

Santaveczi Beatrix (PTE ÁJK, konzulens: Dr. Nagy Éva egyetemi adjunktus): Az elektronikus világsztráda a kontraktusok tanában - az interneten kötött szerződések [1]

Debreceni Jogi Műhely, 2005. évi (II. évfolyam) OTDK Különszám, (2005. július)

I. A kötelmi jog átalakulása

A szerződések már nagyon régtől fogva kísérik végig életünket, mondhatjuk, hogy „őségi jogintézmények”[2]. Már akkor megjelentek, amikor a tételes jog ezerszínű, hatalmas lombkoronájú fájának még pajzán gondolata sem létezett a természetben. Amióta közösség tagjai vagyunk, szabályozzuk az életünket, hiszen az együttélés máshogy nem lehetséges.

Az életviszonyok rendezése kezdetben nem volt tudatos[3], s a kialakult szokások lassan váltak jogtétellé. Nem volt ez másként a szerződésekkel sem. Az élet kialakította kötelmi szokásokból – főleg a római jognak köszönhetően – kikristályosodtak a törvénykönyvekben ma már önállóan nevesített szerződések, a mindennapjainkat észrevétlenül, állandóan átszövő tipikus kötelmek.[4]

A világ azonban sokat változott a nagy magánjogi kodifikációk óta, olyan társadalmi-gazdasági változások következtek be, s olyan gyors a fejlődés, hogy a napjainkban megjelenő új szerződéses kapcsolatok már kinőtték a polgári törvénykönyvek szabta köntöst. Nem véletlen, hogy a hatályos magyar Ptk. 200. § (1) bekezdése lehetőséget ad a feleknek, hogy a törvényhozó által méretezett, de szűknek, s ódivatúnak bizonyuló ruha helyett maguk szabjanak divatos öltözetet kötelmeikre. E szakasz értelmében ugyanis a felek a törvényben nevesített szerződésektől eltérhetnek, s akár atipikusakat is létrehozhatnak: „A szerződés tartalmát a felek szabadon állapíthatják meg. A szerződésekre vonatkozó rendelkezésektől egyező akarattal eltérhetnek, ha jogszabály az eltérést nem tiltja.”

Az egymással kötelmi jogviszonyba lépők pedig mesterszabónak bizonyulnak, mert gomba módra jelennek meg az atipikus szerződések, hogy kielégítsék az üzleti világ igényeit. Egyes atipikus szerződések öltöztetését a törvényhozó még nem merete igazán magára vállalni, inkább az életre és a bírói gyakorlatra – mint a divatot legjobban diktáló diktátorokra – bízta. Ezek a kötelmek a Ptk.-ban nem szerepelnek, ugyanakkor – hála a jó szabóknak – saját elnevezést kaptak, a mindennapokban rendszeresen alkalmazzák őket, és bírósági gyakorlatuk is kialakult. Önálló jogi szabályozásuk ugyanakkor nincs, a Ptk. szerint kell kötni őket. A Polgári Törvénykönyv ugyanis „egy általános keret, amely alapjaiban határozza meg a felek pozícióját, egymáshoz való viszonyukat, a jogok és kötelezettségek arányát, a teljesítések mikéntjét, a jogkövetkezményeket.”[5]

A Ptk.-n – mint háttérszabályon – kívül egyéb jogszabályokat is figyelembe kell venni alkalmazásukkor, de ezekről a kötelmekről még nem alkottak külön jogszabályt. Egyrészt még nem is kristályosodtak ki kellőképpen, másrészt nehézségbe ütközik a paragrafusok közé szorítás, mert ezek vegyes szerződések, amelyek több önálló szerződéstípus vonásait is magukon hordozzák[6]. Ilyen élet kialakította szerződések például a szindikátusi szerződés[7], a lízing[8] és a franchise[9].

