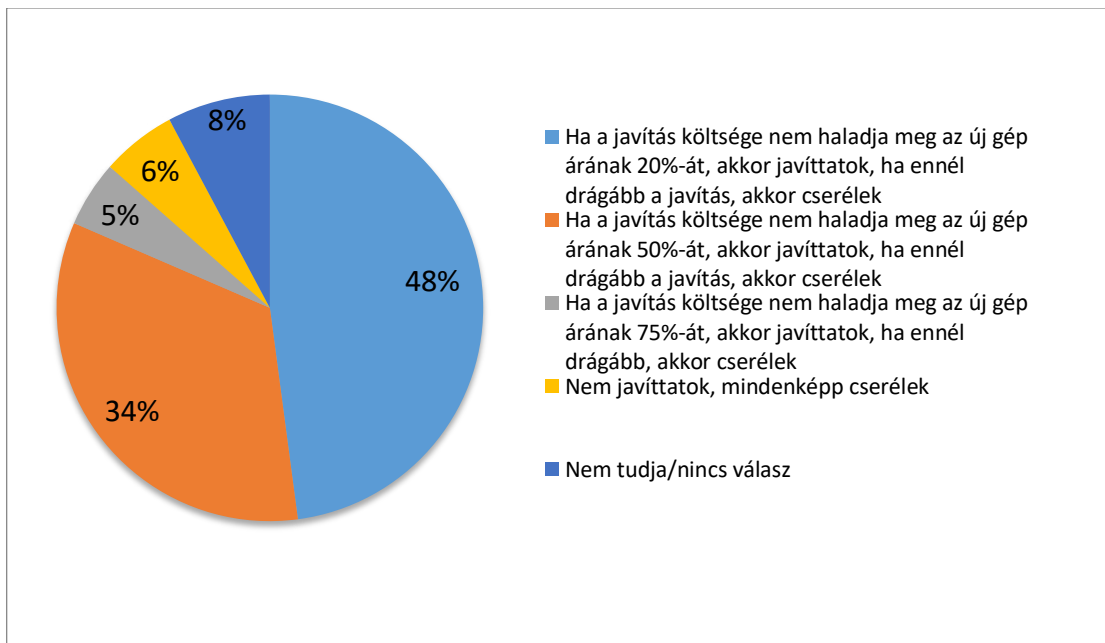
3. ábra: Vásárlási szempontok [14]

Láthatjuk, hogy a **tartósság**, mint szempont jócskán az ár után kullog, és csak a „mezőny” második felében szerepel a vásárlási motivációk sorában. Ahogy a Wikipédiából idéztünk: „nem a legjobb, de legalább olcsó” [1]. Az ár bizony sokszor felülírja a tartósság iránti vágyunkat...

Mindezekből képet és igazolást kaphatunk arról, hogy a meghibásodások mellett **a készülékcsere során a fogyasztói döntéseknek, a fogyasztói igényeknek is egyre nagyobb szerepük lesz.**

Azt azonban elmondhatjuk, hogy hazánkban a kiemelkedően hosszú készülékhasználat azért jelzi, hogy ezen a téren (ti. a fogyasztói preferenciák motiválta csere terén) még jócskán „le vagyunk maradva” Nyugat-Európához képest.

Ezt támasztja alá az alábbi, 4. ábra is:



4. ábra: Mit tesz Ön, ha elromlik a háztartási nagygépe? [13]

