

*Joó Imre PhD-hallgató,  
Debreceni Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar  
Polgári Jogi Tanszék*

*Strihó Krisztina gyakornok,  
Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar  
Polgári Jogi és Polgári Eljárásjogi Tanszék*

## **Fogyasztóvédelem és elektronikus kereskedelem az AB gyakorlatának tükrében**

A globalizációs folyamat hatása átszövi életünk, társadalmi- és gazdasági viszonyaink szinte minden szegmensét. A robbanásszerű technikai fejlődés következtében, a különböző elektronikus kommunikációs eszközök megjelenésével, dinamikus korszerűsítésével a digitális környezet megjelenik az élet minden területén. „A Nemzeti Hírközlési és Informatikai Tanács állásfoglalása is hangsúlyozza, hogy a gazdasági és a társadalmi átalakulás előfeltétele az információtechnológiai forradalom, ugyanakkor az információs folyamatok mellett a társadalom valamennyi alegységére kiterjesztően tartja értelmezhetőnek az információs társadalom fogalmát<sup>1</sup>, mivel e jelenség áthatja életünk valamennyi jogviszonyát, tranzakcióját”.<sup>2</sup> A jogalkotó számára is kihívás az elektronikus úton létesített kontraktusokra irányadó normatív háttér megalkotása. Megfelelő garanciális rendelkezéseket, intézményeket kell beiktatni a szerződő felek - a fogyasztó és a szolgáltató - jogi védelemének biztosítása érdekében. Emellett a technológia- és médiasemlegesség követelménye értelmében olyan jogszabályok elfogadására van szükség, amelyek különböző jogtechnikai megoldások érvényesítésével biztosítják, hogy gyakori módosítás nélkül is kiterjedjen a norma hatálya az újabb és újabb digitális eszközökkel létesített jogügyletekre.<sup>3</sup> „Az információs technika viharos üteme ellentétes a jog stabilitásra törekvő természetével. [...] Ugyanakkor a jogi

<sup>1</sup> A Nemzeti Hírközlési és Informatikai Tanács álláspontja az „információs társadalom” értelmezéséről 2006. Információs társadalom. 2006/3., 7-9.

<sup>2</sup> Strihó Krisztina: Elektronikus kereskedelem kontra fogyasztóvédelem, In: Szolgáltatások világa c. konferenciakötet, szerk.: Hetesi Erzsébet-Majó Zoltán-Lukovics Miklós, JATEPress, Szeged, 2009., 127-141.

<sup>3</sup> Strihó Krisztina: Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, In: Jogtudományi Közlöny, 2011/1. szám 28.

megoldások általában nem lehetnek ellentétesek az innovációs törekvésekkel, nem gátolhatják a technika fejlődését.”<sup>4</sup>

A tanulmányban ismertetjük az információs társadalom, ezen belül a távollévők között kötött szerződések egyik speciális megjelenési formájával, az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással kapcsolatos jogi problémákat, joghézagokat és az ebből eredő gyakorlati visszasságokat, különös tekintettel az on-line ügyletekkel összefüggő fogyasztóvédelmi aspektusokra. Ez utóbbi kérdéskör alkotmányossági kereteinek meghatározásán túl azon többlet jogintézmények, rendelkezések kerülnek bemutatásra alapvetően polgári jogi megközelítésben, amelyeket a jogalkotó a jogviszony tekintetében laikusnak minősülő fogyasztó hátrányos helyzetének kompenzálása érdekében vezetett be.

## 1. Állami szerepvállalás a fogyasztóvédelem területén

A Magyar Köztársaság elismeri és támogatja a vállalkozás jogát és a gazdasági verseny szabadságát [Alk. 9. § (2) bek.]. A verseny szabadsága lehetővé teszi, hogy a fogyasztók diverzifikált piacon magas volumenű kínálat mellett hozzák meg döntéseiket; a fogyasztás mértéke pedig meghatározza a kínált áruk előállításának és a szolgáltatások nyújtásának fajlagos költségeit. A tökéletes piac elméleti modelljében az árak teljesen összehangolják a fogyasztók és a vállalkozások döntéseit.

A valóságban azonban a tökéletes piac elméleti modellje sohasem érvényesülhet a piacon ható negatív externáliák miatt. A **fogyasztóvédelem** éppen emiatt jelenleg **kiemelt stratégia az Európai Unió teljes belső piacán**, így bár hangsúlya folyamatosan változó, mégis szükségszerűen az kell legyen hazánkban is. Több jelentős cél is megfogalmazódott az elmúlt évtizedben, amelyek a fogyasztóvédelem valamennyi aspektusát érintik, így a fogyasztók tájékoztatását, oktatását és a hatékony igényérvényesítés megfelelő támogatását érintően egyaránt. *A fogyasztók tájékoztatásának és oktatásának alapvető célja a tudatos fogyasztói attitűd kialakítása, amelyet elérve a magabiztos fogyasztó önálló, megalapozott döntésre képes.* Ennek érdekében szükséges, hogy a fogyasztó megfelelő tájékoztatásban részesüljön, valódi választási lehetősége legyen, és ügyleti döntései szabadságának gyakorlásához megfelelő jogokkal rendelkezzen. Ennek biztosítására *ugyancsak átfogó célja a fogyasztóvédelemnek, hogy a fogyasztó megalapozottságának növelését támogassa, ami többek között az árak összehasonlíthatóságát, a választás szabadságát, a választékot, az*

---

<sup>4</sup> Sárközy Tamás: A jog problémái az információs társadalom kialakulásával kapcsolatban. In: Információs társadalom és jogrendszer, szerk.: Glatz Ferenc, MTA Társadalomkutató Központ, Bp., 2002. 17.

*elérhetőséget és a termékbiztonságot jelenti.* Amennyiben pedig a tájékoztatás és oktatás már nem elégséges ahhoz, hogy a fogyasztóvédelmi szempontból releváns problémák megelőzhetőek legyenek, úgy a fogyasztóvédelem célja végső soron a fogyasztók jogi védelme olyan esetekben, amikor nem tudja megvédeni magát. Mindez pedig végső soron egy hatékonyabb fogyasztóvédelmi szabályozás által válhat elérhetővé. *A hazai fogyasztóvédelmi stratégia ez utóbbi értelemben az európai modellbe illeszkedő rendszert feltételez (megkülönböztetve az amerikai modelltől), ugyanakkor elemeiben nem különíthető el a protekcionista rendszer és a Bourgoignie-féle irányzat elméleti modelljének egyikétől sem.* Ez a látszólagos ellentmondás több okból fakadhat, így a fogyasztói attitűdök sajátosságaiból, az eddig a fogyasztóvédelem területén tapasztalt piaci és kormányzati kudarcokból és a fogyasztóvédelem állami szerepvállalásának bizonytalan pozíciójából egyaránt.

A hazai szabályozás és joggyakorlat koncepcionális alapjai sajátosságainak részletesebben áttekintése előtt érdemes kitérni a fogyasztóvédelmi szabályozás két tradicionális modelljének, az **amerikai és az európai modellnek a különbségeire** (kizárólag ez által érhetjük meg ugyanis a hazai szabályozás differenciáltságának okait és a szabályozás sajátosan jellemző karakterisztikáját)<sup>5</sup>.