Vannak azonban olyan kötelmi jogviszonyok is, amelyeket már a törvényhozó ruház fel, napjainkban elsősorban az Európai Unió irányelvei[10] alapján. A távollevő felek között kötött szerződéseket[11] az 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet szabályozza, az Interneten kötött szerződésekről pedig az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról[12], valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény rendelkezik.[13]

Ezek lennének tehát – többek között – korunk új szerződéstípusai, melyek válaszolnak a gazdasági, üzleti élet kihívásaira. Ezek közül a dolgozat tárgyát továbbiakban a távollevők között kötött szerződések egyik típusa, az Interneten kötött szerződés képezi.[14]

II. A távollevő felek között kötött szerződések

1. A távollevő felek között kötött szerződések kialakulása

A történelem során megismert kereskedelmi formákat jelentősen megváltoztatta az a tény, hogy a távközlés és a postai szolgáltatások már szinte mindenki számára elérhetőek. A XXI. század fogyasztói társadalmában a minél nagyobb haszonra minél kevesebb anyagi ráfordítással szert tenni kívánó szolgáltatók egyre több árut akarnak eladni, míg az elkényelmesedett fogyasztók egyre kevesebb energiát[15], nemkülönben pénzt szeretnének szükségleteik kielégítésére fordítani. Ennek eredményeképpen a megszokott, hagyományos áruházak, piacok mellett megjelent az értékesítés új formája: a távolsági ügylet. A távollevők között kötött szerződések elterjedése tehát a fogyasztói társadalom kialakulásának egyenes következménye, hiszen e szerződési mód leginkább a gazdaságban, az üzleti életben, a fogyasztási cikkek értékesítésében, beszerzésében játszik szerepet.

Az árukereslet, -kínálat növekedése, a piactágulás, az óriási méreteket öltő fogyasztás azonban nemcsak a szerződéskötés új módozatát hozta létre, hanem napjaink egyik legjelentősebb jogterületét: a fogyasztóvédelmet is[16]. Ennek oka, hogy a korábban „ismeretlen kereskedelmi és hirdetési módszerek [...] felerősítették a fogyasztók kiszolgáltatottságát.”[17] „A kereskedelem hatalmának egyenlőtlenségi ideája volt a katalizátora a fogyasztói jog fejlődésének.”[18] Hiszen a kereskedő igyekszik minél több terméket reklámozni, eladni, s ennek következtében a fogyasztóra lavinaként zúdulnak a hirdetések, akciók, gratis-termékek, a „soha vissza nem térő alkalmak”, melyek mind azt suttogják: vásárolj! A fogyasztó pedig engedelmeskedik és vásárol, sokszor anélkül, hogy tisztában lenne azzal, mit is vesz valójában, hogy tényleg szüksége van-e arra a „nagyserű termékre, amely már annyi más embert tett boldoggá”. Magyarországon a rendszerváltást követően váltak kiszolgáltatottakká a fogyasztók[19], hiszen „a korábbi állami, szövetkezeti kereskedelem és szolgáltatás helyett egy teljesen vegyes kínálattal találták szemben magukat”[20]. Nyugaton – talán leginkább az Egyesült Államokban – ekkorra már elterjedtek a különböző csomagküldő-szolgálatok, katalógus-áruházak.

A tradicionális módon megkötött fogyasztói ügyletekhez képest tehát a távollevők közöttiek mindenképpen speciálisak – és több veszélyt is rejtenek magukban –, erre tekintettel indokolt a fogyasztók többletjogosultsága, érdekeiknek fokozottabb védelme és a kereskedők, szolgáltatók többletkötelezettsége.

Nyugat-Európában a jogalkotóknak már a 80-as években szembesülniük kellett a távollevők között kötött szerződések szabályozásának igényével, hiszen ott korábban megjelent az országhatárokon átlépő, „határokat lebontó”[21] kereskedelem, mint nálunk. Így aztán szinte minden állam szabályozta a távolsági kereskedelmet, amely hamarosan az EU jogalkotóinak figyelmét is magára vonta, s végül 1997-ben megvalósult a távszerződések szabályozása az Európai Parlament és a Tanács 97/7/EK irányelvvel[22], mely végre gondoskodott a fogyasztók védelméről a távollevők között kötött szerződések tekintetében.

