



NEMZETI
KÖZSZOLGÁLATI EGYETEM
ÁLLAMTUDOMÁNYI ÉS KÖZIGAZGATÁSI KAR
CIVILISZTIKAI INTÉZET

OPUSCULA IUVENUM EXCELLENTISSIMA

Szokol László

*Alaptalan félelmek – az online jogi
környezet a fogyasztó szemszögéből*

2017/3.



Szokol László¹

Alaptalan félelmek

– az online jogi környezet a fogyasztó szemszögéből

„Könnyen ítél az, aki nem hatol a dolgok mélyére”

/Száraz Miklós György/

1. BEVEZETÉS

Munkám megírása előtt elhatároztam, hogy csak olyan kérdéskört dolgozok fel, amely nem általánosságban, az elvek szintjén, az egyén szemszögéből nézve elvontan vetődik fel, hanem konkrétan kapcsolódik a hétköznapi dolgokhoz, a mindennapok történéseihez és azon túl még valamilyen „személyes kötődésem” is van hozzá. És hol máshol találhatnék ilyenre, mint az emberek életét ezer meg ezer szállal átszövő polgári jog világában? Azt pedig, hogy a magánjog területén belül miért éppen az atipikus szerződések, illetve azokon belül különösen a távollevők között kötött szerződések és ezek fogyasztóvédelmi aspektusai képezik a dolgozatom témáját, egy családi vonatkozás inspirálta, nevezetesen a két lányom internetes vásárlási szokásainak kialakulása és átalakulása.

Elöljáróban meg kell mondanom, hogy valószínűleg az életkoromnak is köszönhetően, de főleg az egyéni beállítottságomból adódóan soha nem voltam, nem vagyok és valószínűleg már nem is leszek sem az internet, sem az IT-technológiák, sem pedig a digitális társadalom feltétlen híve. Ebből következően már évekkel ezelőtt is ellenérzéssel figyeltem, ahogy a saját gyermekeim és mondhatni az összes általam ismert gyermek életében egyre növekvő és mind inkább meghatározó szerepre tesz szert az internet lépésről lépésre megváltoztatva az életük szinte valamennyi részét, kezdve a tanulási szokásaiktól egészen a társas kapcsolataikig. A webshopok „felfedezése” csak idő kérdése volt számukra. Egy szülő számára ez már új kihívást jelentett, és az addigi nemtetszés komoly aggodalomná nőtt, melynek alapja a bizalmatlanság az internetes üzletekkel szemben. Okkal vagy ok nélkül, de párhuzamba állítottam a jelenséget

¹ III. éves közigazgatás-szervező BA-szakos hallgató, konzulens: Prof. Dr. Papp Tekla



a 90-es évek elején Magyarországon kialakuló piacgazdasági viszonyokkal, illetve azok anomáliáival, melyeket talán némi túlzással vadkapitalizmusnak is emlegetnek egyesek. Akkoriban a gazdasági élet minden területén tömegével jelentek meg az újabb és újabb piaci szereplők, melyek közül néhány azzal a céllal jött létre, hogy megtévesztő, tisztességtelen vagy nem ritkán csalárd módszereket alkalmazva tegyenek szert minél több haszonra. Céljuk megvalósítását nagyban segítette, hogy a megelőző évtizedek terv- és hiánygazdaságát felváltó addig ismeretlen és újszerű gazdasági, pénzügyi és társadalmi mechanizmusok – elsősorban jogi – szabályozása képtelen volt lépést tartani a változások ütemével úgy időben mint minőségben, ráadásul az átlagemberek fogyasztói kultúrája a minimális szinten volt, vagy egyáltalán ki sem alakult. Rengetegen lettek áldozatai, károsultjai ennek az időszaknak, amit ma már nagyvonalúan csak a kialakuló fogyasztói társadalom gyermekbetegségei között emlegetünk.

Ezek az előzmények alapozták meg fenntartásaimat az internetes vásárlással szemben, hiszen ennek újszerűsége, robbanásszerű és radikális változásokat előidéző terjedése sokban hasonlít a kezdeti piacgazdaság néhány jelenségére, melyekhez számos kellemetlen tapasztalat kapcsolódik. Az akkor aktuális kérdések számomra mit sem veszítettek időszerűségükből.

2. A FOGYASZTÓVÉDELMI SZEMLELET KIALAKULÁSA

„Legyen hiteles a mérleged, hiteles a súlyod, hiteles a mértéked, hiteles a vékdád!”^{2 3}

A fogyasztóvédelemmel foglalkozó tanulmányok jó része ezt tekinti az első fogyasztóvédelmi tárgyú szövegnek. A bibliai idézet egyértelműen arra utal, hogy a fogyasztóvédelem igénye régóta, gyakorlatilag az árucserre, majd a kereskedelem megjelenésével kezdődően része az életünknek. Vitathatatlan, hogy a bibliai „fogyasztóvédelem” és korunk fogyasztóvédelme között a különbség óriási, amaz a mai értelemben nyilvánvalóan nem is nevezhető így. A mai értelemben használt fogyasztóvédelem a fogyasztói társadalom terméke. Kopátsy Sándor⁴

² http://nfhforum.hu/informaciok_bemutakozas-hu [utolsó letöltés dátuma: 2016.12.31.]

³ Biblia, Leviták könyve 19. fejezet - Szent István Társulati Biblia [<http://szentiras.hu/SZIT/Lev19>; utolsó letöltés időpontja: 2016.12.28.] (A Károli-féle bibliafordítás szövege szerint: „Igaz mérték, igaz font, igaz efa, és igaz hin legyen közöttetek”)

⁴ Kopátsy Sándor a XX. század egyik legismertebb, rendszereken átívelő magyar közgazdásza, aki már Nagy Imre számára is dolgozott ki programot (1954), de Matolcsy György is egyik mesterének tekinti



közgazdász szerint a múlt században a fogyasztói társadalomba való átmenet láthatatlan forradalomként ment végbe, amely láthatatlansága ellenére az emberiség számára nagyobb és gyorsabb változásokat hozott, mint az elmúlt évezredek együttesen.⁵ A fejlődés és az átalakulás gyorsaságával sem a fogyasztók tudatossága és felkészültsége, sem pedig a jogi szabályozás nem képes lépést tartani.

A mai értelemben vett fogyasztóvédelem intézményesülésének első lépcsője John F. Kennedy nevéhez kötődik, ő volt az, aki 1962. március 15-én kongresszusi üzenetében korlátozott fogyasztóvédelemről, a gyártási felelősségről és a fogyasztóvédelem állami szintre történő emelésének szükségességéről beszélt. A nyilatkozatnak köszönhetően nemzetközileg is elismerésre került az az elv, hogy minden állampolgár fogyasztóként alapvető jogokkal rendelkezik; az első hivatalos formában lefektetett fogyasztóvédelmi alapjogokat az ENSZ Fogyasztóvédelmi Alapokmánya (1973) tartalmazza. Az évek során⁶ ezeknek a jogoknak száma nyolcra szaporodott,⁷ alapját képezve a Fogyasztóvédelmi Világszervezet (Consumers International – CI), valamint magyarországi fogyasztóvédelmi szervezetek munkájának.⁸

Az infokommunikáció XX. század végi robbanásszerű fejlődése a Föld egy fajta „zsugorodását” is magával hozta, amely a kereskedelemre is jelentős hatást gyakorolt, így a fogyasztóvédelemnek is -ha nem is az IT modernizációs sebességével- lépnie kellett. 1997-ben az USA-ban fogalmazódott meg, hogy az elektronikus kereskedelem (e-commerce) és más internet-alkalmazások mindaddig nem használhatók ki tudásuk mértékének megfelelően, amíg a fogyasztók és más felhasználók nem mernek teljes bizalommal online környezetbe lépni.

