

A fogyasztóvédelem szerepe az e-kereskedelemben

Keskeny Dávid

PhD-hallgató, Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar,
Kereskedelmi Jogi Tanszék, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar,
davidkeskeny@gmail.com

Absztrakt: Az e-kereskedelem térhódítása alapvetően megváltoztatta a fogyasztói szokásokat és a kereskedelmi gyakorlatot, ami új kihívásokat teremt a fogyasztóvédelem számára. Az online vásárlás során a fogyasztók nem tudják fizikailag ellenőrizni a termékeket, nehezebben tudják meggyőződni az eladó megbízhatóságáról, és gyakran bizonytalanok a jogérvényesítési lehetőségeiket illetően, különösen a határokon átnyúló ügyletek esetében. A tanulmány részletesen elemzi az e-kereskedelem sajátos fogyasztóvédelmi kockázatait, például a szerződéskötés átláthatóságának hiányát, a hiányos vagy félrevezető tájékoztatást, az adatvédelmi problémákat és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat az online térben. Kiemeli a tájékoztatási kötelezettségeket, a 14 napos elállási jogot és a személyes adatok védelmét, amelyet mind az uniós, mind a nemzeti jogszabályok megerősítenek. A digitális környezetben olyan új típusú visszaélések jelentek meg, mint a dinamikus árazás, a hamis értékelések, a sötét mintázás és az influencer marketing, amelyek további szabályozási és felügyeleti válaszokat igényelnek. A dokumentum bemutatja a fogyasztóvédelmi eszköztár alakulását: a jogszabályi keret mellett egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a technológiai megoldások, a fogyasztói tudatosság és az alternatív vitarendezési mechanizmusok. A hatékony fogyasztóvédelem kulcsa az adaptív szabályozás, a hatékony közérdekű jogérvényesítés, a digitális tudatosság és a nemzetközi együttműködés fejlesztése, amelyek együttesen biztosítják a biztonságos és fenntartható online kereskedelem fejlődését.

Kulcsszavak: *fogyasztóvédelem, adatvédelem, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, digitális szabályozás, online vitarendezés.*

1 Bevezetés

Az e-kereskedelem és a fogyasztóvédelem kapcsolata korunk egyik legaktuálisabb és legösszetettebb kérdése, amely számos jogi és gyakorlati kihívást vet fel. Az online vásárlás térnyerésével és a digitális piacok globalizációjával a fogyasztóvédelem hagyományos eszközei és megközelítései jelentős átalakuláson mennek keresztül.

Az e-kereskedelem robbanásszerű terjedése alapvetően megváltoztatta a fogyasztói szokásokat és a kereskedelmi gyakorlatot. Az online vásárlás során a fogyasztók nem tudják fizikailag megvizsgálni a terméket, nem tudnak személyesen konzultálni az eladóval, és gyakran nehezen tudják ellenőrizni a termék vagy az eladó eredetét, minőségét vagy megbízhatóságát. A digitális piacok globális jellege további kihívásokat jelent. A határokon átnyúló online ügyletek esetében a fogyasztók gyakran nem tudják, hogy melyik ország jogszabályai érvényesek, és jogviták esetén hogyan érvényesíthetik jogaikat. Ez a bizonytalanság alááshatja a fogyasztói bizalmat és akadályozhatja az e-kereskedelem további fejlődését. (Nagy, 2017)

Kutatásunk fő célja, hogy átfogó képet adjunk az e-kereskedelem fogyasztóvédelmi vonatkozásairól, azonosítsuk a főbb kihívásokat és feltárjuk a lehetséges megoldásokat. A következő kérdésekre összpontosítunk:

Milyen konkrét fogyasztói kockázatokat rejt az e-kereskedelem?

Hogyan lehet a fogyasztókat megfelelően tájékoztatni és védeni az online térben?

Milyen jogi és technológiai eszközök állnak rendelkezésre a fogyasztói jogok érvényesítésére az e-kereskedelemben?

Az elméleti háttérrel részletesen bemutatjuk, kitérve az e-kereskedelem fogalmára és jellemzőire, valamint a fogyasztóvédelem elveire és jogi háttérére. Ezt követően elemzem az e-kereskedelem által támasztott konkrét fogyasztóvédelmi kihívásokat, különös tekintettel az online szerződéskötés, a tájékoztatási követelmények, az adatvédelmi kérdések és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok problémáira.

A következőkben fogyasztóvédelmi eszközök és megoldások kerülnek bemutatásra, amelyek egyaránt kiterjednek a (uniós és nemzeti szintű) jogszabályokra, a technológiai megoldásokra és a fogyasztói tudatosság növelésének módjaira. Különös figyelmet fordítunk az alternatív vitarendezési mechanizmusokra, amelyek kulcsfontosságúak lehetnek a határokon átnyúló e-kereskedelemmel kapcsolatos viták hatékony rendezésében. (Lentner, 2012).

A kutatás jelentősége abban rejlik, hogy a fogyasztói bizalom és a hatékony fogyasztóvédelmi mechanizmusok elengedhetetlenek az e-kereskedelem további fejlődéséhez. Csak biztonságos és megbízható online kereskedelmi környezetben várható el, hogy a fogyasztók teljes mértékben kihasználják az e-kereskedelem nyújtotta lehetőségeket, és ezáltal hozzájárulnak a digitális gazdaság további növekedéséhez.

Kutatásunk fő célja, hogy átfogó képet adjunk az e-kereskedelem fogyasztóvédelmi aspektusairól... A kutatás során a jogszabáylelemzés, az esettanulmány-elemzés és a szakirodalmi áttekintés módszereit alkalmaztuk, figyelembe véve az Európai Unió és Magyarország vonatkozó jogszabályait és gyakorlatát.