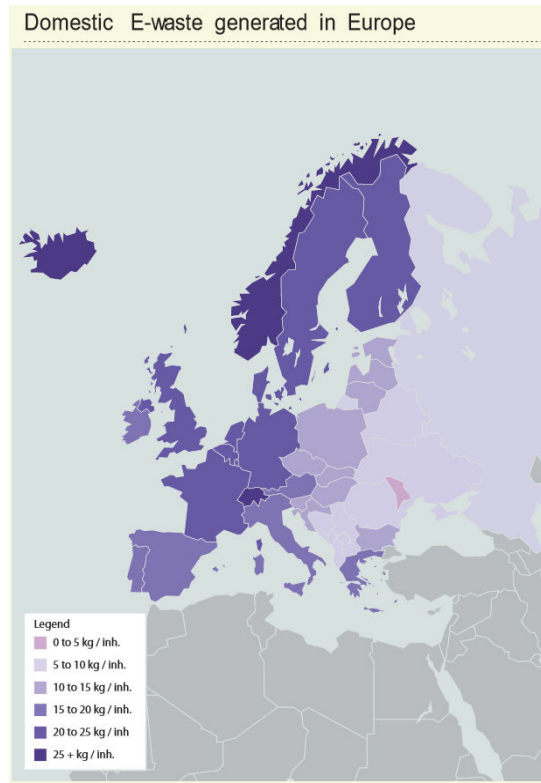
A háztartások 82%-a – ahogy az a grafikonon is látható – inkább javíttat, ha a javítás költsége nem haladja meg az új készülék árának 50%-át. Fontos eredmény az is, hogy mindössze a háztartások 6%-a cseréli le háztartási nagygépet meghibásodás esetén automatikusan, anélkül, hogy megpróbálná megjavíttatni. Meg kell azonban jegyezni, hogy ez utóbbi arány növekedett, mert 2015-ben a háztartásoknak még csak a 2%-a nyilatkozott így.

Összességében tehát elmondhatjuk, hogy **Magyarországon a javítás-javíttatás még mindig kiemelt jelentőségű megoldás a cserékkel szemben.**

Álljon itt még egy fontos észrevétel: álláspontom szerint nemcsak az a tény szól a mellett, hogy készülékeink jellemzően tartósabbak, mint azt sokan hiszik, hogy hazánkban jellemzően jóval 10 év fölött használják a gépeket a háztartások, hanem a Nyugat-Európában oly elterjedt, de hazánkban nem igazán jellemző **újrahasználati központok, az ún. reuse-centerek léte** is azt bizonyítja ezt. Ezt a témát részletesen a „Hulladék-e az e-hulladék?” (2017) című szakdolgozatomban [15] dolgoztam fel, és arra jutottam, hogy ha a reuse-centerekben relatíve kis munkával (tisztítással, karbantartással, kisebb, gazdaságosan végezhető javítási munkálatokkal) újra használhatóvá lehet tenni a korábban 4-8 évig használt termékeket, ahogy ezt jellemzően Nyugat-Európa számos országában teszik, akkor azokat akár az első használók is továbbhasználhatták volna. Az, hogy megváltak tőlük, nem a készülékek rossz minősége („nem tartóssága”) miatt történt, hanem egyéb okokra visszavezethető fogyasztói döntések eredménye. Ahogy a fenti 2. ábrán is láthattuk: **a hazai háztartások 52%-a lecseréli (14%) vagy ha**

tudná, lecserélné (38%) még jól működő készülékét egy modernebb, technikailag jobb készülékre.

Az, hogy hazánkban „csak” évi 10 – 15 kg e-hulladékot termelünk fejenként, szemben pl. Németország, Franciaország, a Benelux-államok, Anglia, Svédország 20 – 25 kg-jával, vagy Svájc és Norvégia 25 kg-ot meghaladó mennyiségével (ahogy ezt az alábbi, 1. képből megtudhatjuk), talán annak „köszönhető”, hogy az 52%-ból 38% csak szeretné korábban lecserélni, de erre nincs lehetősége.



2. kép: A keletkező háztartási e-hulladékmennyiség Európában [16] (UNU-IAS, 2014)

Az UNU – IAS felmérése [16] szerint 2014-ben Európában 11,6 millió tonna háztartási elektronikai hulladék képződött. Ebből hazánkban évente 10 – 15 kg háztartási e-hulladék keletkezik lakosonként. Ennek az átlagával számolva Magyarországon tehát az évi 125.000 tonnát is eléri a keletkező háztartási e-hulladék mennyisége.