A fogyasztóvédelem egyesült államokbeli kialakulásával és fejlődésével gyakorlatilag párhuzamosan az Európai Unióban is sorra jelentek meg a fogyasztóvédelmi jellegű intézkedések, deklarációk mind nemzetállami, mind pedig uniós szinten. 1975-ben jelent meg az Európai Bizottság első - az 1975-1980 közötti időszakra szóló – akcióprogramja (Fogyasztói

⁵ Kopátsy Sándor: A fogyasztói társadalom közgazdaságtana 1992. [<http://mek.oszk.hu/01400/01414/01414.pdf>; utolsó letöltés időpontja: 2016.12.28.]

⁶ ENSZ Közgyűlésének határozata (A/RES/39/248)

⁷ Az ENSZ által megfogalmazott alapjogok: Az alapvető szükségletek kielégítéséhez való jog, a veszélyes termékek és eljárások ellen való tiltakozás joga, a megfontolt választáshoz szükséges tények ismeretének joga, a különféle termékek és szolgáltatások közötti választás joga, a kormány irányelveinek meghatározásába és a végrehajtásba való beleszólás joga, a jogos panaszok tisztességes rendezéséhez való jog, a tájékozott és tudatos fogyasztóvá váláshoz szükséges ismeretek és tudás elsajátításához való jog, jog az egészséges és elviselhető környezetben való élethez.

⁸ Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság tájékoztatója [<http://www.nfh.hu/node/7821>; utolsó letöltés időpontja: 2017.01.22.]



központilag került meghatározásra, nem léteztek piacgazdasági viszonyok és az erre jellemző intézmények.

Az első intézményesült fogyasztóvédelmi jellegű szervezetet az Állami Kereskedelmi Felügyeletről szóló 1021/1952. (VII.12.) MT határozat Állami Kereskedelmi Felügyelet néven hozta létre a Belkereskedelmi Minisztériumon belül, szervezeti önállóság nélkül, majd a rendszerváltozást követően a fogyasztóvédelemnek számos gazdája volt, 2017-től a Nemzeti Fejlesztési Minisztériumhoz kerültek a stratégiai feladatok, ezzel egyidejűleg 197 járásban jelenik meg fogyasztóvédelmi elsőfokú hatósági feladatkör.¹¹

A fogyasztóvédelem állami feladatait ellátó szerveken kívül számos fogyasztóvédelmi feladatot ellátó civil szervezet segíti a fogyasztói érdekek védelmét. Az állam több helyen is átadta a polgári öntevékenységnek a terepet, melynek jelentőségét az adja, hogy több új anyagi és humán kapacitás bevonásával nagyobb a lehetőség a tudatos fogyasztói szemlélet kialakítására.

3. AZ ATIPIKUS SZERZŐDÉSEK ÉS A TÁVOLLEVŐK KÖZÖTT LÉTREJÖTT SZERZŐDÉSEK HELYE A KONTRAKTUSOK RENDSZERÉBEN

A magánjogi szerződéseket nevesített és nevesítetlen megállapodásokra oszthatjuk, a nevesített szerződések közé a tipikus és atipikus, a nevesítetlenek közé a vegyes és a de facto innominát kontraktusok tartoznak.¹²

Az atipikus szerződések régóta ismertek. Noha nem kifejezett formaként, de folytonosság nélküli, bizonyos logikai egyezőségen alapuló római jogi előzményként tekint Váradi Ágnes egy lehetőségre (*praescriptis verbis actio*) diákköri munkájában, amivel lehetséges volt az átlagostól eltérő, atipikus viszonyok rendezése a jogrendszer általános elvei alapján, a tételes jog szabályaiból kialakult kötelmi szemlélet megbontása nélkül. Úgy vélte, hogy a modern jogban az atipikus szerződések jelentősége ugyanebben áll.¹³ Eörsi Gyula

¹¹ <http://fogyasztovedelem.kormany.hu/node/4302>; [utolsó letöltés időpontja: 2017.01.22.]

¹² Papp: Az atipikus... 96.

¹³ Váradi Ágnes: Az atipikus szerződések előzményei a római jogban. A praescriptis verbis actio fogalma és alkalmazása a római magánjog forrásaiban - Optimi Nostri Díjnyertes Tudományos Diákköri Dolgozatok, 2007, Universitas-Győr, 2008. Szerkesztette: Smuk Péter, 342.

[<http://dfk-online.sze.hu/images/optimi%20nostri/2007/V%C3%A1radi.pdf>; utolsó letöltés dátuma: 2017.01.18.]



szerint azok a kötelek, amelyek a római jog szerződési felosztásának nem megfeleltethető jogalapra vezethetők vissza, nevezetlen/innominát/nem tipizált/atipikus szerződések.

Az atipikus szerződések jelentősége a XIX. században indult és a XX. századon átívelő, napjainkig tartó társadalmi-gazdasági-technológiai változásokban rejlik. A „lassan és megfontolva” kezdődő fejlődés a XX. század végére rohamtempójúvá vált, amelynek eredménye új üzleti és gazdálkodási formák kialakulása volt. Az ezen átalakulás eredményeképp létrejött kapcsolatok egymás közötti szabályozására nem voltak elegendők a hagyományos magánjogi keretek, a szerződési szabadság által biztosított lehetőségekkel az egymással üzleti kapcsolatba lépők éltek is. Santavecza Beatrix remek hasonlattal élve úgy fogalmaz, hogy „az egymással kötelemi jogviszonyba lépők pedig remek mesterszabónak bizonyulnak, mert gomba módra jelennek meg az atipikus szerződések, hogy kielégítsék az üzleti világ igényeit. Egyes atipikus szerződések öltöztetését a törvényhozó még nem merte igazán magára vállalni, inkább az életre és a bírói gyakorlatra -mint a divatot legjobban diktáló diktátorokra- bízta. Ezek a kötelek a Ptk-ban nem szerepelnek, ugyanakkor – hála a jó szabónak – saját elnevezést kaptak”.¹⁴

Az atipikus szerződésnek – sokféleségére tekintettel – nincs definíciója, meghatározása a közös jellemzők (csoportismérvek) alapján lehetséges. A jelenlegi szabályozást figyelembe véve a szindikátusi szerződés, a PPP-szerződés, a távollévők között kötött szerződés, az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződés, az üzleten kívül kötött szerződés, a timesharing-szerződés, a konzorciós szerződés, a koncessziós szerződés, a licencia szerződés, a franchise-szerződés, a merchandising szerződés, a lízingszerződés, a faktoring-szerződés és az egészségügyi kezelési szerződés sorolható az atipikus szerződések közé.¹⁵ Az atipikus szerződések nem sorolhatók az ún. vegyes szerződések közé, önálló csoportot

¹⁴ Santavecza Beatrix (PTE ÁJK, konzulens: Dr. Nagy Éva egyetemi adjunktus): Az elektronikus világsztráda a kontraktusok tanában - az interneten kötött szerződések
[http://www.debreceni jogimuhely.hu/archivum/otdk_kulonszam/az_elektronikus_vilagsztrada_a_kontraktusok_jogaban_az_interneten_kotott_szerzodesek/]

¹⁵ Papp Tekla: Atipikus szerződések 2015 i.m. 37-39.



alkotnak, hiszen vagy a vegyes szerződések valamennyi típusának jellemzőit magukban hordozzák, vagy egyiket sem; az atipikus szerződés új szerződési minőség.¹⁶

A de facto innominat kontraktusok elnevezése általában „megállapodás”, jellemzően nem tartós jogviszonyt, hanem egyszeri, speciális jogügyletet fednek le. Elnevezésük nincs, egyedi, kivételes, normatív szabályozás nélküli szerződések, amelyek a Ptk. szerződésekre vonatkozó közös szabályainak analógia útján történt alkalmazásával értelmezhetők.¹⁷ A fenti „szabászati” hasonlattal élve az új, fejlődés eredményeképp létrejött gazdasági viszonyok mintadarabja de facto innominat kontraktusként jelenik meg a kifutón, majd azt követően, hogy igény mutatkozik rá a vevők (gazdasági élet szereplői) között, az „egyedi szabásminta” vegyes, vagy az atipikus szerződésként a kifutóról a szalonokba kerülhet. Amennyiben a gazdasági fejlődés ezen eredménye a jogalkotói szándékkal is találkozik, úgy a szabásminta „szabványosításra” kerül és bekerülhet a Ptk.-ba is.¹⁸

Az atipikus szerződések csoportosítása során az „önálló” és „önállótlan” szerződés csoportjait állíthatjuk fel.