2 Elektronikus kereskedelem

Az elektronikus kereskedelem (e-kereskedelem) az áruk és szolgáltatások elektronikus úton, elsősorban az interneten és számítógépes hálózatokon keresztül történő értékesítése, vásárlása vagy cseréje. Az elektronikus kereskedelem nemcsak a végfelhasználóknak történő értékesítést (B2C), hanem a vállalkozások közötti (B2B) tranzakciókat is magában foglalja:

1. Folyamatos elérhetőség: az online boltok általában a nap 24 órájában, az év 365 napján elérhetők.
2. Globális elérhetőség: a világ bármely pontjáról vásárolhat online.
3. Széles termékválaszték: a fizikai boltokkal ellentétben az online áruházak szinte korlátlan számú terméket kínálhatnak.
4. Személyre szabás: az online platformok lehetővé teszik az ügyfélélmény és az ajánlatok személyre szabását.
5. Gyors tranzakciók: az elektronikus fizetési rendszerek lehetővé teszik a gyors vásárlást.
6. Gazdag információ: részletes információk állnak rendelkezésre a termékekről és szolgáltatásokról.

Az e-kereskedelem gyors növekedése új kihívások elé állítja a fogyasztóvédelmet. Az információs aszimmetria és a fogyasztók kiszolgáltatottságának problémája az online térben sokkal hangsúlyosabb, mint a hagyományos kereskedelemben. (Miskolczi, 2016)

2.1 A fogyasztóvédelem alapelvei és jogi háttere

A fogyasztóvédelem célja a felek közötti egyensúly helyreállítása, a fogyasztók jogainak és érdekeinek képviselete és érvényesítése. A fogyasztói érdekek védelme az Európai Unióban öt alapelvre épül

1. A fogyasztók egészségének és biztonságának védelme
2. A fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme
3. Fogyasztói tájékoztatás és oktatás
4. A fogyasztói igények érvényesítése
5. Fogyasztói képviselet
6. (Az Európai Gazdasági Közösség Tanácsa, 1975)

Magyarországon a fogyasztóvédelem a következő jogszabályokon alapul:

1. 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről: ez a törvény tartalmazza a fogyasztóvédelem alapvető szabályait, beleértve a panaszok kezelését, az ügyfélszolgálatokra vonatkozó szabályokat és a békéltető testületek működését.
2. 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről: a Polgári Törvénykönyv szabályozza a szerződések általános szabályait, beleértve a fogyasztói szerződésekre vonatkozó különös rendelkezéseket.
3. 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról: ez a törvény tiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat, beleértve a megtévesztő és agresszív gyakorlatokat. 2012. évi LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről: ez a törvény biztosítja, hogy a forgalomba hozott termékek megfeleljenek a biztonsági és minőségi követelményeknek.
4. 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről: ez a törvény szabályozza az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokat.

2.2 Az e-kereskedelem és a fogyasztóvédelem közötti kapcsolat

Az e-kereskedelem és a fogyasztóvédelem szorosan összefügg, mivel az online vásárlás térhódítása új típusú fogyasztóvédelmi kihívásokat teremtett. Az e-kereskedelemben a fogyasztóknak fokozott védelemre van szükségük, mert:

1. Nem tudják fizikailag megvizsgálni a terméket vásárlás előtt.
2. Nehezebben tudják ellenőrizni az eladó megbízhatóságát.
3. A határokon átnyúló ügyletekben végrehajtási bizonytalanság léphet fel.

3 Az e-kereskedelem fogyasztóvédelmi kihívásai

Az e-kereskedelem gyors növekedése számos új fogyasztóvédelmi kihívást hozott magával. Ezek a kihívások elsősorban az online környezet sajátos jellegéből fakadnak, amely eltér a hagyományos kereskedelemtől.

Az online szerződéskötéssel kapcsolatos problémák

Az online szerződéskötés során a fogyasztók számos nehézséggel szembesülhetnek:

1. Átláthatatlan szerződési feltételek: az online platformok gyakran hosszú és bonyolult általános szerződési feltételeket (ÁSZF) tartalmaznak, amelyeket a fogyasztók ritkán olvasnak el figyelmesen.
2. Hibák a rendelési folyamat során: az online felületek nem mindig nyújtanak megfelelő lehetőséget a rendelési folyamat során felmerülő hibák kijavítására. Ez különösen akkor jelenthet problémát, ha a fogyasztó véletlenül rossz terméket vagy mennyiséget rendel. (Pusztahelyi, 2022)
3. A szerződéskötés időpontjának bizonytalansága: az online ügyletek esetében nem mindig egyértelmű, hogy a szerződéskötés pontosan mikor történik. Ez később vitákhoz vezethet a felek között. (Verebics, 2018)
4. Problémák a határokon átnyúló ügyletekkel kapcsolatban: az online kereskedelem gyakran nemzetközi jellegű, ami megnehezíti az alkalmazandó jog meghatározását és érvényesítését. (Nagy, 2017)

Információs követelmények az e-kereskedelemben

Az e-kereskedelem kulcsfontosságú eleme a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának biztosítása. Ennek hiánya vagy elégtelensége számos problémát okozhat:

1. Hiányzó termékinformációk: online vásárláskor a fogyasztók nem tudják fizikailag megvizsgálni a terméket. (Miskolczi, 2016)
2. Rejtett költségek: gyakori probléma, hogy az online kereskedők a vásárlási folyamat elején nem közlik egyértelműen az összes járulékos költséget (pl. szállítási díjak, kezelési költségek). (Miskolczi, 2018)
3. Az elállási joggal kapcsolatos nem megfelelő tájékoztatás: a fogyasztók 14 napos elállási jogáról szóló tájékoztatás az online vásárlások esetében gyakran hiányos vagy félrevezető.
4. Adatvédelmi tájékoztatási hiányosságok: az e-kereskedelmi oldalak gyakran nem nyújtanak megfelelő tájékoztatást a személyes adatok feldolgozásáról és védelméről. (Ling, 2018)