Az **amerikai modell** kapcsán a részletező történeti bemutatást mellőzve annyit mindenképpen érdemes megjegyezni, hogy az amerikai fogyasztóvédelem *legjelentősebb momentuma* Kennedy elnökségének idejéhez köthető, a *fogyasztói alapjogok deklarációjához*, amely elősegítette az aktívabb kormányzati szerepvállalást és társadalmi szervezetek ellenőrző funkcióját. Az állami fogyasztóvédelem funkciójáról alkotott kép *Ronald Reagan elnökségét követően azonban neokonzervatív fordulatot vett* a jóléti állam költségvetést terhelő problémáinak felismerésével<sup>6</sup>. Mindez pedig elvezett a keynesi elmélettel történő szembeforduláshoz<sup>7</sup> és a szabad piaci verseny *ön szabályozó mechanizmusainak jelentőségébe vetett bizalom* szükségszerű ismételt megerősítéséhez. Ez pedig végső soron deregulációhoz és a szociális kiadások lefaragásához vezetett el. Ezzel a folyamattal párhuzamosan viszont felerősödött az önszerveződések jelentősége, amely a továbbiakban alapvetően meghatározta a fogyasztóvédelem amerikaiak nevezett modelljét. Az önszerveződések jelentősége ilyen értelemben a hatékony jogérvényesítés, tájékoztatás és oktatás, amely összetettebb

---

<sup>5</sup> Szikora Veronika, A fogyasztóvédelmi jog történeti kialakulása Európában, különös tekintettel a magánjog-egységesítési folyamatokra. In: Magyar fogyasztóvédelmi magánjog - európai kitekintéssel, Szikora Veronika (szerk.), Center Print Nyomda, Debrecen, 2010., 26-28.

<sup>6</sup> Közgazdaság-tudományi értelemben a fogyasztói társadalomról alkotott kép vonatkozásában pedig leginkább neoklasszikus fordulatról beszélhetünk.

<sup>7</sup> Gondoljunk jelen esetben többek között Friedrich August von Hayek és Milton Friedman közgazdaságtani elméleteire.

normarendszer és mélyebb állami beavatkozás hiányában is képes lehet a fogyasztóvédelmi funkciók hatékony megvalósítására.

Az amerikai modellel szemben a rövidebb történeti múltra visszatekintő **európai modell** alapvetően a szélesebb körű *normatív megoldásokra épül*, amelyet kiválóan tükröz a számos közösségi fogyasztóvédelmi programhoz kapcsolódó jelentős volumenű közösségi szintű jogalkotás. Ezen *szabályok alapvetően irányelvek*, tehát a tagállamok számára jelentenek implementációs kötelezettséget, így a jogharmonizáció eszközeként segítik elő a belső piacon a fogyasztók védelmét is érintő szabályanyag közelítését<sup>8</sup>. A közösségi jog összetett normarendszere a fogyasztóvédelmi közjog és magánjog szabályanyagát is több területen az Európai Unió tagállamai jogalkotásának kizárólagos jelentőségéről (még ha egyes részeit illetően a szubszidiaritás és arányosság elvei mentén joggal fel is vethetőek egyes kérdések), sokkal inkább a közösségi jogalkotás perspektívája és a teljes jogharmonizáció előtérbe helyezése figyelhető meg jelenlegi jogalkotási folyamatok tükrében.

Az európai modellbe illeszkedve a fogyasztóvédelmi jog hazai normaanyaga is rendkívül komplex. A fogyasztóvédelmi funkciókat megvalósító állami szervek feladat- és hatásköreit, eljárásait szabályozó, valamint esetenként szabálysértési vagy büntetőjogi közjogi normák mellett a szerződéses jogviszonyok rendezésére külön magánjogi szabályok vonatkoznak. Ilyen értelemben a fogyasztóvédelem területét érintően **a közjogi és magánjogi szabályok sajátos komplex rendszert alkotva egészítik ki egymást** és így válik maga a fogyasztóvédelmi jog - Eörsi Gyula más vegyes szakjogokra alkalmazott szóhasználatával élve - az alapjogágakon keresztülfekvő komplex jogterületté<sup>9</sup>.

A fogyasztóvédelmi jog tehát *nem egy önálló jogág, sokkal inkább több jogág speciális szabályainak összefoglaló megjelölése*. Ilyen értelemben pedig a keresztülfekvő jogág megjelölés alkalmazása lehet legmegfelelőbb ezen sajátos tulajdonságának megjelölésére.

Minek után áttekintettük azt, hogy milyen hatások és célok befolyásolják a fogyasztóvédelmi szabályozás területét, eljuthatunk a fogyasztóvédelem szintjét megalapozó lehetséges elméletek vizsgálatához is. Ezen elméletek közös jellemzője, hogy mind az állami szerepvállalás kérdései felől közelítik meg a szabályozás aktuális kérdéseit. *Koránt sem egyértelmű ugyanis, hogy a piaci mechanizmusok a fogyasztóvédelem területén, illetve a*

---

8 FAZEKAS Judit: Fogyasztói jogok-fogyasztóvédelem, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1995., 25-52.

9 SÁRKÖZY Tamás: Kormányzás, civil társadalom, jog, Kossuth, Budapest, 2004., 228.

*fogyasztói tudatosság és a fogyasztóvédelem általános helyzete mely irányát kívánja meg a szabályozásnak.*

A szabályozás alapvető metódusait meghaladóan két jelentős elméleti modell mentén jelölhetőek meg az állam fogyasztóvédelmi szerepvállalásának keretei - azt is mondhatnánk, elméleti szinten két szélső esetről beszélhetünk - a **protekcionista modell** és a **Bourgoignie-féle irányzat** (fogyasztói érdekek védelmének támogatása) különbségei mentén<sup>10</sup>.

Joggal felvetődő kérdés, hogy a hazai állami fogyasztóvédelmi szabályozás hazai koncepciója melyik elméleti modellhez hasonlítható jelenleg? A válasz az, hogy részben mindkettőhöz, teljes egészében pedig egyikhez sem. Leginkább ilyen értelemben az elméleti modellek közötti átmenetről beszélhetünk, amelyet igazol az alkotmánybíróság vonatkozó joggyakorlata is.

## **2. A fogyasztóvédelem „alkotmányos” keretének alapjai: a gazdasági verseny szabadsága, a vállalkozás joga és a véleménynyilvánítás szabadsága versus a gyengébb fél védelme**

Az Alkotmánybíróság joggyakorlatát áttekintve alapvetésként rögzíthetjük, hogy **a gazdasági verseny szabadsága nem alapjog**, hanem a piacgazdaság feltétele, amelynek biztosítása az Alkotmány 9. § (2) bekezdésére tekintettel az államnak is feladata. Ilyen értelemben azonban sem a piacgazdaságnak, sem gazdasági verseny szabadságának nincs külön alkotmányossági mércéje [1/2009. (I. 9.) AB határozat]. A **vállalkozás joga** pedig egyrészt az üzleti tevékenység folytatásának lehetősége, másrészt maga a **foglalkozás megválasztásához való alkotmányos alapjog egyik aspektusa**, amelynek korlátozására az Alkotmány 8. §-ának megfelelően ugyancsak van lehetőség. A vállalkozáshoz való jogot az veszélyezteteti legsúlyosabban az Alkotmánybíróság gyakorlata szerint, ha az állam a vállalkozót valamely vállalkozói tevékenység folytatásából teljesen kizárja és ezáltal a vállalkozó azt nem választhatja. (ABH 1994, 640.). A *vizsgálat* jelen esetben *első körben arra terjed ki, hogy korlátozás alá esik-e a foglalkozás szabad megválasztása vagy annak gyakorlása*. Szigorúbb alkotmányossági megítélés alá tartozik eme két esetkörben a foglalkozás szabad megválasztásának korlátozása, mint a foglalkozás szabad gyakorlásának korlátozása. Az Alkotmánybíróság az *arányossági teszt második elemét, az objektív és a szubjektív*