Az ún. önálló csoport szerződéseit más jogviszonyoktól és tevékenységektől függetlenek (PPP-szerződés, koncessziós szerződés, licencia szerződés, faktoring szerződés, franchise szerződés, lízing és egészségügyi kezelési szerződés). Az ún. önállótlan csoport további két részre bontható függően attól, hogy másik jogviszonyra (pl. szindikátusi szerződés, hiszen a társasági szerződésből eredő jogviszonyra épül), vagy egy tevékenységre épül rá. Az adott tevékenységre épülő önállótlan atipikus szerződéseknél a szerződések közvetítik a fogyasztó felé az adott tevékenység eredményét, mint pl. a távollevők között kötött szerződés, ahol az árut, vagy szolgáltatást nyújtó vállalkozás tevékenységéhez kapcsolódóan jön létre szerződés,

¹⁶ Vegyes szerződések (contractus mixtus) azok a szerződések, amelyek több nevesített szerződési szolgáltatást többféleképpen foglalnak magukban:

- típussegysítő: pl. ajándékozással vegyes adásvétel (ahol nem bontható szét, hogy melyik rendelkezés melyik szerződésből ered)
- típuskombináció: pl. színházi szerződés (ahol a különböző szerződések elemei azonosíthatók)
- abszolút sajátos szolgáltatásra irányuló: pl. házmesteri tevékenység ellátására irányuló (ahol csak az elnevezés sajátos a szolgáltatás sajátossága okán, de egyebekben a Ptk-ban rögzítettektől nem tér el)

Papp Tekla: Atipikus szerződések 2015 i.m. 39.

¹⁷ Papp Tekla: Atipikus szerződések 2015 i.m. 40.

¹⁸vö. Santavec Beatrix: Az elektronikus világsztráda a kontraktusok tanában - az interneten kötött szerződések dolgozatának hasonlata



de ebbe a kategóriába sorolható az üzleten kívüli kereskedés, timesharing és merchandising szerződés.

Az ezen alcsoportra vonatkozó szabályozás az, amely erős fogyasztóvédelmi hatást is tükröz.¹⁹

4. A TÁVOLLEVŐK KÖZÖTT KÖTÖTT SZERZŐDÉSEK

4.1. A távollevők között kötött szerződésekre vonatkozó uniós szabályozás és a hazai előzmények

A fentiekben vázolt áttekintés során eljutottunk az erős fogyasztóvédelmi hatást tükröző atipikus szerződésekhöz, melynek egyike a távollevők között kötött szerződés. Egyszerű lenne, ha csupán annyi lenne a „távollevők között kötött szerződések” vizsgálata során a megállapításunk, hogy „az különösebb magyarázatot nem igényel, a definíciót maga a kifejezés megadja; a távollevők között létrejött szerződés az, ami egymástól távol levő felek között köttetik”. Azon túl, hogy ezzel a tautológia hibájába esnénk, érvelésnek is meglehetősen szikár lenne. Természetesen igaz, hogy a távollevők közötti szerződés távol levők között jön létre, de a kifejezés ennél jóval többet, egy speciális, önállóan nevesített szerződéstípust takar.

A távollevők között kötött szerződések elemzése kapcsán a magyar jogi környezet áttekintését megelőzően célszerű és elengedhetetlen is az uniós szabályozást megvizsgálni.

A távollevők között kötött szerződésekről az Európai Parlament és Tanács 1997-ben alkotott irányelvet A távollevők között kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről elnevezéssel, 97/7/EK szám alatt. Az Irányelv megalkotásának időpontjában Magyarország még nem volt az Európai Unió tagja, ekként az Irányelv elfogadásakor a nemzeti jogba történő átültetésre vonatkozóan hazánkra nézve konkrét időpont nem került meghatározásra.²⁰

Belépésünket az Unióba hosszadalmas csatlakozási tárgyalások előzték meg azt követően, hogy 1994. áprilisában Magyarország hivatalosan is bejelentette csatlakozási szándékát. Erre is tekintettel még az uniós csatlakozás előtt, 1999. február 5. napján hazánkban

¹⁹ Papp Tekla: Atipikus szerződések 2015 i.m. 43-44.

²⁰ Az 97/7/EK Irányelvhez kapcsolódó dokumentumadatokat rögzítő <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/NIM/?uri=CELEX:31997L0007&qid=1483522458835> oldal tanúsága szerint az átültetési határidő az uniós csatlakozás napja, azaz 2004.05.01. [utolsó letöltés időpontja: 2017.03.04.]



sor került a távollevők között kötött szerződések szabályozására a 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelettel²¹, amely 12.§ (3) bekezdésében nevezetten is utal ezen körülményekre.^{22 23}

A 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet kifejezetten meghatározta a hatálya alá tartozó szerződéseket²⁴ és gyakorlatilag az Irányelvvel azonosan nevezte meg a szabályozás hatálya alá nem tartozó szerződéseket. Mind az uniós, mind pedig a magyar normaszöveg – szinte azonos részletezettséggel – rendelkezik a fogyasztót megillető előzetes tájékoztatás tartalmáról és módjáról, az írásbeli tájékoztatásról, megerősítésről, az elállási jog gyakorlásának feltételeiről, módjáról és következményeiről és a szerződés teljesítéséről. Az Irányelv a fentiekén kívül tartalmaz olyan rendelkezéseket is, amelyet a 17/1999. (II.5.) Korm. rendelet nem, azonban az Irányelvhez kapcsolódó intézkedések nagyságrendje jelzi, hogy ezek a szabályok más jogszabályokba történő beillesztéssel kerültek átültetésre a hazai joganyagba.

A 97/7/EK Irányelvet a 2011/83/EU Irányelv (2011. október 25.), míg a 17/1999.(II.5.) Korm. rendeletet a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet hatályon kívül helyezte.

A 2011. december 12-én hatályba lépett Az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU Irányelve (2011. október 25.) a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről (továbbiakban: 2011/83/EU Irányelv) megalkotásának célja egyrészt a fogyasztók védelmének fokozása az eladók és vevők közötti szerződésekre vonatkozó nemzeti jogszabályok szempontjainak összehangolása révén, másrészt az uniós országok közötti kereskedelem ösztönzése különös tekintettel az online vásárlást előnyben részesítő fogyasztókra. Az Irányelv a tagállami átültetés határidejét 2013. december 13. napjában határozta meg. Magyarország hat

²¹Hatályba lépés időpontja: 1999. március 1.