4 Adatvédelmi kérdések

Az adatvédelem az egyik legfontosabb és legösszetettebb kérdés az e-kereskedelemben, amely túlmutat a fogyasztók megfelelő tájékoztatásán. Az információs aszimmetria csökkentése és az egyértelmű tájékoztatás alapvető fontosságú a fogyasztói jogok érvényesítéséhez, de önmagában nem elegendő az adatbiztonság garantálásához. Az adatvédelmi szabályoknak való szigorú megfelelés és az adatokkal való visszaélések elleni hatékony védelem kulcsfontosságú a fogyasztói bizalom fenntartásához és az e-kereskedelem fenntartható növekedéséhez. A digitális gazdaságban a fogyasztók személyes adatai rendkívül értékesnek számítanak, mivel számos online vállalkozás üzleti modellje az adatgyűjtésre és -feldolgozásra épül. A nagy adatbázisok elemzése lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy pontosabb termékajánlatokat és célzott hirdetéseket kínáljanak, de ennek következtében új típusú adatvédelmi kockázatok jelennek meg.

4.1 Az adatgyűjtés és -felhasználás kockázatai

Az online platformok jelentős mennyiségű személyes adatot gyűjtenek a felhasználókról, gyakran anélkül, hogy a fogyasztók tisztában lennének azzal, hogy milyen információkat osztanak meg és milyen célokra használják fel azokat. A legtöbb e-kereskedelmi weboldal és mobilalkalmazás sütiket, nyomkövetőket és egyéb elemző eszközöket használ a felhasználók viselkedésére, vásárlási szokásaira és preferenciáira vonatkozó információk gyűjtésére. Bár ezek az adatok hozzájárulhatnak a jobb felhasználói élményhez, a nem megfelelő adatvédelem miatt a fogyasztók kiszolgáltatottá válhatnak az adatlopásnak és az adatokkal való visszaélésnek.

Tipikus adatvédelmi problémák az e-kereskedelemben:

- Hozzájárulás nélküli adatgyűjtés: sok webáruház nem ad egyértelmű választási lehetőséget a felhasználóknak arra vonatkozóan, hogy milyen adatokat kívánnak megosztani (Zódi, 2020).
- Adathalászat és visszaélések: egyes csalók és kiberbűnözők az e-kereskedelmi platformokat arra használják, hogy érzékeny adatokat, például hitelkártyaadatokat vagy személyes azonosító adatokat próbáljanak megszerezni. (Kárász, 2019)
- Átláthatatlan adatmegosztási gyakorlat: egyes online szolgáltatások a fogyasztók kifejezett hozzájárulása nélkül adják át az ügyféladatokat harmadik feleknek (például reklámcégeknek). (Forgács, 2021)
- Adatszivárgások és adatszivárgások: az elmúlt években több nagy e-kereskedelmi platform is hackertámadások célpontjává vált, és ezzel vásárlók millióinak adatai kerültek veszélybe. (Molnár, 2018)

4.2 A célzott reklámozás és profilalkotás etikai kérdései

A modern e-kereskedelem egyik legnagyobb előrelépése a mesterséges intelligencia (MI) alapú profilalkotás, amely lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy személyre szabott ajánlatokat nyújtsanak a vásárlóknak. A probléma az, hogy a fogyasztók gyakran nincsenek tudatában annak, hogy viselkedésüket, preferenciáikat, sőt érzelmi reakcióikat is folyamatosan elemzik. (Hoffmann, 2019)

A célzott reklámokkal kapcsolatos adatvédelmi aggályok:

- Diszkrimináció és manipuláció: A mesterséges intelligencia alapú rendszerek hátrányos helyzetbe hozhatnak bizonyos fogyasztói csoportokat, például azért, hogy bizonyos régiók vagy társadalmi-demográfiai jellemzők alapján magasabb árakat mutatsanak. (Nagy, 2022)
- Adatgyűjtés a felhasználók tudta nélkül: az algoritmusok sok esetben nemcsak az online vásárlási előzményeket, hanem a közösségi média aktivitást és a böngészési előzményeket is felhasználják. (Kovács, 2020)
- A felhasználói magatartás befolyásolása: a digitális környezetben használt úgynevezett "sötét mintás" tervezési elemek manipulálhatják a vásárlókat, hogy olyan döntéseket hozzanak, amelyeket egyébként nem hoznának meg (pl. drágább termék vásárlása, hosszabb előfizetés). (Luguri, 2021)

4.3 Adatvédelmi és végrehajtási nehézségek

Bár az Európai Unió általános adatvédelmi rendelete (GDPR) jelentős előrelépést hozott az adatvédelem terén, a fogyasztók gyakran még mindig nehezen tudják érvényesíteni jogaikat. (Sándor, 2019)

Jogi és gyakorlati akadályok:

- Sok esetben a fogyasztók nincsenek megfelelően tájékoztatva arról, hogyan kérhetik adataik törlését vagy módosítását. (Tóth, 2020)
- A határokon átnyúló e-kereskedelmi ügyekben a jogérvényesítés továbbra is problematikus, mivel a különböző országok eltérő adatvédelmi szabályokat alkalmazhatnak.
- A vállalatok gyakran hosszú és összetett adatvédelmi irányelvekkel rendelkeznek, amelyeket a fogyasztók nem olvasnak el. (Révész, 2021)

5 Lehetséges megoldások a fogyasztók védelmére

Az adatvédelmi kockázatok csökkentése érdekében szükség van a jogszabályok és a technológiai megoldások összehangolására. (Solymosi, 2021)

A fogyasztók védelmét elősegítő intézkedések:

1. Átlátható adatkezelési gyakorlatok bevezetése: a vállalatoknak könnyen érthető és rövid adatvédelmi tájékoztatókat kell biztosítaniuk. (Csányi, 2022)
2. Szigorúbb szabályozás és végrehajtás: a hatóságoknak nagyobb figyelmet kell fordítaniuk az adatvédelmi jogsértések felderítésére és szankcionálására. (Ling, 2018)
3. A kiberbiztonsági intézkedések megerősítése: az e-kereskedelmi oldalaknak a biztonság növelése érdekében kötelezővé kell tenniük a kétfaktoros hitelesítést és az SSL/TLS titkosítást. (Nagy, 2017)
4. A fogyasztók tudatosságának növelése: a fogyasztókat felvilágosító kampányok és online tananyagok segítségével fel kell világosítani a digitális világ veszélyeiről és jogairól. (Kovács, 2022)

Az adatvédelem túlmutat a fogyasztók tájékoztatásán: az adatok gyűjtése, feldolgozása és védelme összetett jogi és technológiai kihívásokat jelent, amelyeket folyamatosan frissített szabályozásokkal és innovatív megoldásokkal kell kezelni. A digitális gazdaságban az adatbiztonság a fogyasztóvédelem egyik sarokköve, amely nélkül az e-kereskedelemben vetett bizalom aláásható.

Az elektronikus kereskedelem nagy mennyiségű személyes adat feldolgozásával jár, ami számos adatvédelmi kockázatot rejt magában:

1. Az adatgyűjtés és -felhasználás átláthatóságának hiánya: a fogyasztók gyakran nincsenek tisztában azzal, hogy az e-kereskedelmi platformok milyen adatokat gyűjtenek és használnak fel.
2. Adatbiztonsági kockázatok: az online kereskedők által tárolt személyes és pénzügyi adatok vonzó célpontot jelentenek a kiberbűnözők számára. (Kriesch, 2014)
3. Profilalkotás és személyre szabott reklám: a profilalkotás és az összegyűjtött adatokon alapuló célzott reklám etikai és adatvédelmi kérdéseket vet fel. (Leszczyńska, 2024)
4. Határokon átnyúló adattovábbítás: a nemzetközi e-kereskedelemben az adatok gyakran mozognak különböző joghatóságok között, ami megnehezíti a megfelelő adatvédelmi szabályok betartását és nyomon követését. (Rolland, 2016)

Az elektronikus kereskedelemben a fogyasztóvédelemnek több formája van:

1. Tájékoztatási kötelezettség: az online kereskedőknek részletes tájékoztatást kell nyújtaniuk a termékekről, az árakról, a szállítási feltételekről és az üzleti adatokról.
2. Elállási jog: a fogyasztóknak joguk van 14 napon belül indoklás nélkül elállni az online vásárlástól.
3. Adatvédelem: a GDPR bevezetésével szigorúbb szabályok vonatkoznak a személyes adatok kezelésére az e-kereskedelemben.
4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma: a félrevezető vagy agresszív kereskedelmi gyakorlatok alkalmazása az online térben is tilos.
5. Alternatív vitarendezés: az online vitarendezési platform bevezetése megkönnyítette a határokon átnyúló fogyasztói jogviták rendezését.

A fentiek a hagyományos fogyasztóvédelemben meglévő, bevett jogintézmények, de az e-kereskedelem folyamatos fejlődése azt jelenti, hogy a fogyasztóvédelmi jogszabályoknak is folyamatosan alkalmazkodniuk kell az új kihívásokhoz. A digitalizáció kihívásainak leküzdése az uniós fogyasztóvédelmi szabályok végrehajtásának javítása és korszerűsítése érdekében történő módosításáról szóló 2019/2161/EU irányelv egyik fő célkitűzése is. A jövőben további szabályozási kihívások várhatóak, különösen az olyan új technológiák, mint a mesterséges intelligencia vagy a blokklánc alkalmazása. Az e-kereskedelem és a fogyasztóvédelem közötti kapcsolat folyamatos fejlesztése alapvető fontosságú a fogyasztói bizalom erősítése és a digitális gazdaság további növekedése szempontjából.

6 Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok az online környezetben

Az online környezet sajátosságai új lehetőségeket teremtettek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok számára:

1. Tisztességtelen árképzési technikák: az online kereskedők gyakran alkalmaznak olyan árképzési technikákat (pl. dinamikus árképzés, személyre szabott árképzés), amelyek megtéveszthetik a fogyasztókat. (Bara, 2009)
2. Hamis vélemények és értékelések: az online vélemények és értékelések manipulálása komoly probléma, mivel jelentős hatással van a fogyasztói döntésekre. (Nehf, 2016)

3. Sötét minták: az online felületek olyan tervezési elemei, amelyek manipulálják vagy megtévesztik a felhasználókat, például nehezen megtalálható opt-out lehetőségek vagy kényszerített regisztráció formájában. (Luguri- Strahilevitz, 2021)
4. Az influencer marketing átláthatatlansága: az influencer marketing a közösségi médiában gyakran nem teszi egyértelművé a reklámtartalmat, félrevezetve ezzel a fogyasztókat. (Spencer, 2016)

Fogyasztóvédelmi eszközök az e-kereskedelemben

Az alábbiakban áttekintjük az e-kereskedelem területén alkalmazható főbb fogyasztóvédelmi eszközöket.