---

10 SZUCHY Róbert – MISKOLCZI BODNÁR Péter: A fogyasztóvédelmi jog kialakulása című előadása, Miskolci Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar (forrás: <http://www.uni-iskolc.hu/~wwwkerjo/segedanyagok.htm>, Letöltés: 2009. október 12.) és HAJNAL Zsolt: Fogyasztóvédelmi jog című előadása, Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar (forrás: [jog.unideb.hu/documents/a\\_fogyasztovedelmi\\_jog\\_alapjai\\_i\\_2010.pdf](http://jog.unideb.hu/documents/a_fogyasztovedelmi_jog_alapjai_i_2010.pdf), Letöltés: 2010. június 5.) alapján

*szempontok alkotmányossági mérlegelését a 3/2001. (I. 31.) AB határozatban foglalta össze, miként rögzítette, hogy a vállalkozás engedélyhez, illetve a konkrét tevékenység igazolványhoz kötése, amelynek megszerzéséhez vizsgát kell tenni, nem szükségtelen és úgyszintén nem aránytalan korlátozása a vállalkozás, illetve a foglalkozás szabad megválasztásának.*

Az Alkotmánybíróság az 1270/B/1997 AB határozatban rögzítette, majd az 37/2000. (X. 31.) AB határozatban megerősítette, hogy **a gazdasági reklámtevékenységre** ugyancsak **kiterjed az Alkotmány 61. § (1) bekezdésében biztosított szabad véleménynyilvánításhoz való jog** védelme. Ez logikusnak tűnő következtetés abból a szempontból, hogy az Alkotmány 61. §-a nem csupán bizonyos eszmék, tények és vélemények tekintetében biztosítja a szabad véleménynyilvánítást, hanem tág értelemben a véleménynyilvánítás lehetőségét részesíti védelemben, így beleértve tulajdonképpen a kommunikáció valamennyi formáját. [1270/B/1997. AB határozat, ABH 2000, 713, 716.; 37/2000. (X. 31.) AB határozat, ABH 2000, 293, 295.] Mindazonáltal **mégsem tekinthető korlátlan alapjognak a gazdasági verseny körében a véleménynyilvánítás szabadsága sem**. A gazdasági reklámok elsődlegesen nem az egyéni önkifejezésre, illetve a demokratikus párbeszédben való részvételre irányulnak, hanem valamely áru vagy szolgáltatás értékesítésére, így valójában nem áll közvetlen kapcsolatban a véleményszabadság eredeti alapértékeivel. Ez alapján logikusan indokolható az alacsonyabb szintű alapjogi védelem, amely azonban nem azonosítható a kereskedelmi kommunikáció közléseivel, hiszen az nem minden esetben lesz gazdasági reklámtevékenység. A gazdasági reklámtevékenység körében megjelenő kereskedelmi kommunikáció amennyiben jellegénél fogva kizárólag vagy túlnyomórészt gazdasági célokat szolgál, úgy szükséges és arányos mértékben korlátozható. *Tipikusan ilyen korlátozásra okot adó körülmény lehet például a fogyasztók életének, testi épségének a védelme* [23/2010. (III. 4.) AB határozat].

Fontos azonban megjegyezni, hogy **„az állam akkor nyúlhat az alapjog korlátozásának eszközehez, ha másik alapvető jog és szabadság védelme vagy érvényesülése, illetve egyéb alkotmányos érték védelme más módon nem érhető el.”** Ily módon azt kell, hogy mondjuk, az alkotmányos érték ebben az esetben maga fogyasztó élete, testi épsége lehet például, amely a gazdasági szféra szereplői tevékenységének ezáltal objektív korlátait határozhatja meg. Ennek körében pedig az Alkotmánybíróság feladata annak eldöntése, hogy a kifejezés szabadsága és a vele szemben álló alkotmányos jogok vagy

érdekek összeütközésekor a vélemény szabadság korlátozása az alapjogi teszt alapján valóban elkerülhetetlenül szükséges és arányos-e.

*A fogyasztói többletvédelem szükségességének megértéséhez érdemes külön számba venni a tipikus fogyasztói magatartásokat és fogyasztói attitűdöket is, mert ez hozzásegíthet minket ahhoz, hogy a szabályozási lehetőségek különböző modelljei is megérthetőek legyenek.*

Nagyon nehéz pontosan meghatározni azt, hogy mely fogyasztói rétegeket és milyen mértékben kell védelemben részesíteni. A fogyasztói attitűdök vizsgálata során a **legszenvedélyesebb, hogy a fogyasztói szokások jellemzőinek megoszlása nem véletlenszerű.** Egyes minták jóval elterjedtebbek, mint mások. Az egyes fogyasztói rétegeket összetartó hasonulás annál erősebb, minél közelebbiek a réteget összetartó egymásra befolyásoló hatást gyakorló fogyasztók életlehetőségei. A fogyasztói rétegek tényleges elhatároláshoz így mindenekelőtt ki kell jelölnünk egy általános szempontot. A legkézenfekvőbbnek a modern fogyasztói társadalmunk egyik legáltalánosabb jellemzője a fogyasztás volumene szerinti differenciálás tűnik, amely utalhat az előbbieken jelzett életlehetőségek meghatározó jellegének jelentőségére is. Ezen szempont alapján a **fogyasztói társadalom vertikuma legegyszerűbb megközelítésben a vagyon szerint tagozódik.** Ilyen értelemben - Thorsen Veblen szociológiai elméletét felidézve - a hivatkozott fogyasztás a vagyonosabb társadalmi rétegek kiváltsága. Ez nyilvánvalóan azon egyszerű következtetéshez vezethet el minket, hogy a fogyasztói társadalom tagolásának mércéje alapján vagyonos és kevésbé vagyonos fogyasztók között tegyük első megközelítésben különbséget. Ahogy azonban arra **Pierre Bourdieu francia szociológus is rámutatott a valós kép ennél jóval árnyaltabb kell, hogy legyen,** hiszen a fogyasztásnak nincsenek ilyen állandó és univerzálisnak nevezhető konkrét jellemzői. Ennek felismerésével azonban látnunk kell azt is, hogy nem a vagyon az egyetlen tényező, amely a fogyasztói attitűdöket meghatározza. Ilyen értelemben sokkal helyesebbnek tűnik vagyoni és nem vagyoni javak meghatározó jelentőségéről beszélni, semmint kizárólag vagyoni tényezők alapján differenciálni a fogyasztói társadalom vertikumát<sup>11</sup>. Ha az elméletet továbbgondoljuk a szabályozási koncepciók perspektívájából, akkor végső soron azt is felismerhetjük, hogy a védelem szintjének differenciálásához elsődlegesen nem is a javak fogyasztást befolyásoló struktúrája, sokkal inkább a különböző fogyasztói rétegeket közösen meghatározó jelleg, **a fogyasztáshoz viszonyuló tudati állapotok mentén körvonalazódó markánsabb határvonal lehet a**

---

<sup>11</sup> JANKY Béla: Fogyasztás a modern társadalmakban in: Szociológia közgazdászoknak (Szerk. S. Nagy Katalin) Typotex Kft., Budapest, 2007., 83-86.