²²17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 12. § (3) bekezdés: Ez a rendelet a Magyar Köztársaság és az Európai Közösségek és azok tagállamai közötti társulás létesítéséről szóló, Brüsszelben, 1991. december 16-án aláírt Európai Megállapodás tárgykerében, a megállapodást kihirdető 1994. évi I. törvény 3. §-ával összhangban az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak a távolban kötött szerződések tekintetében a fogyasztók védelméről szóló 97/7/EK irányelvvel összeegyeztethető szabályozást tartalmaz.

²³Érdekességként megjegyezhető, hogy az Irányelvhez kapcsolódó tagállami intézkedések száma vonatkozásában Magyarország a második 14 intézkedésével a többi tagállam átlagos 2-3 intézkedéséhez képest; hazánkat csupán a Cseh Köztársaság előzi meg 22 intézkedésével [<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/NIM/?uri=CELEX:31997L0007&qid=1483522458835>]

²⁴17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 1.§ (1) amelyet gazdálkodó szervezet vagy magyarországi fióktelepe útján külföldi székhelyű vállalkozás (a továbbiakban együtt: gazdálkodó szervezet) és fogyasztó köt egymással a gazdálkodó szervezet áruértékesítő, illetve szolgáltató tevékenységi körében kizárólag egy vagy több távközlő eszköz használata útján (távollevők között kötött szerződés”)



intézkedést tett az átültetés körében, ebből négy esetben jogszabályalkotással, illetve jogszabály módosítással teljesítette kötelezettségét²⁵

4.2. A távollevők között kötött szerződésekre vonatkozó hazai szabályozás

A távollevők között kötött szerződés nem ismeretlen fogalom a fogyasztóvédelmi jellegű szerződések körén kívül eső szerződések között sem; a szerződés létrejöttéhez (régai Ptk.), illetőleg a jognyilatkozat hatályosulásához (új Ptk.) a nem fogyasztóvédelmi jellegű szerződések során sincs feltétlenül szükség a felek egyidejű, azonos térben történő tartózkodására.

A régi Ptk. 1959-es hatályba lépésétől hatályon kívül helyezéséig változatlanul, 213. §-ában a szerződés létrejöttének időpontja körében rögzítette a távollevők között létrejövő szerződés fogalmát²⁶. Ezzel szemben az új Ptk. a távollevők között kötött szerződés fogalmát nem használja; a kötelek közös szabályai között, a jognyilatkozat hatályosulása körében rendelkezik a távollevők között tett jognyilatkozatokról²⁷, a Ptk(k) tényleges definíciót azonban nem ad(nak).

4.2.1. A távollevők között kötött szerződésekre fogalma, alanya, tárgya

A fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet záró rendelkezései körében kifejezetten rögzíti, hogy a rendelet a 2011/83/EU Irányelvnek való megfelelést szolgálja. A rendelet időbeli hatálya a 2014. június 13. napját követően kötött szerződésekre terjed ki.

A távollevők között kötött szerződés olyan fogyasztói szerződés, amelyet a szerződés szerinti termék vagy szolgáltatás nyújtására szervezett távértékesítési rendszer keretében a felek egyidejű fizikai jelenléte nélkül úgy kötnek meg, hogy a szerződés megkötése érdekében a

²⁵ Fgytv. módosítása, új Ptk. rendelkezései, 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelete és a 453/2016 (XII.19.) Korm. rendelet megalkotása [<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/NIM/?uri=CELEX:32011L0083&qid=1488636330358> ; utolsó letöltés időpontja: 2017.03.04.]

²⁶ Régi Ptk. 213. § (1) A szerződés jelenlevők között abban az időpontban jön létre, amikor az ajánlatot elfogadják, távollevők között pedig akkor, amikor az elfogadó nyilatkozat az ajánlattevőhöz megérkezik.

²⁷ Új Ptk. 6:5. § [A jognyilatkozat hatályosulása] (2) A távollevők között tett jognyilatkozat a címzetthez való megérkezéssel válik hatályossá.



szerződő felek kizárólag távollévők közötti kommunikációt lehetővé tévő eszközt alkalmaznak.²⁸

A rendelet hatálya alá tartozó távollévők közötti szerződést fogyasztó és vállalkozás köthetnek egymással²⁹, ahol a szerződésben részes felek alatt a Ptk-ban meghatározott fogyasztót és vállalkozást kell érteni³⁰.

A jogszabály első rátekintésre nem bízta a gyakorlatra annak eldöntését, hogy mit kell távollévők közötti kommunikációs eszköznek tekinteni: ilyen eszköz mindaz, amely alkalmas a felek távollétében - szerződés megkötése érdekében - szerződési nyilatkozat megtételére. Ilyen eszköz különösen a címzett vagy a címzés nélküli nyomtatvány, a szabványlevél, a sajtótermékben közzétett hirdetés megrendelőlappal, a katalógus, a telefon, a telefax és az internetes hozzáférést biztosító eszköz.³¹ (A Ptk. értelmezése szerint azonban a telefon nem ilyen eszköz, hiszen a fizikai távollét ellenére a jognyilatkozatról való tudomásszerzés azonnali, ahogy adott az azonnali reagálás lehetősége is.³²) A jogalkotó a fogalom meghatározása során (tudatosan vagy nem tudatosan) számolt a számítástechnika és a jogalkotás eltérő fejlődési sebességével, ezért a felsorolás előtt szereplő „különösen” szó lehetővé teszi, hogy az említettekén kívül más eszközök alkalmazásával létrejött szerződéseket is távollévők közöttinek tekintse a jogalkalmazás. A nevesített eszközökön kívül ilyen eszköz például a televízió és a rádió is, valamint a létező, de Magyarországon nem elterjedt videotex. Bizonyos szerződéseket a jogszabály a tárgyi hatály alól kivesz³³ összhangban a 2011/83/EU Irányelv rendelkezéseivel.³⁴

4.2.2. A távollévők között kötött szerződések létrejötte

Ezen szerződéstípus jellegzetessége, hogy a szerződéskötési folyamat első jognyilatkozata kétféle lehet:

1./ ajánlattételi felhívás

²⁸ 45/2014. (II.26.) Korm.r. 4 § 10.

²⁹ 45/2014. (II.26.) Korm.r. 1.§ (1). bek.

³⁰ 45/2014. (II.26.) Korm.r. 4. § 2. és 15.

³¹ 45/2014. (II.26.) Korm.r. 4.§ 11.

³² Atipikus szerződések 2015 i.m. 108 p.

³³ 45/2014. (II.26.) Korm.r. 2. § a./ - n./

³⁴ 2011/83/EU Irányelv 3. cikk (3).bek.



2./ ajánlattétel

Az 1./ csoportba tartozó folyamat során a vállalkozás ajánlattételi felhívást tesz közzé a jogszabályban írt eszköz útján, amelyre a fogyasztó ajánlatot tesz, a vállalkozás elfogadó nyilatkozatával a szerződés létrejön (pl. címzés nélküli nyomtatványon tett ajánlattételi felhívás); a 2./ csoportba tartozó folyamat kezdte a vállalkozás ajánlattétele a jogszabályban írt eszközzel, a fogyasztó elfogadásával a szerződés létrejön.

A szerződés mindkét forma esetén az elfogadó nyilatkozat ajánlattevőhöz történő beérkezésekor jön létre. Az ajánlatnak és az elfogadásnak is a jogszabályban meghatározott kommunikációs eszköz igénybevételével kell megtörténnie, de nem szükséges, hogy a nyilatkozattevők azonos típusú kommunikációs eszközt használjanak.³⁵

4.2.3. A távollevők között kötött szerződések fogyasztók védelmét szolgáló többlétszabályai

A távollevők között létrejött szerződésekhez kapcsolódó fogyasztóvédelmi többlétszabályok kettősek: egyrészt a fogyasztó és vállalkozás között létrejött szerződésekre vonatkozó generális, másrészt a távollevők között kötött szerződésekhez kapcsolódó speciális szabályokból tevődnek össze.