A teljes világot tekintve ez a mennyiség 2014-ben 41,8 millió tonna volt, és az UNU - IAS tanulmánya [16] szerint évente 2 millió tonnával nő ez a mennyiség. Ennek megfelelően 2017-ben nagyjából 48 millió tonna háztartási e-hulladék keletkezésére számíthatunk. Nem kétséges, hogy az elektronikai hulladék a leggyorsabban növekvő hulladékfajta...

6. Összegzés

Az eddigi elemzéseket követően most már feltehetjük a kérdést: vajon van-e, és ha igen, mekkora szerepünk van nekünk, fogyasztóknak a környezetvédelmi célok tényleges érvényesülésében?

Ahogy láthattuk, a fogyasztói igények elsősorban az árban, az olcsó elérhetőségben nyilvánulnak meg. **A gyártó pedig – a fogyasztói igényekhez alkalmazkodva – készít olcsóbb készülékeket is:** az olcsóság ára viszont sokszor a rosszabb javíthatóság, és ezáltal a kevésbé tartós mivolt. A fogyasztói igényekhez igazodó tervezés ezt eredményezi.

„A költségcsökkentés érdekében [...] általában szempont ma már, hogy a termék minél gyorsabban, egyszerűbben, és így olcsóbban összeszerelhető legyen. Ezt minél kevesebb csavarral lehet megoldani, sokkal gyakoribbak a műanyag, bepattanó fülek. Ezek viszont eltörnek, ha szétszerelik őket. Vagyis a termékek olcsók lesznek, de nem lehet őket javítani” – nyilatkozta a Budapesti Műszaki Egyetem Gép- és Terméktervezés Tanszékének vezető-helyettese, Horák Péter az Origionak [17].

A **tartósság és az elavulás** eme gyakorlati-elgondolkodtató elemzése azt bizonyítja, hogy ez egy **komplex kérdés, amit nem lehet egy szereplőt kiragadva értékelni. A fogyasztói társadalom egy nagy rendszer: teljes egészében kell vizsgálnunk. Minden szereplőt figyelembe véve, legyen az akár gyártó, kereskedő, hulladékgyűjtő vagy fogyasztó.**

Kritikánk megfogalmazása esetén tisztán kell látnunk a hibák mellett az előnyöket is, valamint a rendszer egészében tett változások várható hatásait is.

Ha például fontosnak tartjuk, hogy a készülékek jobb minőségűek (könnyebben javíthatók, tartósabbak) legyenek, akkor látnunk kell, hogy ez a jelenleg kapható olcsóbb készülékek piacról való részleges vagy teljes eltűnését eredményezheti. Ezáltal sok háztartás számára (még) nehezebben elérhetőek lesznek a készülékek, kevesebb vásárlás várható, ami pedig a gyártói-kereskedői oldalon a munkaerő-igény csökkenésének kockázatát hordozza magában, az állami bevételek oldalán az adóbevételek csökkenéséhez vezethet.

Tehát valójában, ha egy picit visszatérünk a korábbiakban bemutatott Edelman-féle Trust Barométerhez [11], mely az innováció fogyasztói értékelését vizsgálta, akár arra a következtetésre is juthatunk, hogy az innovációval, a termékfejlesztésekkel és az új termékek eladásával tudja az iparág azt a munkaerőt eltartani, amelyet jelenleg eltart. Ennek a munkaerőnek ezáltal biztosítja a megélhetését és a társadalmi jólétét. Ha így nézzük, akkor akár az a motivációs sorrend vége felé található „társadalmi jólét biztosítása” is előbbre kerülhet...