**megfelelő alap.** Ez a megközelítés a fogyasztói társadalom fogyasztási volumenen alapuló vertikális tagolása helyett annak a bizonyos szempontok szerint homogén halmazokra osztható horizontális felosztását helyezi előtérbe, így teljessé téve a fogyasztói társadalom sajátos „mátrixát”. A horizontális tagolás szempontjából pedig több ugyancsak markáns elhatárolás látszik körvonalazódni, függetlenül attól, hogy egyébként mely javakkal rendelkező rétegről beszélünk. Ebben a megközelítésben - legegyszerűbb elhatárolás szerint - érdemes különbséget tenni az átlagfogyasztó és a sérülékeny fogyasztók csoportjai között. *Az átlagfogyasztó pedig ilyen értelemben az, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.* Az átlagfogyasztó tehát nem tájékozatlan, hanem egy társadalmilag adott helyzetben elvárható szinthez képest éppenséggel kellően tudatosan eljáró személy. Nyilvánvaló, hogy ez feltételezi azt, hogy az ilyen fogyasztót nem kell minden szükségszerű piaci hatással szemben védeni, az állami beavatkozás mértéke tehát ebben az esetben egy feltétlenül szükséges alacsonyabb szinten határozható meg. Ehhez képest, ha valamely kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, akkor általában az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ez a megkötés viszont elvezet minket ahhoz, hogy az átlagfogyasztó mellett további fogyasztói attitűdök meglétének lehetőségét is feltételezzük. Hiszen ha a fogyasztói társadalom nem átlagfogyasztók közössége, csak akkor lehet értelme annak, hogy csoportok tagjaira jellemző magatartást vizsgáljunk. *A legnagyobb halmaz pedig a fogyasztói társadalmon belül az átlagfogyasztók köre mellett a sérülékeny fogyasztók köre.* A sérülékeny fogyasztók koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportot alkotnak. Ez utóbbi fogyasztói réteg esetén nyilvánvalóan indokolt lehet az átlagfogyasztót védő szabályoknál szigorúbb követelmények meghatározása a szabad piaci verseny rovására.

Mindezek alapján jól látható, hogy vannak olyan alkotmányos értékek, amelyek a gazdasági verseny szabadságánál, a vállalkozás jogánál és a kereskedelmi kommunikációban is megtestesülő véleménynyilvánítás szabadságánál is jelentősebb értékeket védenek, magát az embert és e vonatkozásában, mint a gazdasági élet egyedi szereplőjét is, azaz fogyasztói minőségében úgyszintén. *A fogyasztóvédelem ebben a perspektívában érezhetően nem explicit követelmény, sokkal inkább az emberi élet értékeinek védelméhez kapcsolódó többletkövetelmény.* Mindazonáltal már önmagában ez a követelmény is azt sugallja, hogy a fogyasztóvédelemnek **az Alkotmánybíróság joggyakorlata által egyfajta láthatatlan alkotmányos keretei látszanak formálódni.** Továbbra is kérdés ugyanakkor, hogy az



alkotmányos keretek mögött mely társadalmi és gazdasági érdekek, folyamatok húzódnak és melyek azok a gyakorlati problémák, amelyek a szabályozás kereteinek tényleges meghatározását indukálják<sup>12</sup>.

A jogértelmezési lehetőségek körét pedig érdemben kiegészíti a bíróságok joggyakorlata mindazon kérdések tekintetében, amelyek esetében a jogi norma valóban megfelel a jogalkotói egyértelműség követelményének. Az **Alkotmánybíróság** hatáskörét meghatározó 1989. évi XXXII. törvény 1.§ a)-h) pontja alapján ugyanis **nem tartozik hatáskörébe a jogalkalmazói jogértelmezés alkotmányossági szempontú felülvizsgálata [42/B/2005 AB határozat]. Gondoljunk például ez utóbbi körben a fogyasztó fogalmának értelmezése körüli gyakori jogvitákra<sup>13</sup>**, amelyek esetében a fogyasztó fogalmának értelmezése elsődlegesen a különböző jogszabályok alapján eljáró jogalkalmazó feladata<sup>14</sup>.

Nincs tehát tökéletes megoldás. Számos esetben **közérdekű célok, alkotmányos alapjogok és érdekek állnak szemben egymással**, amelyek között *prioritási sorrendet egy-egy kormányzati politikán belül lehet ugyan kijelölni, ugyanakkor végső soron egyik vagy másik megoldás választása sem lesz helyes döntés sem gazdasági, sem pedig társadalmi szempontból*. Azt is mondhatnánk, hogy a kormányzati beavatkozás meghatározásának célja eleve kudarcra ítéltetett. Ilyen értelemben pedig nem lehet meghatározni a célok eléréshez vezető megfelelő utat sem, a végeredmény mindig nem várt következményekkel társul. Az **Alkotmánybíróság** gyakorlata minden esetre láthatóan a **protekcionista modell és a Bourgoignie-féle irányzat különbségei közötti érzékeny egyensúly határvonalait feszegeti**.

---

12 A kérdéskör jelentőségét hangsúlyozza uniós szintre emelve a vizsgált problémát a Lisszaboni Szerződés is, amely 168. cikk (1) bekezdésében rögzíti, hogy valamennyi uniós politika és tevékenység meghatározása és végrehajtása során biztosítani kell az emberi egészségvédelem magas szintjét. A 169. cikk (1) bekezdése alapján pedig hangsúlyozza, hogy a fogyasztói érdekek érvényesülésének előmozdítása és a fogyasztóvédelem magas szintjének biztosítása érdekében az Unió hozzájárul a fogyasztók egészségének, biztonságának és gazdasági érdekeinek védelméhez, valamint a tájékoztatáshoz, oktatáshoz és az érdekeik védelmét célzó önszerveződéshez való jogaik megerősítéséhez.

<sup>13</sup> HAJNAL Zsolt, A fogyasztói szerződés alanya az aktuális jogalkotás középpontjában: a fogyasztó. In: Kihívások és lehetőségek napjaink magánjogában, Szikora Veronika (szerk.), Center Print Nyomda, Debrecen, 2009., 197-212.

<sup>14</sup> Korábban a Legfelsőbb Bíróság a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény azóta már módosult fogyasztó fogalmát értelmezve leszögezte, hogy bár egy vásárolt termék szolgálhat gazdasági és szakmai tevékenységet, ugyanakkor a nem természetes személyként történő vásárlásnak is meg lehet az a specifikuma, hogy a vállalkozás a vásárolt áru végfelhasználója legyen, így azt valójában nem gazdasági vagy szakmai tevékenysége körében, hanem fogyasztóként vásárolja [BH2006.343.]. A Ptk. fogyasztó fogalmának bírósági értelmezése során is egyértelmű álláspontnak tűnik, hogy a szerződő fél a szerződési nyilatkozat értelmezése tekintetében a fogyasztónak minősítés szempontjából nem elsődlegesen azon van a hangsúly, hogy a szerződést ki köti, hanem hogy a szerződést olyan célból köti-e, amely független az általa folytatott gazdasági vagy szakmai tevékenységtől [BH2005.403].

Mint látható a fogyasztóvédelem területén a legnagyobb problémát - a védendő fogyasztók körének meghatározása mellett - **az érzékeny egyensúly** jelenti a **fogyasztóvédelem magas szintje és a szabad piaci verseny között**.