4.2.3.1. Generális szabályok

A generális szabályok – az uniós szabályozással összhangban – rögzítik a szerződéskötést követő telefonos kapcsolattartásra és a fizetési eszköz használatra való emelt díj felszámításának tilalmát továbbá azt, hogy a vállalkozás nem követelhet a fogyasztótól ellenszolgáltatást, ha olyan terméket értékesít vagy olyan szolgáltatást nyújt, amelyre nézve nem jött létre szerződés. Szintén a fogyasztói érdekvédelem körébe tartozik az elfogadás vélelmének kizártsága a fogyasztó nyilatkozatának elmulasztása esetén.³⁶

4.2.3.2. Speciális szabályok

A távollevők között kötött szerződésekre vonatkozó különös szabályok (az üzlethelyiségen kívül kötött szerződésekre is vonatkozóan) számos speciális, fogyasztót védő rendelkezést tartalmaznak³⁷:

³⁵ Papp Tekla: Atipikus szerződések 2015. i.m. 112-113.

³⁶ 45/2014. (II.26.) Korm.rendelet 6.-8. §§

³⁷ 45/2014. (II.26.) Korm.rendelet 11. §



A szerződés megkötését megelőzően a vállalkozás köteles világosan és közérthető módon tájékoztatni a fogyasztót:

- a. a szerződés szerinti termék vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságairól,
- b. a vállalkozás nevééről, a vállalkozás székhelyének és üzleti tevékenységének postai címéről, a telefon- és telefaxszámáról, e-mail címéről és az elektronikus levelezési címéről,
- c. a szerződés szerinti termékért vagy szolgáltatásért járó ellenszolgáltatás adóval megnövelt teljes összegéről vagy ha az ellenértéket nem előre kiszámítható, a számítási módról, az ezen felül felmerülő valamennyi költségről,
- d. határozatlan időre szóló vagy előfizetést magában foglaló szerződés esetében arról, hogy az ellenszolgáltatás teljes összege a számlázási időszakra vonatkozó valamennyi költséget tartalmazza. Ha a szerződés átalánydíjas, arról, hogy az ellenszolgáltatás teljes összege egyúttal a teljes havi költséget is jelenti. Ha az összes költséget nem lehet előre kiszámítani, a fogyasztót tájékoztatni kell az ellenszolgáltatás összegének kiszámításának módjáról,
- e. a szerződés megkötéséhez alkalmazott távollévők közötti kommunikációt lehetővé tévő eszköz használatának díjáról, ha e díj emelt díjnak minősül,
- f. a teljesítés feltételeiről (a fizetésről, a fuvarozásról és a teljesítési határidőről, valamint a vállalkozás panaszkezelési módjáról),
- g. az elállási és felmondási jog gyakorlásának határidejéről és egyéb feltételeiről, a nyilatkozat-mintáról,
- h. arról, hogy az elállási vagy felmondási jog gyakorlása esetén a termék visszaküldésének költsége a fogyasztót terheli (ha a vállalkozás nem vállalta e költség viselését, és a termék postai küldeményként nem küldhető vissza,
- i. arról, hogy a fogyasztó köteles megtéríteni a vállalkozás ésszerű költségeit, ha a 13. § vagy a 19. § esetén a teljesítés megkezdését követően gyakorolja a 20. § szerinti felmondási jogát,
- j. az elállási és felmondási jog alóli kivételekről, illetve ezen jog elvesztésének eseteiről,
- k. a kellékszavatosságra és a termékszavatosságra vonatkozó jogszabályi kötelezettségről



- l. az értékesítés utáni ügyfélszolgálati és egyéb szolgáltatások, valamint a jótállás fennállásáról és annak feltételeiről,
- m. arról, hogy rendelkezésre áll-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény szerinti magatartási kódex, illetve az arról történő másolatkérés módjáról,
- n. határozott idejű szerződés esetében a szerződés időtartamáról és ha a szerződés határozatlan időre szól vagy a szerződés a határozott idő elteltét követően határozott időre meghosszabbodik vagy határozatlan idejűvé alakul át, a szerződés felmondásának feltételeiről,
- o. a fogyasztó kötelezettségeinek szerződés szerinti legrövidebb időtartamáról,
- p. a fogyasztó által a vállalkozás kérésére fizetendő vagy biztosítandó letét vagy egyéb pénzügyi biztosíték nyújtásáról és annak feltételeiről,
- q. a digitális adattartalom működéséről, valamint az alkalmazandó műszaki védelmi intézkedésről, a digitális adattartalom hardverrel és szoftverrel való együttműködési képességéről a vállalkozástól ésszerűen elvárható ismereteknek megfelelően,
- r. a vállalkozásra nézve kötelező peren kívüli panaszkezelési mód és vitarendezési mechanizmus igénybevételének lehetőségéről valamint az ehhez való hozzáférés módjáról
- s. a békéltető testülethez fordulás lehetőségéről, a vállalkozás székhelye szerint illetékes békéltető testület nevééről és székhelyének postai címéről.

Ez a tájékoztatás a szerződés részét képezi és nem módosítható kivéve, ha a szerződő felek erről kifejezetten megállapodnak. A jogszabály -ez esetben kifejezetten- kimondja, hogy a tájékoztatási kötelezettség teljesítésének bizonyítása a vállalkozást terheli.



4.2.4. A távollévők között kötött szerződések megkötésére vonatkozó legfontosabb formai követelmények

A vállalkozás köteles a fenti tájékoztatást - világos és közérthető nyelven - a fogyasztóval közölni, vagy elérhetővé tenni teszi az alkalmazott kommunikációs eszköznek megfelelő módon.

Amennyiben a szerződés a fogyasztó számára fizetési kötelezettséget keletkeztet, a vállalkozás egyértelműen és jól látható módon, közvetlenül a fogyasztó szerződési nyilatkozatának megtétele előtt köteles felhívni a fogyasztó figyelmét a legfontosabb információkra.

A vállalkozás megfelelő módon köteles gondoskodni arról, hogy a fogyasztó a szerződési nyilatkozatának megtételekor kifejezetten tudomásul vegye, hogy nyilatkozata fizetési kötelezettséget von maga után. Ennek elmulasztása esetén a szerződés semmis, erre azonban kizárólag a fogyasztó érdekében lehet hivatkozni.

A távollévők között kötött szerződés megkötését követően termék adásvételére irányuló szerződés esetén legkésőbb az átadáskor, a szolgáltatásnyújtására irányuló szerződés esetén legkésőbb a szolgáltatás teljesítésének megkezdésekor a vállalkozás visszaigazolást ad a fogyasztónak a megkötött szerződésről.³⁸

4.2.5. Az elállás és a felmondás joga

A távollévők között kötött szerződés esetén a fogyasztó elállási vagy felmondási jogát

a) termék adásvételére irányuló szerződés esetén a terméknek (több, vagy több tételből avagy darabból álló esetén az utoljára szolgáltatott terméknek), ha a terméket meghatározott időszakon belül rendszeresen kell szolgáltatni, az első szolgáltatásnak a fogyasztó (vagy az általa megjelölt, a fuvarozótól eltérő harmadik személy) általi átvételének napjától,

b) szolgáltatás nyújtására irányuló szerződés esetében a szerződés megkötésének napjától számított tizennégy napon belül gyakorolhatja. Ez a biztosított többletjog nem érinti a fogyasztó szerződés megkötésének napja és a termék átvételének napja közötti időszakban gyakorolható elállási jogát.