Jogszabályok (uniós és nemzeti)

Az Európai Unió és Magyarország számos törvényt fogadott el az elektronikus kereskedelem fogyasztóvédelmi vonatkozásainak szabályozására:

1. Az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU irányelve a fogyasztók jogairól: ez az irányelv harmonizálja a távollévők között kötött szerződésekre vonatkozó szabályokat, beleértve az e-kereskedelmet is. Fontos eleme a fogyasztók 14 napos elállási joga.
2. Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/2161 irányelve: ez az irányelv tovább szigorítja a fogyasztóvédelmi szabályokat, különösen az online piacterek és az összehasonlító weboldalak tekintetében.
3. 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről: ez a törvény szabályozza az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokat Magyarországon, beleértve a szolgáltatók tájékoztatási kötelezettségeit és a fogyasztók jogait.
4. 45/2014 (II. 26.) Kormányrendelet a fogyasztók és a vállalkozások közötti szerződések részletes szabályairól: ez a rendelet részletesen szabályozza a távollévők között kötött szerződéseket, beleértve az elállási jogot és a tájékoztatási kötelezettségeket. (Miskolczi, 2015)

7 Technológiai megoldások

A biztonságos fizetési rendszerek kulcsfontosságúak az e-kereskedelemben a fogyasztóvédelem szempontjából.

1. SSL/TLS titkosítás: ez a technológia biztosítja a biztonságos adatátvitelt a fogyasztó és a kereskedő között. (Kriesch, 2014)

2. Tokenizálás: ez a módszer lehetővé teszi az érzékeny fizetési adatok biztonságos tárolását és továbbítását. (Luguri- Strahilevitz, 2021)
3. Kétfaktoros hitelesítés: ez a módszer egy plusz biztonsági szintet ad a fizetési folyamathoz, csökkentve a csalás kockázatát. (Ling, 2018)
4. Mesterséges intelligencia alapú csalásfelismerés: a mesterséges intelligencia és a gépi tanulás segítségével a rendszerek képesek azonosítani a gyanús tranzakciókat és megelőzni a csalást. (Nagy, 2017)

A fogyasztói tudatosság növelése

A fogyasztók oktatása és tájékoztatása kulcsfontosságú az e-kereskedelem biztonságának növeléséhez:

1. Felvilágosító kampányok: a hatóságok és a fogyasztóvédelmi szervezetek rendszeresen indítanak kampányokat, hogy tájékoztassák a fogyasztókat az online vásárlás kockázatairól és jogaikról.
2. Online platformok: számos weboldal és alkalmazás nyújt tájékoztatást a fogyasztóknak az e-kereskelemmel kapcsolatos jogaikról és kötelezettségeikről.
3. Fogyasztóvédelmi chatbotok: egyre több vállalat használ chatbotokat, hogy azonnali választ adjanak a fogyasztók kérdéseire, és segítsenek nekik megérteni a jogukat. (Ling, 2018)
4. Iskolai programok: több ország már beépítette az online fogyasztóvédelmi oktatást az iskolai tantervbe. (Kriesch, 2014)

Alternatív vitarendezési mechanizmusok

Az alternatív vitarendezési mechanizmusok gyors és költséghatékony megoldást kínálnak az e-kereskedelmi viták rendezésére.

1. Ilyen lehet az online vitarendezési platform: az Európai Unió által létrehozott platform lehetővé teszi a fogyasztók és a kereskedők közötti online vitarendezést. (Verebics, 2018)
2. E-közvetítés: Az online közvetítés lehetővé teszi a felek közötti közvetítést egy semleges harmadik fél közvetítésével, anélkül, hogy személyesen kellene találkozniuk. (Nagy, 2017)
3. Online választottbíráskodás: ez a módszer lehetővé teszi a viták gyors és kötelező érvényű rendezését egy online választottbíró segítségével. (Miskolczy, 2016)
4. Belső panaszkezelő rendszerek: számos e-kereskedelmi platform rendelkezik saját panaszkezelő rendszerrel, amely lehetővé teszi a viták gyors és hatékony megoldását a platformon belül. (Ling, 2018)

Elmondható, hogy az e-kereskedelem fogyasztóvédelmi eszköztára folyamatosan fejlődik és bővül. A jogi szabályozás, a technológiai megoldások, a fogyasztói

tudatosság és az alternatív vitarendezési mechanizmusok együttesen biztosítják a fogyasztók védelmét az online térben. Fontos azonban megjegyezni, hogy az e-kereskedelem gyors fejlődése azt jelenti, hogy ezeket az eszközöket folyamatosan felül kell vizsgálni és az új kihívásokhoz kell igazítani.

8 Esettanulmányok az e-kereskedelem fogyasztóvédelmének vonatkozásában

Az e-kereskedelmi ágazatban az elmúlt években számos érdekes eset és sikeres fogyasztóvédelmi intézkedés született. Az alábbiakban részletesen bemutatok és elemzek néhány konkrét példát.

Amazon EU Sàrl ügy

2019-ben az Európai Unió Bírósága (EUB) a C-649/17. számú ügyben (Amazon EU Sàrl) hozott ítéletet. Az ügyben a Német Fogyasztóvédelmi Egyesület azt kifogásolta, hogy az Amazon a fogyasztók jogairól szóló 2011/83/EU irányelv 6. cikkének (1) bekezdését megsértve a szerződés megkötése előtt nem bocsátotta a fogyasztók rendelkezésére a telefonszámát. Az EUB úgy döntött, hogy az e-kereskedelmi platformok nem minden esetben kötelesek telefonszámot biztosítani, de kötelesek olyan hatékony kommunikációs eszközt biztosítani, amely lehetővé teszi a fogyasztók számára a gyors és hatékony kapcsolatfelvételt. Az ítélet szerint a telefonos elérhetőség hiánya nem feltétlenül jelent jogsértést, ha a vállalkozás más egyenértékű kommunikációs csatornát (pl. chat, e-mail) biztosít. Az ügy tanulsága, hogy a fogyasztóvédelmi szabályoknak alkalmazkodniuk kell a technológiai fejlődéshez, a vállalkozásoknak pedig rugalmasan kell alkalmazkodniuk a fogyasztói igényekhez, miközben hatékony kommunikációt kell biztosítaniuk.