Mindez társul az **információs aszimmetriával** mind a B2B (business to business), mind a B2C (business to consumer) relációban, sőt a vállalkozások és az állam (B2A, business to administration) viszonylatában is. Összességében pedig olyan **negatív externáliák** hatnak a belső piacon, amelyek jelentős mértékben megnehezítik a gazdasági élet szervezésében a fogyasztóvédelmi funkciók meghatározását.

### 3. Elektronikus kereskedelem kontra fogyasztóvédelem

A digitális közegben érvényesen tehető jogügyletek közül a vállalkozások közötti együttműködés, kereskedelmi folyamat (B2B), továbbá a vállalkozás és a fogyasztó relációjában felmerülő jogviszony (B2C/C2B) tartozik az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás hatálya alá, amelyek köréből az utóbbira korlátozzuk a vizsgálódásunk körét a fogyasztói jelenlét miatt.

Az új formációban nem általában valamennyi fogyasztó jelenik meg, hanem egy sajátos csoportja, nevezetesen az új technológiai-technikai eszközök alkalmazása iránt érdeklődést mutató, személyek, jogalanyok. Alátámasztja jelen állításunkat az Európai Unió Bíróságának a következő döntése is.<sup>15</sup> A gépjármű-biztosítással foglalkozó szolgáltató kizárólag interneten kínálja a szolgáltatásait. Előzetes közzétételi- és tájékoztatási kötelezettségének megfelelően a vállalkozás hozzáférhetővé tette az azonosításhoz szükséges adatokat, így a postai és az elektronikus levelezési címét. A német fogyasztóvédelmi szövetség álláspontja szerint a társaság köteles a szerződéskötést megelőzően a telefonszámát is feltüntetni annak érdekében, hogy a valamennyi fogyasztó számára elérhető legyen. A biztosítótársaság szerint viszont az említett adatok közzétételével és egy elektronikus úton elérhető kapcsolatfelvevő adatlap (amely biztosítja a közvetlen kommunikációs csatornát a vállalkozás és a fogyasztók között) üzemeltetésével maradéktalanul eleget tett a jogszabályi előírásoknak. A szolgáltató azonosításához szükséges és egyben elegendő adatok körével kapcsolatban az Európai Bíróság kimondta, hogy az ügylet jellegénél fogva nem kötelező a telefonszám megadása a szerződéskötést megelőzően, amennyiben a potenciális fogyasztók, igénybe vevők e-mail, valamint egy „üzenő fal” segítségével kétoldalú kapcsolatot tudnak

---

<sup>15</sup> C-298/07. sz. ügy, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV kontra Deutsche Internet Versicherung AG.

teremteni a szolgáltatóval.<sup>16</sup> Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás személyi hatálya alá ugyanis igénybe vevői oldalon a fogyasztóknak egy sajátos csoportja tartozik, egy speciális szociokulturális sajátosságokkal rendelkező közösség. Az elektronikus kereskedelem, mint a speciális értékesítési mód (amelyre a virtuális cég által működtetett rendszer útján van lehetőség) a fogyasztó számára fokozott veszélyt jelent, hiszen a jogügyletet „laikus” jogalanyként köti meg a szakmai gazdasági tevékenységi körében eljáró „profinak” minősülő vállalkozással. **A legnyilvánvalóbb eleme ennek a problémakörnek a B2C relációban jelentkező információs aszimmetria.** Ez a fogyasztó „gyengébb fél” pozíciójából következik, abból a helyzetből, hogy míg a fogyasztóval szerződő vállalkozás képes az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal eljárni, addig az általa közölt megtévesztő, vagy éppenséggel hiányos információ rontja a fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre. Tipikusan ilyen, a joggyakorlatban megjelenő kérdéskör az egyre növekvő gazdasági relevanciával bíró elektronikus kereskedelmi szolgáltatások piacán az általános szerződési feltételek alkalmazása. Ezek fogyasztók általi megismerhetősége gyakran korlátozott (kereszthivatkozás almenüre esete), vagy egyszerűen az általános szerződési feltétel nem tartalmaz minden szükséges tájékoztatási elemet, így tipikusan a nyolc munkanapon belüli elállás jogára való utalást. A következő esetben például a Fővárosi Bíróság a fogyasztóknak kedvező tartalmú ítéletet hozott a Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete (továbbiakban: FOME) iPon Computer Kft-vel szemben benyújtott kereset alapján, a [www.ipon.hu](http://www.ipon.hu) oldal korábbi általános szerződési feltételei közül számosat tisztességtelennek minősítve, így az üzemeltető fogyasztói elállási jog nélküli egyoldalú szerződésmódosítási lehetőségét megalapozó szerződési feltételt; a felelősség kizárását az általa forgalmazott áru ismertető leírásának esetleges pontatlanságáért; a feltételt, amely szerint telefonhívással megtett rendelést nem minősítette távollévők között kötött szerződésnek; valamint azon szerződési feltételt, amely szerint utánvét esetén a házhoz szállításakor kapott papír aláírása hozza létre a távollévők között kötött szerződést.<sup>17</sup> Bár a per folyamán a honlap üzemeltetői a kifogásolt szerződési feltételek közül többet a fogyasztóvédők kérésének megfelelően módosítottak, a korábban alkalmazott feltételekkel kapcsolatos ítélet megakadályozza, hogy később hasonló feltételeket alkalmazzon a vállalkozás, vagy bármelyik másik webshop. Ugyancsak jellemző probléma a

---

<sup>16</sup> Strihó Krisztina: Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás. In: Magyar fogyasztóvédelmi magánjog – európai kitekintéssel, szerk.: Szikora Veronika, FOME, Debrecen, 2010. 169.

<sup>17</sup> 6.Pf.21.005/2009/6.

visszaigazolási kötelezettség terjedelmének értelmezése, amely sajnos a hatósági és bírósági joggyakorlatot áttekintve sem mutat egyértelmű helyzetképet. Egyik véglet szerint már egy pop-up ablak is visszaigazolás (így az ajánlat jóváhagyása), míg a másik szélsőséges álláspont szerint még az elektronikus levélben történt visszajelzés sem minden esetben tekinthető az ajánlat elfogadásának. A következő esetben a FOME által benyújtott közérdekű kereset alapján a Szegedi Ítéltábla jogerős ítéletében<sup>18</sup>, hogy az ALL-FINANCE MANAGEMENT Kft. által a [www.ingatlandepo.com](http://www.ingatlandepo.com) internetes oldalon korábban közzétett, internetes hirdetési szolgáltatás igénybevételére vonatkozó, 2008. október 12. napját megelőzően hatályos ÁSZF 3. azon feltétele, mely szerint „a szerződő felek közötti szerződés a Szolgáltató visszaigazolása nélkül is létrejötnék tekintendő”, - valamennyi, ezen időpontot megelőzően az ALL-FINANCE MANAGEMENT Kft.-vel szerződő félre kiterjedő hatállyal érvénytelen. Az ügyben a FOME kereseti kérelme a vállalkozás által alkalmazott egyes általános szerződési feltételek tisztességtelenségének megállapítására irányult. A problémát elsődlegesen nem is az jelentette, hogy csak 30 napig volt ingyenes az All-Finance MANAGEMENT Kft. által nyújtott szolgáltatás, hanem az, hogy az ÁSZF alapján a szerződés visszaigazolás nélkül létrejötnék volt tekintendő. Amennyiben azonban nincs visszaigazolás, a fogyasztó nem tudhatja azt, hogy létrejött-e egyáltalán a kontraktus, és pontosan mely időpontban (azaz mikor kezdődik a 30 nap). A visszaigazolás kötelezettségét jogszabály teremti meg, ennek hiányában a szerződés érvényesen nem jöhet létre, amelyet a bíróság ítélete ekként úgyszintén megerősít. Sajátos információs helyzet a jogviszony természetének egyoldalú megítélése is, amely ugyancsak az információs aszimmetria sajátos „torzszülöttje” (gondoljunk jelen esetben „a személyes átvétel esetén nincs nyolc munkanapon belüli elállási jog” kijelentések hatásaira). Ezen példák csak vázlatosan, de talán mégis érzékeltetik azt, hogy milyen súlyos problémák jellemzik a fogyasztói szerződések, újabban pedig kiemelten az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások piaci szegmensének sajátos világát és valójában milyen fontos is a gyengébb piaci alkupozícióban lévő fél, a fogyasztó jogi védelmének támogatása.