2. A közösségi szabályozás indokai

A közösségi szabályozás megszületését alapvetően az motiválta[23], hogy a Közösség fogyasztói minél kényelmesebben, minél kevesebb idő-, pénz- és energiaráfordítással „hozzájussanak a tagállamok határain túl eladott és felajánlott árukhoz és szolgáltatásokhoz, hogy kiaknázzák az egységes belső piac előnyeit”[24]. A belső piac[25] ugyanis akkor igazán versenyképes, ha a fogyasztás nincs határokhoz kötve, a fogyasztók kihasználhatják a távkereskedelem adta lehetőségeket, s kapcsolatba kerülhetnek saját országukon kívüli üzleti vállalkozással,[26] „mert tudják azt, hogy más tagországok áruai is a hazaival hasonló

mértékben megbízhatóak, más tagállamokban vásárolt termék meghibásodása esetén is ugyanolyan joguk van arra, hogy a terméket díjmentesen kicseréltethessék, vagy megjavíttathassák”[27].

Fontos szabályozási indok volt, hogy egyik tagország állampolgára se legyen kevésbé védve a gazdálkodó szervezetektől, mint a másiké, mindenki egyenlő esélyekkel szerezhesse meg a szükséges árukat és szolgáltatásokat, mert azok „szabad mozgása [...] érinti [...] a magánszemélyeket is, [...] a fogyasztóknak ugyanolyan feltételekkel kell tudniuk hozzáférni más tagállamok áruhoz, mint az adott tagállam lakosságának”.[28] De a jogviszony másik oldalról nézve is hasonlóan fontos az egyenlőség, vagyis egyik ország kereskedője vagy szolgáltatója se legyen több kötelezettséggel terhelve, mint a másik országé, ugyanolyan esélye legyen eljuttatni termékeit a fogyasztókhoz, s ugyanolyan védelem illesse meg a fogyasztókkal szemben.[29]

A szabályozás szükségességét továbbá az is indokolta, hogy a távollevők között kötött szerződések szorosan fogyasztóvédelemmel. „Az Európai Uniónak ugyanis az egyik legfontosabb alapgondolata, hogy a hatékony fogyasztóvédelem valamennyi az integráció területén gyártott és forgalmazott termék és szolgáltatás hozzáadott értékét növeli”[30]. A 97/7/EK irányelv pedig egyike a Közösség fogyasztóvédelmi célzatú irányelveinek[31]

3. Fogyasztóvédelem és kötelmi jog – kogencia és diszpozitivitás kettőssége

A fogyasztóvédelem megjelenése és a kötelmi jogba való beépülése érdekes helyzetet teremtett. A 97/7/EK irányelv Minimumzáradékának[32] értelmében „a tagállamok ezen irányelvnél szigorúbb szabályozási megoldásokat is alkalmazhatnak [...] amennyiben ezek a rendelkezések az EU jogszabályaival, illetve jogpolitikájával összeegyeztethetők”[33], „az irányelvben adottnál több jogot garantálhatnak a fogyasztónak, de kevesebbet nem állapíthatnak meg. A kogencia egyoldalú: a szabályoktól csak a fogyasztó javára lehet eltérni”[34]. Ez a kogencia azonban ellentétben áll a klasszikus magánjogi felfogással, a szerződések szabadságának elvével, a kötelmi jogra ugyanis a diszpozitivitás jellemző. Vékás Lajos szerint ezen ellentét az oka annak, hogy az irányelvek tartalmazta európai fogyasztóvédelmi magánjogot a tagállamok nem illesztik polgári törvénykönyveikbe, hanem inkább külön szabályozzák, bár – vallja – a fogyasztóvédelem helyét a Ptk.-ban kellene megtalálni, annak tematikus rendszerébe illesztve.[35]