OYO foglalási alkalmazás

2020 szeptemberében az indonéz Nemzeti Fogyasztóvédelmi Ügynökség (BPKN) számos fogyasztói panaszt kapott az OYO foglalási alkalmazással kapcsolatban. Ez az eset jól szemlélteti az e-kereskedelem fogyasztóvédelem határokön átnyúló kihívásait, mivel az OYO székhelye nem Indonéziában található. (Darmadi, et al, 2020)

A panaszok főként félrevezető reklámra, a szolgáltatás rossz minőségére és a panaszkezelés nehézkes voltára vonatkoztak. Az eset rávilágított a határokon átnyúló hatékony fogyasztóvédelmi együttműködés különös fontosságára a globális e-kereskedelmi platformokkal összefüggésben.

Valve Corporation ügy

Az Ausztrál Versenyhivatal (ACCC) pert indított a Valve Corporation, a Steam online játéklplatform üzemeltetője ellen. A panasz szerint a Valve megsértette az ausztrál fogyasztóvédelmi törvényt, mivel nem biztosította a fogyasztók számára a visszatérítési jogot. Bár a Valve azzal érvelt, hogy nem tartozik az ausztrál joghatóság alá, a bíróság megállapította, hogy a vállalat Ausztráliában folytat üzleti tevékenységet, ezért az ausztrál fogyasztóvédelmi szabályok hatálya alá tartozik. ((No 3) [2016] FCA 196)

Ez az ügy fontos precedenst teremtett a külföldi székhelyű e-kereskedelmi vállalatok azon kötelezettségével kapcsolatban, hogy a helyi fogyasztóvédelmi szabályoknak megfeleljenek azokon a piacokon, ahol szolgáltatásaikat kínálják.

9 Fogyasztóvédelmi jogszabályok

2018-ban az Európai Unió blokkolásellenes rendeletet fogadott el, amely megtiltja az online kereskedőknek, hogy a fogyasztókat állampolgárságuk, lakóhelyük vagy letelepedési helyük alapján tisztességtelenül megkülönböztessék. Ez az intézkedés jelentősen javította a határokon átnyúló e-kereskedelem feltételeit az EU-n belül, és megerősítette a fogyasztói jogokat. (Az (EU) 2018/302 rendelet)

Digitális szolgáltatási rendelet DSA

2022-ben az EU elfogadja a digitális szolgáltatásokról szóló rendeletet, amely szigorúbb szabályokat állapít meg az online platformok számára az illegális tartalom, az átláthatóság és a fogyasztóvédelem területén. A jogszabály többek között arra kötelezi a nagy online platformokat, hogy rendszeresen értékeljék és mérsékeljék a rendszereikből eredő kockázatokat, beleértve a fogyasztóvédelmi kockázatokat is. (Az (EU) 2022/2065 rendelet)

Kínai e-kereskedelmi jog

Kína 2019-ben új e-kereskedelmi törvényt léptetett életbe (E-commerce Law of the People's Republic of China, 2018), amely szigorú szabályokat állapít meg az online kereskedők számára. A törvény többek között arra kötelezi a platformokat, hogy ellenőrizzék a rajtuk keresztül értékesítő kereskedők engedélyeit, és vállalják a felelősséget a hamisított termékek értékesítéséért. Ez az intézkedés jelentősen javította a fogyasztóvédelmi helyzetet a kínai e-kereskedelmi piacon.

Az indiai e-kereskedelem szabályai

2020-ban India új szabályokat vezetett be az e-kereskedelmi ágazatra vonatkozóan (Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020, India), amelyek többek között

előírják, hogy az online platformok kötelesek feltüntetni a termékek származási országát. Ez az intézkedés növelte az átláthatóságot és segítette a fogyasztókat abban, hogy megalapozott döntéseket hozzanak. Ezek az esettanulmányok és sikeres intézkedések azt mutatják, hogy az e-kereskedelem fogyasztóvédelme folyamatosan fejlődő terület, amely folyamatos figyelmet és innovatív megközelítéseket igényel a jogalkotóktól és a szabályozóktól. A globális e-kereskedelmi piac sajátosságai - például a határokon átnyúló ügyletek és a gyorsan változó technológiai környezet - olyan különleges kihívásokat jelentenek, amelyekre a hagyományos fogyasztóvédelmi eszközök nem mindig adnak megfelelő választ. A bemutatott esetek azt is mutatják, hogy a sikeres fogyasztóvédelmi intézkedések gyakran nemzetközi együttműködést és a szabályozási keretek folyamatos felülvizsgálatát igénylik

Következtetések és javaslatok

Az e-kereskedelem gyors növekedésével egyre fontosabbá válik a fogyasztóvédelem az online térben. A tanulmány áttekintette az e-kereskedelem területén felmerülő főbb fogyasztóvédelmi kihívásokat és eszközöket. A legfontosabb megállapítások a következők:

1. Továbbra is problémát jelent a szerződési feltételek átláthatóságának hiánya és a fogyasztók nem megfelelő tájékoztatása az online szerződéskötések során.
2. A tájékoztatási követelmények terén a termékinformációk gyakran hiányosak, és a további költségek nem egyértelműek.
3. Az adatvédelem és az adatbiztonság kulcsfontosságú kérdések, különösen a személyes adatok gyűjtése és felhasználása tekintetében.
4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok új formái jelennek meg az online térben, mint például a sötét minták vagy a félrevezető árképzési technikák.
5. A határokon átnyúló e-kereskedelem további kihívásokat jelent a végrehajtás és a fogyasztóvédelmi szabályok harmonizációja szempontjából.

Javaslatok az elektronikus kereskedelemben a fogyasztóvédelem hatékonyságának javítására

1. A szabályozási környezet javítása: a meglévő fogyasztóvédelmi jogszabályokat folyamatosan felül kell vizsgálni és aktualizálni kell, hogy figyelembe vegyék az elektronikus kereskedelem sajátosságait. Különös figyelmet kell fordítani az új technológiák, például a mesterséges intelligencia vagy a blokklánc használatának szabályozására.
2. Hatékonyabb jogérvényesítés: a fogyasztóvédelmi hatóságokat fel kell ruházni az online jogsértések felderítéséhez és szankcionálásához

szükséges erőforrásokkal és technológiával. Fontos továbbá a határokon átnyúló együttműködés megerősítése a nemzetközi e-kereskedelmi ügyek hatékony kezelése érdekében.