A helyzet sajátossága mögött áll továbbá az a körülmény, hogy az elektronikus kereskedelem keretében keletkező jogügyletek tipikusan több államot is érintenek. A **határon átnyúló jogviszony** alanyai különböző jogi környezetben élnek, fejtik ki tevékenységüket, valószínűleg különböző nyelven beszélnek. A hagyományos kereskedelmi formáktól a

---

<sup>18</sup> Gf.I.31.205/2009/2.

tekintetben is eltérést tapasztalhatunk, hogy a távollévő felek, elektronikus út igénybe vételével teszik meg jognyilatkozataikat.

Az elektronikus kommunikációs eszközök által tett jognyilatkozatok általánosságátételének előmozdításával összefüggésben **kulcskérdésnek** minősül **a bizalom megteremtése**, amelynek különös jelentősége van a megállapodást kötő felek mindegyikénél, így a szolgáltatói és a fogyasztói oldalon is. A jogalkotó számos többlet jogintézményt, rendelkezést iktatott be az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás vonatkozásában annak érdekében, hogy fokozza a relatíve új típusú jogviszonnnyal szembeni bizalmat, mérsékelje a személyes kontaktus hiányából eredő érvénytelen szerződések számát, továbbá a fogyasztó „laikus” mivoltából folyó hátrányok kompenzálásáért. A felsorolt célok elérését szolgálja például a one click order tilalmának bevezetése, a szolgáltatót terhelő speciális és meglehetősen széles körű tájékoztatási kötelezettség, valamint a fogyasztót megillető objektív elállási jog. A fogyasztó pozícióját erősíti, hogy a szerződés érvényességi kritériuma az ügylet megerősítése, megfontolása és az adatok korrigálásának lehetősége, továbbá a megrendeléstől, vásárlástól való elállási jog biztosítása.

A szolgáltatót terhelő, szinte minden körülményre kiterjedő adatszolgáltatási-, tájékoztatási-, és közzétételi kötelezettség **az elektronikus fogyasztóvédelem alappilléreként** preventív funkciót tölt be az érvénytelen szerződések szemszögéből, hiszen a szerződéskötéshez szükséges információk birtokában a fogyasztó valós igényeihez igazodó jogviszony alanya lehet, így mérsékelhető az akarati hibára visszavezethető megtámadási okok miatti érvénytelenség bekövetkezése.

A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség<sup>19</sup>, a Reklámfelügyeleti- és e-kereskedelmi Osztály és a Szolgáltatás-ellenőrzési Osztály által végzett vizsgálata rámutatott a szolgáltatók fegyelmezetlenségére a tájékoztatással összefüggésben. A vizsgálati időszakban<sup>20</sup> felkeresett cégeknél ellenőrizték, hogy globálisan a tájékoztatási kötelezettségének, és azon belül az egyes körülményekről milyen arányban történik meg a jogszabályi előírásoknak megfelelő informálása a fogyasztónak. A vizsgálat eredményeképpen megállapították, hogy csupán 12 %-os mértékű a teljes körű tájékoztatás és a szolgáltatók közel 90 %-a hiányosan tesz eleget a közzétételi kötelezettségének. A jogkövető magatartás kikényszerítése és a hatóságok, valamint a webáruházak<sup>21</sup> közötti hatékony együttműködés érdekében az NFH további

---

<sup>19</sup> Jelenleg Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (továbbiakban: NFH).

<sup>20</sup> 2006. január – 2006. december, [www.nfh.hu/data/cms17372/e\\_kereskedelem\\_07.pdf](http://www.nfh.hu/data/cms17372/e_kereskedelem_07.pdf) (letöltés időpontja 2009. február 12.)

<sup>21</sup> Klasszikus webáruházak egy weboldal akkor nevezhető, ha a szerződéskötés

ellenőrzéseket folytatott le. A regionális felügyelőségek bevonásával végzett tevékenység során több száz elektronikus kereskedelemmel foglalkozó céget vettek górcső alá az előzetesen meghatározott prioritások alapján. A vizsgálat eredményeképpen megállapítható, hogy az összesített kifogásolási arány egy év kivételével<sup>22</sup> drasztikus romlást mutat, hiszen a 2009-es évben végzett felmérés során tapasztaltak szerint 96,73%-ra nőtt.<sup>23</sup> Az egyik tipikus szabálytalanság az elállás jogszabályban rögzített lehetőségéről, vagy érvényesítésének módjáról történő tájékoztatás hiánya. Például az NFH Dél- Alföldi Regionális Felügyelősége megállapította, hogy a [www.kezimumka.hu](http://www.kezimumka.hu) nem tett eleget a jogalkotó által előírt kötelezettségének, mivel nem tájékoztatta a fogyasztókat az elállással összefüggésben arról a körülményről, hogy annak írásban való gyakorlásakor elegendő a szolgáltatónak nyolc munkanapon belül elküldeni nyilatkozatát.<sup>24</sup>

A felek jelenlétének, közvetlen kontaktusának hiányában gyökerező bizalmatlanság is csökkenthető a digitális jogügyletekkel szemben, így követve a robbanásszerű technikai- és technológiai fejlődést, széles körben elterjedhetnek az elektronikus szerződések, dokumentumok. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) Versenytanácsa egyre több olyan ügyben jár el, amelyben fő szerephez jutnak az elektronikus eszközök, különösen a világháló. „Az interneten megjelenő tájékoztatással kapcsolatban kiemelendő, az internet jellegéből adódóan alkalmas arra, hogy információkat, egy-egy termék vonatkozásában akár a releváns információk teljes körét gyorsan és kényelmesen elérhetővé tegyen. Az interneten megjelentethető és meg is jelenő információk nagy tömege ugyanakkor azt is jelenti, hogy a fogyasztó versenyjogilag figyelembe veendő döntésének meghozatalát általában nem az információk szelektálása, a releváns információk megtalálása és kiválasztása, s azok feldolgozása. Ebből fakadóan versenyjogi követelményként fogalmazható meg, hogy egy, a fogyasztók számára igen kedvezőként reklámozott termék vagy a fogyasztók számára vonzó akció fogyasztók általi reális megítéléséhez szükséges lényeges információk könnyen elérhetőek legyenek, a hangsúlyozott kedvező tulajdonsággal egy oldalon, ahhoz közel, fogyasztóbarát módon kerüljenek elhelyezésre (Vj–129/2005/31. számú eset 51. pontja; Vj-133/2005/26. számú határozatának 49. pontja). Az elektronikus közegben keletkezett