Valóban idegen a szerződési jog diszpozitív szabályozásától kogencia, de a fogyasztóvédelem célja értelemszerűen csak egy olyan szabályozással érhető el, amely nem engedi tetszőlegesen meghatározni a szerződések tartalmi elemeit, hanem védelmezi – persze mértékkel – a gyengébb felet az erősebbel szemben, erre pedig a kogencia nyújt lehetőséget. A fogyasztói szerződések esetében tapasztalható az egyik fél fokozott védelme, ez azonban nem merül fel a hagyományos szerződéseknél, ott a jogalkotó mindkét felet egyformán erősnek, tájékozottnak vélelmezi. Hagyományos körülmények között például lehetőség van az adásvétel tárgyát megvizsgálni, míg a távollevők közötti szerződéseknél ez nem lehetséges, s így az egyik partner ismeretei a szerződés tárgyát illetően meglehetősen hiányosak. „Az elektronikus kereskedelem támogatása és a fogyasztóvédelmi gondolat nem mond ellent egymásnak, hanem feltételezik és kiegészítik egymást.”[36]

A fogyasztóvédelem létjogosultságát Fazekas Judit abban látja, hogy a piacon lévő termékek „bonyolult szerkezeti, technológiai újdonságaik miatt a fogyasztók nem rendelkezhetnek a ’megfelelő’ szakértelemmel, és ezért vásárlásaikkor nem képesek racionálisan dönteni, másrészt pedig a gazdasági környezet bizonytalansági tényezőinek csökkentése, a tömegtermelés, tömegelosztás, tömeghirdetés és tömegkereskedelem által előidézett egyenlőtlenségek orvoslása csak állami beavatkozás útján, jogi eszközökkel lehetséges.”[37]

4. A magyar szabályozás szükségessége

Hazánk jogának alakulására az EK irányelvek óriási befolyást gyakorolnak, hiszen az 1994. évi I. törvénnyel kihirdetett Európa Megállapodás is kimondja, hogy honos jogunkat

összhangba kell hozni az *acquis communautaire*-rel[38]. Ennek a közelítésnek a jegyében fogant az 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről[39], majd a törvény felhatalmazása alapján[40] a 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet a távollevők között kötött szerződésekről.[41]

A szabályozás szükségességéhez az is hozzájárult, hogy a '90-es évek végére már hazánkban kialakult a fogyasztói társadalom, s a gazdálkodókkal szemben a fogyasztó védelemre szorult.

A fogyasztó problémáinak elsődleges forrása az, hogy krónikus információhiányban szenved. Az áru átvételét megelőzően nem kerülhet fizikai kapcsolatba a dologgal, melynek megvásárlásáról csak egy apró kép, s néhány lényeges, jellemző tulajdonság feltüntetése alapján dönthet. Ezek azonban nem pótolhatják annak megismerését, megtapogatását, alapos megvizsgálását, s az eladótól kapott plusz információkat. Továbbá nem ismeri a kötelmi jogviszony másik oldalán lévő felet sem, s a személyes kontaktus hiánya csökkenti a fogyasztó bizalmát.

5. A szabályozás célja

A távollevők között kötött szerződések – mint fogyasztói szerződések – szabályozása céljával kapcsolatban több elmélet is született. A protekcionista elmélet szerint a fogyasztóvédelmi szabályok célja a szabadpiac áldozatává váló fogyasztó védelme. Ennek érdekében a kötelmi jog diszpozitív szabályozási rendszerét ki kell egészíteni a fogyasztási szerződésekre vonatkozó kogens szabályozással, így biztosítva, hogy a piaci uralom birtokosai ne hozzák hátrányos helyzetbe a fogyasztót. A másik irányzat a jogi segítségnyújtás biztosítását, a fogyasztó támogatását tekinti célnak az oktatás, a tájékoztatáshoz, a jogi védelemhez, a jogorvoslatokhoz való jog terén.[42]

Úgy vélem a fogyasztóvédelem céljának mindkettő megfelel, sőt a kettő együtt felel meg: távszerződések esetében szükséges a fogyasztó kellő mértékű védelme és segítése egyaránt a jogviszony szereplőinek sajtóságos kapcsolata miatt.