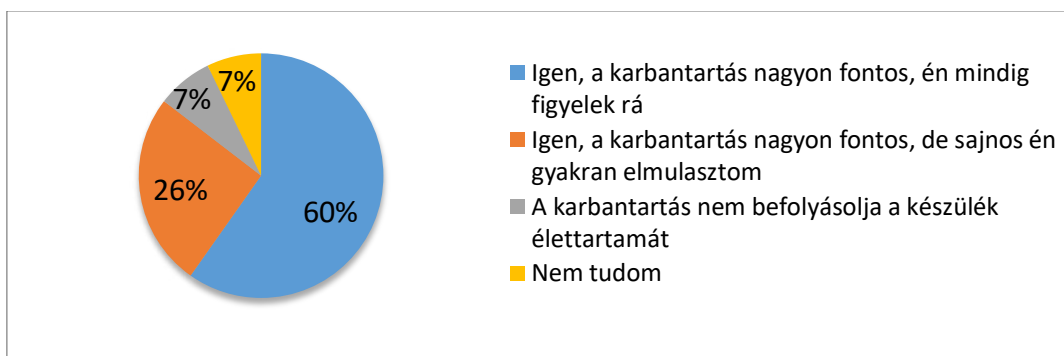
Szóval, a helyzet nem egyszerű, és ha tetszik, **minden nézőpont kérdése.** Lehet érveket felhozni a gyártók ellen, és a gyártók mellett is. De ha hosszú távú megoldást szeretnénk találni a fogyasztói társadalom negatív hatásaira, akkor nem jó irány az, ha egy-egy ilyen negatív

hatásért kizárólag egy szereplőt teszünk felelőssé. Én azt gondolom, hogy a legfontosabb, hogy komplexen lássuk át a kérdést, és minden szereplő vállaljon felelősséget a saját feladataért.

Jómagam, mindamellett, hogy a CECED Magyarország cégvezetője vagyok, ugyanolyan fogyasztó is vagyok, mint Önök. Nekem is meg kell hoznom ugyanazokat a döntéseket: javíttassak-e vagy cseréljek, ha megjelenik egy új technológia, mennyire engedjek szabad utat a vágyaimnak (elárulom, hogy nincs okos órám, sem okos karkötőm, bár egy évvel ezelőtt, amikor újra elkezdtem bringázni, majdnem elcsábultam... de végül úgy éreztem, nincs rájuk **szükségem**). Fontos számomra a **tartósság** és a **jó minőség**. Ha vásárolnom kell, hajlandó vagyok egy kicsit többet kiadni azért, hogy a készüléket hosszú távon tudjam használni. Ha csalódást okoz, nem fogom legközelebb ugyanazt a márkát választani (már csak ezért sem hiszem például, hogy a gyártók szándékosan úgy terveznék a gépeket, hogy azok csak 2-3 évig tartsanak, hiszen valószínűleg ezzel mindenki így van... nem igazán jó reklám tehát a rövid élettartam, főleg, ha egy drágább, tartósnak vélt gépről van szó).

Amire még figyelek, az a **karbantartás és a használati útmutató** tanácsai. Mert biztos vagyok benne, hogy nekem nagy szerepem van abban, hogy a gépem meddig fog működni. Ha vigyázok rá, rendszeresen karbantartom és követem a használati útmutató tanácsait, akkor ezzel megteszem mindazt, amit én, fogyasztóként meg tudok tenni. S ha én magam mindent megtettem, amit meg tudok tenni, akkor tiszta lelkiismerettel és határozottan várhatom ezt el a fogyasztói társadalom más szereplőitől is. Akár a gyártóktól is...

Az alábbi, 5. ábra azt mutatja, hogyan vélekednek a hazai háztartások a karbantartás fontosságáról:



5. ábra: Ön szerint fontos-e a készülék karbantartása? [13]

6.

7. A gyártók szerepe

Nos, igen, mi lesz a gyártókkal? Igazuk van, azért róluk se feledkezzünk meg! Ők mit tesznek majd a jövőben? Erre a választ, az irányt a **körforgásos gazdaság** adja. A körforgásos gazdaság keretében a gyártókra komoly feladat hárul majd, melyről az ún. **ecodesing-szabályok** gondoskodnak: a tartósság és a könnyebb javíthatóság, valamint a hulladékká válás esetén a könnyebb szétszerelhetőség és feldolgozhatóság a jövőben kiemelt gyártási és tervezési követelmény lesz.