---

virtuális bevásárlás keretében, egy elektronikus megrendelőlap kitöltésével történik. [http://www.nfh.hu/data/cms29787/eker\\_09.pdf](http://www.nfh.hu/data/cms29787/eker_09.pdf) (letöltés időpontja: 2011. január 12.).  
<sup>22</sup> 2008-ban lefolytatott vizsgálat összesített kifogásolási aránya 87,2%, [http://www.nfh.hu/data/cms20699/E\\_ker\\_jelentes\\_08.pdf](http://www.nfh.hu/data/cms20699/E_ker_jelentes_08.pdf) (letöltés időpontja 2011. január 12.).  
<sup>23</sup> A vizsgálati időszak 2009. március 30. - 2009. december 15., [http://www.nfh.hu/data/cms29787/eker\\_09.pdf](http://www.nfh.hu/data/cms29787/eker_09.pdf) (letöltés időpontja 2011. január 12.).  
<sup>24</sup> DAF-02539-7/2009., [http://www.nfh.hu/informaciok/hatarozat/hatarozatok/jogero/DAF-02539-7\\_09.html?query=elektronikus%20kereskedelem](http://www.nfh.hu/informaciok/hatarozat/hatarozatok/jogero/DAF-02539-7_09.html?query=elektronikus%20kereskedelem) (letöltés időpontja: 2011. február 4.).

jogügyletek esetén kiemelkedő jelentősége lehet a megtévesztés tényállásának, amely az egyéni jogsérelmen túl alkalmas a verseny tisztaságának veszélyeztetésére is, mivel a nem ténszerű, valótlán állítások a versenytársak hátrányát idézhetik elő. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról rendelkező szakaszok célja a fogyasztók döntési szabadságának, mint védett jogi tárgyának a különböző áruk és/vagy szolgáltatások közötti választás védelmezése. A jogalkotó által meg nem engedett (Tpvt. III. fejezet)<sup>25</sup> eszközök, módszerek kihat(hat)nak a versenytársak és az általuk kínált azonos vagy helyettesítő termékek fogyasztó általi rangsorolására és ezáltal a verseny tisztaságára. A verseny torzítása, korlátozása szempontjából releváns önmagában az ilyen hatás kiváltására való alkalmasság. „A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását tiltó rendelkezéseknek nem tényállási eleme sem a fogyasztóknak okozott sérelem megvalósítása, sem a fogyasztói panaszok rendelkezésre állása” (Vj – 129/2005/31. számú ügyének 44. pontja). Az előbbi gondolattal egyezően állapította meg a Versenytanács az eljárás alá vont jogsértő magatartását anélkül, hogy a hátrány ténylegesen bekövetkezett volna. Ezúttal a GVH Versenytanácsa az Erste Hungary Rt. ellen indított eljárásban azt vizsgálta, hogy a társaság megsértette-e a Tpvt. III. fejezetének szakaszait az „Erste Elektronikus Számlacsomag” elnevezésű termék bevezetése és népszerűsítése érdekében közzétett internetes tájékoztatóval<sup>26</sup>. Az eljárás alá vont által 2003-ban bevezetett szolgáltatáscsomag igénybe vételével a fogyasztó digitális eszköz segítségével adhatja megbízásait az Rt. részére. A társaság 2004. január 5-től módosította a szolgáltatás megnyitásának a feltételeit, amelyről egy bonyolult módon elérhető közleményt helyezett el a honlapján, a korábbi (2003. szeptember 15-én) hirdetés aktualizálása nélkül. Így a világhálón keresztül elérhető tájékoztatás valótlán adatokat, információkat tartalmazott mintegy 10 napon át. A Versenytanácsi határozat értelmében az Erste Hungary Rt. vizsgált magatartása alkalmas volt a fogyasztók versenyjogilag releváns döntésének tisztességtelen befolyásolására, hiszen a félrevezető tájékoztatás következtében a fogyasztók nem tudtak reális képet kialakítani a kínált szolgáltatás lényeges tulajdonságairól. A Versenytanács azt is hangsúlyozta a döntésében, hogy „a hitelintézetek elektronikus kereskedelmi szolgáltatásai nyújtásának egyes feltételeit jogszabályok határozzák meg, így például a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 1996. évi CXII törvény [lásd különösen a törvény 203. §-a (2) bekezdésének harmadik fordulatát, illetve ugyanazon cikk (3) bekezdését, valamint a 210. §-ának (4) bekezdését]. Megemlítendő továbbá, a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete

---

<sup>25</sup> A jelenleg hatályos szabályok értelmében a ugyanezen tényállás a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló 2008. évi XLVII. törvény (továbbiakban: Fttv.) hatálya alá tartozna.

<sup>26</sup> <http://www.erste.hu>

elnöke a fogyasztók pénzügyi szervezetek általi tájékoztatásáról szóló 15/2001. számú ajánlásának 1. pontjában aláhúzza, hogy fokozott tájékoztatási, együttműködési kötelezettség terheli a fogyasztó irányában. Az ajánlás külön foglalkozik az elektronikus kereskedelem keretében történő tájékoztatás egyes kérdéseivel (Vj – 37/2004/16.).

Egy másik esetben a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatás miatt állapította a GVH Versenytanácsa a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat folytatásának tényállását.<sup>27</sup> Az eljárás alá vont, Ilcsi Szépítő Füvek Biokozmetikai Kft. több fórumon is hirdette termékeit, feltüntetve a Biokontroll védjegyet, mintegy azt sugallva, hogy valamennyi kozmetikum ökológiai körülmények között előállított növényi alapanyagból készült. A cég a jogsértő magatartását számos kommunikációs eszköz, így a potenciális fogyasztók által is elérhető honlapján<sup>28</sup>, nyomtatott formában terjesztett szóróanyagai és prospektusai révén tanúsította. A társaság a minőségi jelzés megtévesztő alkalmazásával megvalósította az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése szerinti melléklet 3. pontjában szereplő tényállást.<sup>29</sup>

A fogyasztóvédelmi- és a versenypolitika határán fekvő területről, a fogyasztói döntések szabadságának védelméről összességében megállapíthatjuk, hogy a digitalizált társadalmi- és gazdasági viszonyokban egyre fontosabb szerepet tölt be. Kiemelt jelentősége van a gyakorlathoz igazodó jogi szabályozásnak, és érvényesülésének, kikényszerítésének. Fogyasztói szempontból fontos megjegyezni, hogy a Tpvt. rendelkezéseibe ütköző magatartások kivizsgálása során nem célja a GVH-nak az egyéni jogsérelmek orvoslása (a fogyasztóvédelem egyéb szerveihez fordulhat, valamint polgári jogi igényeit érvényesítheti), hiszen elsődlegesen a közösség – a fogyasztók összességének – érdekeik védelmét hivatott biztosítani. A jogsértő tájékoztatás – hiányos, megtévesztő, vagy a közzététel teljes hiánya – esetén hatékony szankcióként vehetjük számításba az érintett szolgáltató adatainak nyilvánosságra hozatalát, a bevételeihez igazodó pénzbírságot, esetleg további közigazgatási következményként a tevékenység megszüntetését, illetve a nyilvántartásból való törlést.

Mindezen rendelkezéseket egészítik ki az alkotmányos alapokon nyugvó speciális adatvédelmi, adatkezelési szakaszok az irányadó jogszabályban.