3. A fogyasztók tudatosságának növelése: átfogó oktatási és tájékoztatási programokat kell kidolgozni a fogyasztók digitális írástudásának javítása érdekében. Ezeknek tartalmazniuk kell az online vásárlás során érvényesülő jogokkal és kötelezettségekkel kapcsolatos információkat, valamint a biztonságos internethasználat alapjait.
4. Alternatív vitarendezési mechanizmusok fejlesztése: az online vitarendezési (ODR) platformok további fejlesztése és népszerűsítése kulcsfontosságú a gyors és költséghatékony jogorvoslat biztosításához.
5. Az adatvédelmi szabályozás szigorítása: a GDPR elveinek következetes alkalmazása mellett szükség lehet további, kifejezetten az e-kereskedelemre vonatkozó adatvédelmi szabályok bevezetésére.
6. Technológiai megoldások előmozdítása: a biztonságos fizetési rendszerek, a blokklánc-alapú nyomon követhetőség és a mesterséges intelligencia alapú csalásfelismerés fejlesztésének támogatása állami ösztönzők és K+F programok révén.
7. A nemzetközi együttműködés erősítése: az OECD-n és az EU-n belüli együttműködésen túlmenően kétoldalú megállapodások megkötése a főbb e-kereskedelmi partnerországokkal a fogyasztóvédelmi szabályok harmonizálása érdekében.

További kutatási irányokra van szükség a következő területeken

1. A mesterséges intelligencia és a gépi tanulás hatása a fogyasztói döntéshozatalra és az e-kereskedelmi gyakorlatra.
2. A blokklánc technológia lehetséges alkalmazásai az e-kereskedelmi tranzakciók biztonságának fokozására és a termékek hitelességének ellenőrzésére.
3. A közösségi médiaplatformok és az influencer marketing fogyasztóvédelmi vonatkozásainak vizsgálata.
4. Az IoT (tárgyak internete) eszközök elterjedésének hatása az e-kereskedelemre és a fogyasztók magánéletére.
5. A virtuális és kiterjesztett valóság (VR/AR) alkalmazások fogyasztóvédelmi kihívásainak feltérképezése az e-kereskedelemben.
6. Az online platformok felelősségének újragondolása a harmadik fél termékei és szolgáltatásai tekintetében.
7. A személyre szabott árképzés és a dinamikus árképzés fogyasztóvédelmi és versenyjogi vonatkozásainak vizsgálata.

8. A határokon átnyúló e-kereskedelem jogi és gyakorlati akadályainak azonosítása, különös tekintettel a fejlődő országokra.
9. Módszertan kidolgozása az e-kereskedelmi fogyasztóvédelem hatékonyságának mérésére és nemzetközi összehasonlító elemzések készítése.
10. Az elektronikus kereskedelemben a fogyasztói magatartás változásainak longitudinális vizsgálata, különös tekintettel a COVID-19 járvány utáni időszakra.

Összefoglalva, az e-kereskedelem fogyasztói kihívásainak kezelése komplex megközelítést igényel. A jogalkotóknak, a fogyasztóvédelmi hatóságoknak és maguknak az e-kereskedelmi vállalatoknak is folyamatosan alkalmazkodniuk kell a változó technológiai környezethez és a fogyasztói elvárásokhoz. A digitális gazdaság fenntartható fejlődéséhez és a fogyasztói bizalom erősítéséhez elengedhetetlen a hatékony fogyasztóvédelem az online térben.

Hivatkozások

- [1] Ackoff, R. L. (1989) Az adatoktól a bölcsességig. *Journal of Applied Systems Analysis*, 16, 3-9.
- [2] Az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU irányelve a fogyasztók jogairól, Brüsszel, Európai Unió, 2011.
- [3] Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/2161 irányelve az uniós fogyasztóvédelmi szabályok jobb végrehajtásáról és korszerűsítéséről, Brüsszel, Európai Unió, 2019.
- [4] 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről, Budapest, Országgyűlés, 1997.
- [5] 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről, Budapest, Magyar Országgyűlés, 2013.
- [6] 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról, Budapest, Magyar Országgyűlés, 2008.
- [7] 2012. évi LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről, Budapest, Országgyűlés, 2012.
- [8] 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről, Budapest, Országgyűlés, 2001.
- [9] 45/2014 (II. 26.) Korm. rendelet a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól, Budapest, Magyarország Kormánya, 2014.
- [10] CJEU (az Európai Unió Bírósága): Amazon EU Sàrl, Luxemburg, 2019.