³⁸ 45/2014. (II.26.) Korm. rendelet 14-19. §§



Ha vállalkozás az elállási jogra vonatkozó tájékoztatási kötelezettségét elmulasztja, a jogszabályban meghatározott elállási határidő tizenkét hónappal meghosszabbodik. (Ha a vállalkozás a tizenkét hónapon belül megadta a fogyasztónak szükséges tájékoztatást, úgy a határidő az e tájékoztatás közlésétől számított tizennegyedik napon jár le)

Az elállási vagy felmondási jog a kormányrendelet szerinti nyilatkozat-minta felhasználásával vagy a fogyasztó egyértelmű nyilatkozatával gyakorolható, de lehetőség van arra is, hogy a vállalkozás internetes honlapján biztosítsa ezen jog gyakorlását. Ebben az esetben a vállalkozás köteles haladéktalanul visszaigazolni a fogyasztói nyilatkozat megérkezését. Annak bizonyítása, hogy a jogszabályban írtak szerint került sor a fogyasztót megillető jog gyakorlására, a fogyasztót terheli.

Elállás vagy felmondás esetén a vállalkozás köteles haladéktalanul, de legkésőbb az elállásról való tudomásszerzésétől számított tizennégy napon belül visszatéríteni a fogyasztó által ellenszolgáltatásként megfizetett, és a teljesítéssel összefüggésben felmerült teljes összeget a fogyasztó által igénybe vett fizetési móddal megegyező módon. Termék adásvételére irányuló szerződés esetén a vállalkozás mindaddig visszatarthatja az összeget, amíg a fogyasztó a terméket vissza nem szolgáltatta kivéve, ha a vállalkozást vállalta, hogy a terméket maga fuvarozza vissza.

Fentiekből is következik, hogy elállás vagy felmondás esetén a fogyasztó köteles a terméket haladéktalanul, de legkésőbb az elállás közlésétől számított tizennégy napon belül visszaküldeni kivéve, ha a vállalkozás vállalta, hogy a terméket maga fuvarozza vissza. A fogyasztó kizárólag a termék visszaküldésének közvetlen költségét viseli, kivéve, ha a vállalkozás vállalta e költség viselését.

A fogyasztó elállási és felmondási jogának korlátait maga a jogszabály határozza meg.³⁹

³⁹ 45/2014. (II.26.) Korm. rendelet 20-29. §§



5. ELMÉLET ÉS GYAKORLAT – WEBSHOPOK A FOGYASZTÓVÉDELEM SZEMÜVEGÉN KERESZTÜL

5.1. Az interneten történő vásárlás tendenciái

A távollévők között kötött szerződés a kommunikációt lehetővé eszközök sokaságára tekintettel sokféle módon létrejöhethet, napjaink mind inkább digitalizálódó világában az élet minden területén megfigyelhető az internet egyre növekvő térhódítása. A távollévők között kötött szerződések egyre nagyobb arányban online jönnek létre, a többi lehetséges, elsősorban még mindig papír alapú forma mind inkább háttérbe szorul. Vannak ugyan olyan fogyasztói (cél)csoportok, melyek elérése még nem online módon is megoldható, de feltartóztathatlannak tűnik az a folyamat, mely néhány generáció váltás múlva az internet kizárólagosságához vezet majd.

2015-ben Magyarországon az online kiskereskedelem 16%-os növekedést produkált a megelőző évhez viszonyítva, az internetes vásárlások összértéke közel 270 milliárd forint volt, melyből a legnagyobb hányadot a műszaki cikkek (48 milliárd forint) tették ki. Bizonyos kereskedelmi szektorokban (pl. divat, sport, számítástechnika) az online kereskedelmi forgalom bővülése hasonló arányú, mint a nem online kiskereskedelemben, de négy olyan szektor is van, ahol ugyan a teljes kiskereskedelem növekedése átlagos volt, az online viszont dinamikusan bővül (játék, kultúra; műszaki cikk; szépség, egészség; otthon, kert). A felmérésekből kitűnik, hogy ennek oka az online kereskedők számának ugrásszerű növekedése a és a termékek online vásárlásával szembeni bizalom erősödése. A statisztikák szerint 2015. évben mintegy 2,5 millió ember vásárolt terméket valamilyen webáruházban, azonban 2015-ben az új belépők aránya már alig 4%-ra csökkent. Érdekes tény, hogy a webáruházak vásárlói közül a legtöbben – üzletenként átlagosan 63% – 2015-ben csupán egyszer vásároltak az adott boltban. Magyar nyelvű honlappal és forint alapú árazással közel 4200-4500 online kiskereskedő működött.⁴⁰

2016. évben az online kiskereskedelmi forgalom elérte az 1 milliárd eurós (mintegy 310 milliárd forint) értékhatárt, az összesített hazai online kiskereskedelmi forgalom így arányaiban háromszor gyorsabban bővült a teljes hazai kiskereskedelemnél. 2016 évben a teljes magyar

⁴⁰ <http://www.gkidigital.hu/2016/03/03/2015-ben-ujabb-16-kal-nott-az-online-kiskereskedelem/>; [utolsó letöltés időpontja: 2017.03.05.]



kiskereskedelmi forgalom 3,9%-a már internetes értékesítésből származott. A kimutatások szerint a megváltozott piaci környezet a kereskedők részéről az eddigiéknél pontosabb ügyfélismeretet, míg a vásárlók részéről tudatosabb és sokszor lojálisabb magatartást eredményez.⁴¹

5.2. A távollevők között kötött szerződésekre vonatkozó különös szabályok megvalósulása a webshopokban, különös tekintettel a tájékoztatási kötelezettségre

A GKI Digital 2017.02.22. napján publikált felmérése szerint 2016-ban a visszaigazolt, de még át nem vett, valamint a már teljesített rendelések esetében is alig 1-1% körül alakult a visszamondások, illetve elállások aránya, mely összesen mintegy 240-250 ezer 14 napon belüli fogyasztói elállást jelent. A termék visszajuttatására a webáruházak 70%-a jellemzően kétféle visszaküldési módot biztosít; de mindemellett egyre inkább megjelennek azok a lehetőségek is, melyeknél a visszaküldés költségét már a boltok magukra vállalják jogszabályi kötelezés hiányában is. A leggyakoribb visszajuttatási mód (50%) postai csomagküldés és a személyes ügyintézés (25%); a csomagvisszaküldések ötöde a webáruház által biztosított futárszolgálat közreműködésével történt.

A kutatásban részt vett e-kereskedők 61%-a szerint a webáruházak üzemeltetését érintő hatályos fogyasztóvédelmi előírások megfelelő szabályozási támogatást/keretet biztosítanak a működéshez, ugyanakkor úgy vélik, hogy az aktuális fogyasztóvédelmi kötelezettségek figyelemmel kísérése és aktualizálása komoly feladatot és kihívást jelent szinte minden érintett számára. A 2016. december 13-án elfogadott, az elektronikus hírközléssel és a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos törvényi módosításáról⁴² a webáruházak 15%-a saját bevallása szerint még nem értesült, a webáruházak negyede szakember (könyvelő, jogász) segítségével követi és értelmezi a szabályozásokat.⁴³

A Nemzeti Fejlesztési Minisztérium (NFM) honlapján létrehozott egy adatbázist, amely tartalmazza azon súlyos jogsértést elkövető webáruházakat, amelyek jogsértő magatartását a fogyasztóvédelmi hatóság, a Gazdasági Versenyhivatal, vagy a bíróság jogerősen

⁴¹ <http://www.gkidigital.hu/2017/02/22/1milliardeuro/>; utolsó letöltés időpontja: 2017.03.05.