Az Alkotmány deklarálja, hogy a Magyar Köztársaságban mindenkit megillet a személyes adatok védelme [Alk. 59. § (1) bek.]. Az elektronikus adatfeldolgozás robbanásszerű fejlődése következtében a személyes adatok gyűjtése, nyilvántartása, tárolása

---

<sup>27</sup> <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/12161E125C5A4F2A4.pdf> (letöltés időpontja: 2011. február 10.).

<sup>28</sup> <http://www.ilcsi.com>

<sup>29</sup> Minőségi jelzés, bizalmi jegy vagy hasonló megkülönböztető jelölés jogosulatlan feltüntetése (Fttv. melléklet 3. pont).



és feldolgozása is alkotmányos alapjogi védelemben részesül. A személyes adatokkal való visszaélés tényállása nem csak a közzsférában valósulhat meg, hanem a gazdasági verseny területén is, így az elektronikus kereskedelemmel összefüggésben is.

Az eddig ismertetett rendelkezések alapján úgy tűnik, hogy a vizsgált területen megvalósul a fogyasztó védelme. A jelenleg hatályos szabályozás azonban több szempontból is hiányosnak és elégtelennek minősül. Egyrészt az európai modellt követve implementálta hazánk a kapcsolódó iránylevet<sup>30</sup> anélkül azonban, hogy a már meglévő jogszabályokhoz, szokásokhoz alakítottuk volna, egyszerű tükörfordítást alkalmazva. Számtalan felmérés, közzétett döntés arról tanúskodik, hogy a szolgáltatók nem tesznek eleget maradéktalanul kötelezettségeiknek.

Az ismertetett körülmények fényében törekedni kellene a fogyasztóbarát megoldások kivitelezésére, amelyre több lehetséges módszer áll rendelkezésre. Például a virtuális áruház internetes felületén lévő információk, adathalmazok csoportosításával (VJ-k), továbbá a jelenlegi igényérvényesítési utak reformációjával. Az esetleges egyéni fogyasztói jogsértések orvoslása érdekében egy, a jelenleginél gyorsabb, egyszerűbb, a fogyasztó számára is elérhető fórum biztosításával. A hosszú évekig húzódó perek mellett a békéltető testületi eljárás áll rendelkezésre, döntése azonban csak ajánlás jellegű, kötelező érvény nélkül. A civil szervezetek pedig nem orvosolják az egyedi jogsérelmet, igaz hosszú távon hatékony lehet a működésük.

A felsorolt tények alapján az alkotmányos keret meghatározását, módosítását átgondolás tárgyává kell tenni. Ezen keret és a fogyasztóvédelem szintjének kijelölését befolyásolhatja az Európai Unió tevékenysége is. Az Európai Parlament Belső Piaci és Fogyasztóvédelmi Bizottsága előtt tartott 2010. márciusi beszédben felvetődött az elektronikus kereskedelem területével kapcsolatban a maximum harmonizáció gondolata. Ezzel kapcsolatosan problematikus helyzet alakulhat ki, amennyiben az irányelv által garantált védelmi szint alacsonyabb a jelenleg hatályos jogszabályban (minimum harmonizáció mellett elfogadott) deklarált rendelkezéseknél.

#### 4. Összegzés

Jelen tanulmányban megvizsgáltuk az állami szerepvállalás lehetőségeit a fogyasztóvédelem területén, figyelemmel az érintett terület főbb céljaira, prioritásaira, az alkalmazható

---

<sup>30</sup> Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK sz. irányelve az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem egyes jogi kérdéseiről (2000/31/EK).

szabályozási modellekre. A fogyasztóvédelem alkotmányos kereteinek általános áttekintését követően egy speciális értékesítési móddal, az elektronikus kereskedelemmel foglalkoztunk részletesebben. Dolgozatunkban egy konkrét aspektusból mutattuk be az on-line kereskedelmi folyamatokat, azonban megjegyezzük, hogy a digitális közeg, az on-line szerződések, és jogviszonyok valamennyi jogterületet érintenek. Például szabályozandó a virtuális üzlet alapítása, felmerülhetnek szerzői jogi kérdések, adózási és számviteli problémák, ún. digitális bűncselekmények jelennek meg az új típusú jogügyletekkel egyidejűleg, munkajogi és szociális jogi hatások. A kereskedelem átrendeződésével járó többletköltségek jelenleg az állami szférára hárulnak. A részben digitalizált üzletek és az újonnan létesített virtuális áruházak költségtakarékosság okán több tucat munkavállalójuktól megválva a segélyezési zónába kerülők számát növelik jelentősen.

A romániai helyzethez hasonlóan leszögezhetjük, hogy „fogyasztóvédelmi szempontból az e-kereskedelem [...] az alábbi öt problémával küszködik: a fogyasztók informálatlanságával, a kereskedők komolytalanságával, a hatóságok érdektelenségével, a jogesetek hiányával és a fogyasztók bizalmatlanságával.”<sup>31</sup>

Az elektronikus eszközök alkalmazásának széles körű elterjedése mellett számos érv sorakoztatható fel, így az on-line vállalkozás alapításának és működésének járulékos költségei minimálisak; gyors és hatékony döntéshozói mechanizmus alakulhat ki; az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás terjeszkedésének, növekedésének esélye gyakorlatilag határtalan; állandó nyitva tartás biztosítható; bármikor megtekinthető tájékoztatás; az információk relatíve könnyen aktualizálhatóak; a keresleti és a kínálati oldal is korlátlanul bővíthet. Kulcsfontosságú feladat a bizalom megteremtése, ezt szolgálják különösen a speciális fogyasztóvédelmi és adatvédelmi rendelkezések. A fogyasztók megnyerése érdekében a nagyobb vállalatoknál az ún. önszabályozó mechanizmus alkalmazása terjedt el. A hazánkban fiókteleppel, leányvállalattal rendelkező multinacionális vállalatok a belső működési területükön meghonosították saját normáikat zilált jogrendszerünk rugalmatlanságának, hiányosságainak kompenzálására, pótlására (a jogforrási struktúráról szóló részben utaltunk arra, hogy számos norma alkalmazására lehet szükség egy-egy digitális jogi helyzet megoldásakor). A bizalom másik oldalát is meg kell teremteni, a szolgáltatók jogi védelme által. Megállapíthatjuk, hogy mérhető hátrányba kerülnek virtuális, illetve részben digitalizált versenytársaikkal szemben a hagyományos cégek, amennyiben nem csatlakoznak az új típusú módszereket alkalmazó on-line társadalomhoz. A kereskedelem struktúrájának

---

<sup>31</sup> Czika Tihamér: Általános fogyasztóvédelmi szabályozások alkalmazása a román e-kereskedelemben In: Romániai Magyar Jogtudományi Közöny, 2008/13. sz. 73-74.

nemzetközi szintű átrendeződésének hatására napjainkra az on-line jelenlét már nem jelent előnyt, viszont annál nagyobb hátrányt, veszteséget eredményez a hiánya.

Legyen szó akár vállalkozásról, akár magánszemélyről, idő- és költségtakarékos alternatívát kínál az elektronikus út, az on-line környezet a hagyományos, off-line módozattal szemben. Az elektronikus úton tett jognyilatkozatok általános elfogadottságához komoly felkészülés szükséges a jogalkotó, a jogalkalmazó és a magánszemélyek részéről is.