- [11] Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/302 rendelete az indokolatlan földrajzi blokkolás kezeléséről, Brüsszel, Európai Unió, 2018.
- [12] Digitális szolgáltatásokról szóló törvény (DSA), (EU) 2022/2065 rendelet, Brüsszel, Európai Unió, 2022.
- [13] A Kínai Népköztársaság elektronikus kereskedelemről szóló törvénye, Peking, Nemzeti Népi Kongresszus, 2019.
- [14] E-commerce Rules of India, Újdelhi, India kormánya, 2020.
- [15] Miskolczi Bodnár Péter, Fogyasztóvédelmi jog I-II, Patrocinium Kiadó, 2016. 78.o.
- [16] 1975. április 14-én az Európai Gazdasági Közösség Tanácsa elfogadta az első fogyasztóvédelmi programot, amely a fogyasztói jogok közös piacának Magna Chartája néven ismert.
- [17] Pusztahelyi Réka: Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok és a fogyasztók kiszolgáltatottsága a digitális piacon, Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok, 2022. pp. 43-46.
- [18] Verebics János: Gazdaság és Jog, 2018. 79. o.
- [19] Nagy Zoltán: Problémafelvetés a pénzügyi fogyasztóvédelem területén, Miskolci Jogi Szemle, 2017. 77-82. o.
- [20] Miskolczi Bodnár Péter: Patrocinium Kiadó, 2016. 123-124.o.
- [21] Miskolczi Bodnár Péter: Fogyasztóvédelmi szabályok a Ptk.-ban, Magyar Jog, 2018. 29.o.
- [22] Ling Fruzsina: A digitális világ fogyasztói ügyleti döntésre gyakorolt hatása, Opuscula Iuvenum, 2018. 54-57. o.
- [23] Zódi Zsolt: Szám, 15-27. o., Infokommunikáció és Jog, 2020, 2. szám, 15-27. o.
- [24] Kárász Anikó: Kiberbiztonsági kihívások az online kereskedelemben: A fogyasztók védelmének lehetőségei, Miskolci Jogi Szemle, 2019, 1. szám, 45-59. o.
- [25] Forgács Anna: A személyes adatok üzleti célú felhasználása az e-kereskedelemben: Etikai és jogi dilemmák, Közgazdasági Szemle, 2021, 3. szám, 72-89. o.
- [26] Molnár Gábor: szám, 98-112. o.
- [27] Hoffman Márton: szám, 102-118. o.
- [28] Nagy Máté: Szám, 33-46. o.
- [29] Kovács Tamás: szám, 58-73. o.

- [30] Luguri, Jamie - Strahilevitz, Lior Jacob: Journal of Legal Analysis, 2021, 13. sz. 43-66. o.
- [31] Sándor István: Infokommunikáció és Jog, 2019, 3. szám, 21-34. o.
- [32] Tóth Andrea: Az adatvédelmi jogérvényesítés határon átnyúló problémái és a nemzetközi együttműködés lehetőségei," Európai Jog, 2020, 2. szám, 89-105. o.
- [33] Révész László: Fogyasztóvédelem és adatbiztonság: Az állami szerepvállalás dilemmái, Állam- és Jogtudomány, 2021, 1. szám, 55-69. o.
- [34] Solymosi Balázs: A digitális fogyasztóvédelem szabályozási irányai az Európai Unióban, Európai Szemle, 2021, 2. szám, 75-91. o.
- [35] Csányi Gábor: szám, 112-129. o.
- [36] Ling Fruzsina: Opuscula Iuvenum, 2018, 1. szám, 23-38. o.
- [37] Nagy Zoltán: Szám, 2017, 2. szám, 89-101. o.
- [38] Kovács László: A fogyasztói tudatosság megjelenése a fogyasztóvédelemben. In: Kovács L. (szerk.), Marketing és fogyasztóvédelem, Budapest: Kovács L. (szerk.), Marketing és fogyasztóvédelem: Akadémiai Kiadó, 2022. 45-60. o.
- [39] Kriesch Attila: Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2014. 46. o.
- [40] Monika Leszczyńska: Columbia Law School, 2024. pp. 102-120.
- [41] Sonia E. Rolland: Research Handbook on Electronic Commerce Law, 2016. pp. 55-61.
- [42] Bara Zoltán: Versenytükör 2009. XL. ÉVF. 2009. 5. szám 2-17.o.
- [43] James P. Nehf: Research Handbook on Electronic Commerce Law, 2016) 43-44. o.
- [44] Jamie Luguri, Lior Jacob Strahilevitz, Shining a Light on Dark Patterns, Journal of Legal Analysis, 2021. pp. 42-50.
- [45] Shaun B. Spencer: Research Handbook on Electronic Commerce Law, 2016. 75. o.
- [46] Kriesch Attila: Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2014. 21. o.
- [47] Jamie Luguri, Lior Jacob Strahilevitz: Journal of Legal Analysis, 2021. pp. 105-107.
- [48] Ling Fruzsina: A digitális világ fogyasztói ügyleti döntésre gyakorolt hatása, Opuscula Iuvenum, 2018. 67. o.

- [49] Nagy Zoltán: Problémafelvetés a pénzügyi fogyasztóvédelem területén, Miskolci Jogi Szemle, 2017. 87-88. o.
- [50] Ling Fruzsina: A digitális világ fogyasztói ügyleti döntésre gyakorolt hatása, Opuscula Iuvenum, 2018. 41. o.
- [51] Kriesch Attila: E-kereskedelem és fogyasztóvédelem, Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, 2014) 24. o.
- [52] Verebics János: Gazdaság és Jog, 2018. 67. o.
- [53] Nagy Zoltán: Problémafelvetés a pénzügyi fogyasztóvédelem területén, Miskolci Jogi Szemle, 2017. 23-24. o.
- [54] Miskolczi Bodnár Péter: Budapest, Patrocinium Kiadó, 2016). 124.
- [55] Ling Fruzsina: A digitális világ fogyasztói ügyleti döntésre gyakorolt hatása, Opuscula Iuvenum, 2018. 42. o.
- [56] Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. kontra Amazon EU Sàrl, C-649/17, ECLI:EU:C:2019:576.
- [57] Durianto Darmadi, Riyadi Slamet, Santiago Faisal, Fogyasztóvédelem az elektronikus kereskedelemben: Proceedings of the 1st International Conference on Law and Human Rights 2020. pp. 120-122.
- [58] Australian Competition and Consumer Commission kontra Valve Corporation (No 3) [2016] FCA 196.
- [59] Az (EU) 2018/302 európai parlamenti és tanácsi rendelet
- [60] Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete.
- [61] A Kínai Népköztársaság elektronikus kereskedelemről szóló törvénye, 2018.
- [62] Fogyasztóvédelmi (e-kereskedelmi) szabályok, 2020, India.