⁴² 2016. évi CLXVIII. törvény - az elektronikus hírközléssel és a fogyasztóvédelemmel összefüggő egyes törvények módosításáról

⁴³ <http://www.gkidigital.hu/2017/02/22/1milliardeuro/>; utolsó letöltés: 2017.03.11.



megállapította⁴⁴. Az adatok szerint 2017. évben a fogyasztóvédelmi hatóság négy alkalommal hozott határozatot előzetes tájékoztatási kötelezettség nem megfelelő teljesítése okán, 2017. évben a GV és bíróság e körben határozatot még nem hozott.⁴⁵ Annak érdekében, hogy a távollevők között kötött szerződés mindkét alanya megfelelő ismeretek birtokában választhassa ezen szerződési formulát, az NFM honlapján létrehozott egy ún. mintawebáruházat⁴⁶ és lehetőséget biztosít az első kézből való információszerzésre is.⁴⁷ Minthogy a legjobb példa a jó példa, nemcsak a megbírságolt vállalkozások listája, hanem a jogkövető magatartást tanúsító vállalkozások listája is elérhető az NFM honlapján (2017. évben ezidáig hat webáruház került a listára)⁴⁸

6. A TUDATOS FOGYASZTÓ = VÉDETT FOGYASZTÓ

A fogyasztók védelmére vonatkozó szerteágazó jogi szabályozás mit sem ér, ha maga a fogyasztó nincs tisztában fogyasztói minőségével és az ebből eredő jogaival és lehetőségeivel.

Az Európai Parlament 2012. május 22-én állásfoglalása tett közzé a kiszolgáltatót fogyasztók jogainak megerősítésére irányuló stratégiáról (2011/2272(INI)), melyben rögzítette, hogy az uniós fogyasztóvédelmi politika céljának a magas szintű fogyasztói tudatosság elérését és valamennyi fogyasztó magas szintű védelmének biztosítását kell tekinteni. Megfogalmazása szerint a „kiszolgáltatót fogyasztó” széles körben elterjedt fogalma a belső okokra

⁴⁴ Az adatbázis webes elérhetősége: <http://jogsertowebaruhazak.kormany.hu/?hatosag=0>

⁴⁵ HB/04-FVO/241-2/2017 (2017.02.22.): Egészség és Szépség Biobolt webáruház (Meridián Alternatív Kereskedelmi és Szolgáltató Bt.) : A vállalkozás nem tett megfelelően eleget előzetes tájékoztatásadási kötelezettségének (elállási jog, szerződéskötés feltételei); HB/04-FVO/242-2/2017. (2017.02.18.): mobilx (mobilx Hungary Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.): A vállalkozás nem tett megfelelően eleget előzetes tájékoztatásadási kötelezettségének (panaszkezelés, jótállás-szavatosság); HB/04-FVO/275-2/2017. (2017.02.22.): BabyCenter Debrecen (Rive Center Kft.): A vállalkozás nem tett megfelelően eleget előzetes tájékoztatásadási kötelezettségének (elállási jog, szerződéskötés feltételei); HB/04-FVO/247-2/2017. (2017.02.18.): TOPÁruk.hu (TOPÁruk.hu Kereskedelmi Kft.): A vállalkozás nem tett megfelelően eleget előzetes tájékoztatásadási kötelezettségének (szerződéskötés feltételei, panaszkezelés)

⁴⁶ A mintawebáruház az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával, a Nemzeti Fejlesztési Minisztériummal együttműködésben valósult meg, az "ÁROP-1.2.24-2014-2014-0001 - a fogyasztóvédelmi intézményrendszer szervezeti fejlesztése" című pályázat keretében, annak érdekében, hogy növelje a fogyasztók bizalmát és ismereteit az internetes kereskedelem területén, illetve elősegítse a vállalkozások jogkövető magatartását. Forrás: <http://mintawebaruhaz.nfh.hu/hu/>

⁴⁷ A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság kétféle hírlevelet állít össze heti rendszerességgel, mely a vezető fogyasztóvédelmi híreket tartalmazza, illetve a jogszabály változásokról tudósít. Felíratkozás: a http://nfhforum.hu/informaciok_hirlevel_feliratkozas-hu- linken. Forrás: <http://mintawebaruhaz.nfh.hu/hu/>

⁴⁸ http://fogyasztovedelem.kormany.hu/pozitiv-lista?shop-name=&shop-address=&company=&company-address=&county=All&business-activity=All&year-listed%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2017&sort_by=title&sort_order=ASC ; utolsó letöltés időpontja: 2017.03.11.



visszavezethető sebezhetőség képzetén alapul, és egy olyan személyekből álló csoportra utal, akik szellemi, testi vagy lelki fogyatékoságuk, életkoruk, nemük és/vagy hiszékenyséjük illetve informátlanságuk okán tekinthetők sebezhetőnek, de a fogalomnak magában kellene foglalnia azon fogyasztókat is, akik az egyéni állapotuk sajátosságainak és a külső környezetük közötti távolság miatt átmenetileg elvesztik saját helyzetük befolyásolásának képességét, ezért a kiszolgáltatott fogyasztók jogainak megerősítése nemcsak a jogszabályok fejlődését és e fogyasztók jogainak hatékony érvényesítését vonja maga után, hanem erősíti az optimális döntések önálló meghozására való képességüket is. Erre tekintettel kérte az EU-t és a tagállamokat, hogy fordítsanak nagyobb figyelmet és fektessenek több pénzt a fogyasztókat célzó tájékoztatási és oktatási kampányokba, amelyek a megfelelő üzeneteket juttatják el a megfelelő fogyasztói körökhöz⁴⁹kiemelt figyelmet fordítva a kiskorúakra.

Magyarországon a Fogyasztóvédelmi törvény rögzíti, hogy a fogyasztóvédelmi oktatás elsősorban állami feladat, amelyet azonban a Fogyasztóvédelmi Hatósággal és a fogyasztói érdekek képviselőit ellátó más, akár civil szervezetekkel is együttműködve lát el iskolai és iskola-rendszeren kívüli oktatás formájában. Ennek megvalósulása érdekében a fogyasztóvédelmi oktatást a Nemzeti Alaptanterv részévé tette.⁵⁰ A Nemzeti alaptanterv kiadásáról, bevezetéséről és alkalmazásáról szóló 110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet I.1.1. számú mellékletében (Fejlesztési területek - nevelési célok) a gazdasági és pénzügyi nevelés körében írja elő, hogy a köznevelési intézmény biztosítsa a pénzügyi rendszer alapismereteire vonatkozó pénzügyi szabályok, a banki tranzakciókkal kapcsolatos minimális ismeretek és a fogyasztóvédelmi jogok tanítását⁵¹ melyet a 9-12. évfolyamokban a „család, háztartás” témakörben tart indokoltnak oktatni.⁵² A kormány határozatban⁵³ rendelkezett a gyermekkorúak illetve a tanköteles korúak körében a tudatos fogyasztóvá válás elősegítése, mint kiemelt feladat érdekében a köznevelésben a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatására és gyakorlati tapasztalatainak megvizsgálására a szükséges intézkedések megtételéről, valamint a fogyasztói érdekek képviselőit ellátó egyesületek és az általános-, közép- és felsőfokú oktatási intézmények közötti együttműködés erősítésére a fiatal fogyasztók tudatosságának javítása

⁴⁹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?qid=1488698312665&uri=CELEX:52012IP0209>

⁵⁰ Fgyt. 17.§ (1)-(4)

⁵¹ 110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet I.1.1. számú melléklet

⁵² 110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet II.3.9. C)

⁵³ Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2018-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 2011/2015. (XII. 29.) Korm. határozat 1.4, 1.23



érdekében, valamint az érettségi bizonyítvány megszerzéséhez szükséges közösségi szolgálat fogyasztói érdekek képviselőit ellátó egyesületeknél történő letöltésének az ösztönzéséről.