Jelenleg a jogszabályok felülvizsgálata zajlik, az Európai Unió jogalkotó szervei célkitűzéseket fogalmaznak meg. Ennek keretében kerül majd sor az egyes termékszabályozások módosítására a közeljövőben. Lesz bőven tehát mit számon kérni a gyártókon. De ne feledjük: hiába a szigorú gyártási-tervezési szabályok, gyártói kötelezettségek, ha mi magunk, fogyasztók nem vagyunk tudatos fogyasztók! Igazán hatékonyak csak együtt lehetünk! Tegyük meg tehát mi magunk is azt, ami a mi feladatunk, amit mi magunk meg tudunk tenni! Én így gondolom... Ön is velem tart?

A szerző jogász-közgazdász, alkalmazott környezetkutató

Irodalomjegyzék

[1] Wikipédia, Tervezett elavulás címszó

[2] Öko-Institute: Obsolescence – Causes, effects, strategies (2016)
(http://www.oeko.de/fileadmin/magazin/2016/02/ecoatwork_02_2016_en.pdf)
<http://www.oeko.de/en/e-paper/obsolescence-causes-effects-strategies/>)

[3] A CO₂-tanulmányok elérhetők a www.cecedhu.hu oldalon a Szakmai területek/Energiahatékonyság/CO₂-tanulmányok menüpont alatt.

[4] Forrás: NFM, NFSI

[5] Durabilité des appareils de GEM Les consommateurs ont la parole. Etudes réalisées en septembre 2010 et février 2011. - GIFAM

[6] Eco-Systèmes: <https://www.eco-systemes.fr/en/all-about-eco-systemes>; DEFRA: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs>

[7] WRAP: *The benefit of reuse, case study, Electrical items* (Project code: SAP134, Research date: 2010-2011, publication: November, 2011) (2017. szeptember 17-én elérhető itt: http://www.wrap.org.uk/sites/files/wrap/Electricals%20reuse_final.pdf)

[8] A 2013. évi V. törvény 6:166. § (2) bekezdése szerint: „Ha a dolog meghibásodásában a jogosultat terhelő karbantartási kötelezettség elmulasztása is közrehatott, a szavatossági kötelezettség teljesítésével felmerült költségeket közrehatása arányában a jogosult köteles viselni, ha a dolog karbantartására vonatkozó ismeretekkel rendelkezett, vagy ha a kötelezett e tekintetben tájékoztatási kötelezettségének eleget tett.”

[9] Non paper on data relevant for the coherence between contract rules for goods purchased face-to-face and those proposed for distance selling (Ref. Ares(2016)4158608 - 05/08/2016); 2.4.1 – 2.4.2 pont

[10] KSH: http://www.ksh.hu/apps/shop.kereses?p_lang=HU&p_session_id=670190655217674&p_szo=mobiltelefon (2017. szeptember 17-én elérhető)

[11] <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2015-edelman-trust-barometer/trust-and-innovation-edelman-trust-barometer/> (2017. szeptember 17-én elérhető)

[12] Magyarország 1989 – 2009, A változások tükrében
http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo/mo1989_2009.pdf (2017. szeptember 17-én elérhető)

[13] CECED Magyarország – GFK Hungária, 2017

[14] CECED Magyarország – GFK Hungária, 2015

[15] Mészáros Fanni: Hulladék-e az e-hulladék? – SZTE TTIK szakdolgozat, 2017 (elérhető a www.cecedhu.hu weboldalon a Szakmai területek/Körforgásos gazdaság/Újrahasználat menüpont alatt)

[16] Baldé, C.P., Wang, F., Kuehr, R., Huisman, J. (2015): *The global e-waste monitor - 2014*, United Nations University, IAS – SCYCLE, Bonn, Germany (2017. szeptember 17-én elérhető itt: <https://i.unu.edu/media/unu.edu/news/52624/UNU-1stGlobal-E-Waste-Monitor-2014-small.pdf>)

[17] <http://www.origo.hu/itthon/20121117-miert-megy-tonkre-minden-olyan-gyorsan-vane-tervezett-elavulas.html> (2017. szeptember 17-én elérhető)