Áttekintve lakóhelyem (Nagykanizsa) középiskoláinak pedagógiai programjait megállapítható, hogy az iskolarendszerű oktatás keretében a jogszabályban lefektetett elvek ténylegesen nem, vagy csak elvétve valósulnak meg, emiatt az érettségi előtt álló diákok - családjukon és baráti közösségeiken kívül- csupán néhány fogyasztóvédelmi érzékenységgel megáldott és a dolog jelentőségét átérző pedagógustól, esetleg néhány ad hoc jelleggel beindított fogyasztóvédelmi projektben való részvétel által szerezhettek ilyen irányú ismereteket.

A 2016/17-es tanévben a tanévkezdéskor az NFM pályázatot írt ki „Fogyasztói tudatosságra nevelő iskola” címmel, melyben azon oktatási intézmények intézkedéseit, szemléletét értékelte, amelyek tanulóik körében a tudatos fogyasztói szemlélet általánossá válásához és a fiatal fogyasztók gyakorlatban használható ismereteinek bővítéséhez járultak hozzá⁵⁴. Ezidáig összesen 29 pályázat érkezett a minisztériumba, melyek közül 11 iskola – köztük egy határon túli, a vajdasági zentai iskola– vehette át az elismerő címet.⁵⁵

Az elvek szintjén jól kimunkált, de gyakorlatban kevésbé megvalósuló központi intézkedéseknél egyelőre hatékonyabbnak tűnnek az állami részvétellel megtámogatott, a gyermekeket fogyasztói tudatosságra nevelő civil kezdeményezések melyek közül egyet, akár követendő példaként szolgálva, kívánok e helyütt ismertetni.

Az ELTE Bibó István Szakkollégium 2016. áprilisában tizenhatodik alkalommal rendezte meg Állampolgári Nevelés Táborát azzal a céllal, hogy a szakkollégisták által összeállított tananyag alapján az állampolgári nevelés terén olyan hiánypótló ismereteket adjanak át az ország hátrányos helyzetű térségeiből érkező gyerekeknek, amelyekhez általános- és középiskolai tanulmányaik során nem jutnak hozzá. Az Állampolgári Nevelés Táborának hagyományosan témája a fogyasztóvédelem, melyet a szakkollégisták által összeállított

⁵⁴<http://www.kormany.hu/hu/nemzeti-fejlesztési-miniszterium/infokommunikacioert-felelos-allamtitkarsag/infokommunikacioert-es-fogyasztovedelemert-felelos-helyettes-allamtitkarsag/hirek/fogyasztovedelem-kicsiknek-es-nagyoknak-az-uj-tanevvel-egyutt-indul-a-fogyasztoi-tudatossagra-nevelo-iskola-palyazat>

⁵⁵<http://www.kormany.hu/hu/nemzeti-fejlesztési-miniszterium/infokommunikacioert-felelos-allamtitkarsag/infokommunikacioert-es-fogyasztovedelemert-felelos-helyettes-allamtitkarsag/hirek/eloszor-nyerte-el-kulhoni-magyar-iskola-a-fogyasztoi-tudatossagra-nevelo-iskola-cimet>



munkafüzet alapján kiscsoportos beszélgetések során dolgoznak fel a diákok az egyetemisták közreműködésével.⁵⁶

7. BEFEJEZÉS

Dolgozatom arra a kérdésre kereste a választ, vajon beigazolódnak-e az internetes áruházakkal és az online vásárlással szembeni ellenérzéseim, előítéleteim, aggodalmaim. Ha röviden kellene válaszolnom, egyszerű lenne a feladat és elég lenne annyit írnom, hogy lényegében alaptalannak bizonyultak a félelmeim. Az internetes vásárlás önmagában csak azért, mert nem a megszokott, hagyományos formában történik, hanem IT technológiák segítségével, még nem jelent nagyobb veszélyt a vásárlókra, jóllehet néhány sajátossága ezt akár indokoltta is tehetné. Az internetes vásárlás jogi környezetét vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a jogfejlődés ezen a területen igyekszik lépést tartani a mindennapok valós viszonyainak változásaival, továbbá már megtalálta a megoldást arra a kettős, látszólag egymásnak ellentmondó elvárásra, hogy egyrészt a jogszabályok a jogbiztonság érdekében minél időtállóbbak legyenek, lehetőség szerint minél ritkábban kelljen őket megváltoztatni, újra írni, másfelől a lehető legrövidebb időn belül alkalmazkodjanak az általuk szabályozott viszonyok változásaihoz még akkor is, ha azok a változások az élet egyéb területeihez képest jóval gyorsabbak, esetleg robbanásszerűek. A Polgári törvénykönyv és az atipikus szerződések illetőleg a távollevők között kötött szerződések szabályainak párhuzamos, egymást támogató megléte megnyugtató válasz e kihívásra.

A fogyasztóvédelem területén megfigyelhető, hogy mind az európai uniós, mind a hazai jogalkotás messzemenően törekszik a fogyasztók védelmére, továbbá felismerve az internetes vásárlás jelentőségét és sajátosságait egyrészt többlet garanciák megkövetelésével igyekszik az online vásárlók biztonságát fokozni, másfelől megfelelő kereteket kíván biztosítani az állami és a civil fogyasztóvédelmi szervezetek hatékony működésének.

Biztosak lehetünk azonban abban, hogy a kielégítő jogi környezet önmagában még nem eredményezné azt, hogy vállalkozások tisztességesen járjanak el. Erre valami más is kényszeríti őket, ez pedig a jól felfogott gazdasági érdekük. Lehet ugyan némi igazság abban, hogy az online vásárlás technológiai sajátosságai esetleg kiszolgáltatottabbá tehetik a vásárlót, de az

⁵⁶<https://www.elte.hu/content/allampolgari-tabort-szervezett-a-bibo-szakkollegium.t.571>



internet elterjedtsége és korlátlan információgazdagsága egyben erős védelem is. A vállalkozásoknak ugyanis versenyezniük kell egymással egy olyan színtéren, ahol elég három kattintás és máris egy tucat új webshopra találhatunk, ilyen környezetben pedig egyszerűen nem engedhetik meg maguknak, hogy a vásárló akár csak egyszer is elégedetlen legyen. Ráadásul az elégedetlen vásárló általában „hangot” is ad véleményének blogokon, netes fórumokon, közösségi oldalakon keltve rossz híret a vele szemben vétőnek. A „negatív reklám” pedig súlyos, pénzben nagyon is mérhető veszteségeket okozhat. Nem véletlen tehát, hogy az online vásárlások egyre dinamikusabban növekvő mennyiségéhez viszonyítva kifejezetten alacsonynak mondható a napvilágra került jogsértések száma, a rendületlen bővülés cáfolhatatlan ténye is magáért beszél. Meg kell állapítanunk, hogy internetes vásárlás során bizvást számíthatunk tisztességes eljárásra és a fogyasztóvédelmi kockázatok nem nagyobbak, mint a hagyományos kereskedelemben.

A fenti megállapítások önmagukban még nem jelentenek teljes egészet, akkor nyernek értelmet igazán, ha megjelenik egy másik, legalább ennyire meghatározó, tényező is, a fogyasztói tudatosság. Végül, de egyáltalán nem utolsó sorban erről néhány gondolat. A fogyasztói tudatosság egyszerre eszköz és cél. Kialakítása, erősítése, fenntartása, bővítése, általános magatartásformává válásának elősegítése célja kell legyen mind az egyénnek, mind pedig a társadalomnak, hogy azután eszközként szolgáljon, mellyel védhetjük érdekeinket, érvényesíthetjük jogainkat és kiállhatunk igazunkért.