6. A szabályozás módja

A távollevők között kötött szerződés nem nevezhető igazán (olyan értelemben, mint az adásvétel) kötelemtípusnak, ez inkább egy gyűjtőfogalom, melybe azon értékesítési formák tartoznak, ahol a felek nincsenek fizikai kapcsolatban egymással. Éppen ezért a szabályozás során nem a szerződések típusára, hanem a szerződéskötés módjára kell koncentrálni. „E szerződést gazdálkodó szervezet vagy külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepe és a fogyasztó köti egymással a gazdálkodó szervezet áruértékesítő, illetve szolgáltató tevékenységi körében valamely távközlő eszköz alkalmazásával”.[43]

Az alanyok fogalmát a kormányrendelet nem határozza meg, azokat más jogszabályok definiálják. A szerződés egyik megkötője a fogyasztó, „az a személy[44], aki – gazdasági vagy szakmai tevékenység körén kívül – árut vesz, rendel, kap, használ, illetve akinek a részére a szolgáltatást végzik, továbbá, aki az áruval vagy a szolgáltatással kapcsolatos tájékoztatás vagy ajánlat címzettje”[45]. A másik fél pedig a gazdálkodó szervezet[46]. Azonban gazdálkodó szervezet bármely áruval csomagküldő kereskedést akkor folytathat, s így távollevők közötti szerződéseket akkor köthet, ha a nyilvántartásba vételére jogosult szerv a kereskedőt és üzletét vagy raktárát, tárolóját nyilvántartásba vette.[47]

A szerződést megkötő feleket csatornaként köti össze egy távközlő eszköz, vagyis minden olyan eszköz, „amely alkalmas a felek távollétében – szerződés megkötése érdekében – szerződési nyilatkozat megtételére”[48]. Távközlő eszközként nem említi a rendelet – és az irányelv sem – a Web-oldalt[49], de értelemszerűen a site-okon keresztül kötött szerződések is távollevők közöttinek minősülnek.[50]

A távollévők közötti szerződéseknek – a speciális alanyi körön túl – további sajátossága, hogy a szerződési szabadság nem érvényesül töretlenül, mert bár a fél szabadon eldöntheti, akar-e, s ha igen kivel akar szerződést kötni, a szerződési feltételeket, a tartalmi elemeket a szolgáltató

határozza meg, a fogyasztónak általában nincs választási lehetősége, beleszólása, csak azt döntheti el, köt-e szerződést vagy nem[51].

Továbbá a típuszabadság elve is csorbul, ugyanis vannak olyan szerződések, melyek nem köthető meg távollevők között. Ilyenek: a pénzügyi szolgáltatási és kiegészítő pénzügyi szolgáltatási, biztosítási és a biztosításközvetítói, a befektetési szolgáltatási és a kiegészítő befektetési szolgáltatási tevékenységgel kapcsolatos szerződés, valamint az önkéntes kölcsönös biztosító pénztári és a nyugdíjpénztári szolgáltatásokkal kapcsolatos szerződés; az automatából történő értékesítés; nyilvános távbeszélő állomás igénybevétele útján a távbeszélő szolgáltatást nyújtó szervezettel kötött szerződés; az építési szerződés; ingatlan tulajdonjogának vagy ingatlanra vonatkozó más jog megszerzésére[52] irányuló szerződésekre[53], kivéve a bérleti szerződés; az árverésen kötött szerződés. Továbbá a mindennapi fogyasztásra szolgáló áruk rendszeres házhoz szállítására vonatkozó szerződésekre kizárólag a rendelet 7. § (2)-(3) bekezdése és a 8-11. § az utazási szerződésekre és az ingatlanok időben megosztott használati jogának megszerzésére irányuló szerződésekre pedig a rendelet 9. §-a alkalmazható.

III. Digitalizált, bináris kódokból álló „papírlapok”, avagy az interneten kötött szerződések

1. Az Interneten kötött szerződések kialakulása – az elektronikus kereskedelem megjelenése

A XXI. században az információs társadalom korát éljük, melynek fejlődését az információs javak termelése, az információ gazdasági erőforrássá válása jelenti, s „magába foglalja az elektronikus információszolgáltatás és interaktív kommunikáció minél szélesebb körű alkalmazását”[54]. „Az információs technológia napjainkban tapasztalható robbanásszerű előrehaladása drámai módon átalakítja a korábbi társadalmi gazdasági érintkezési formákat. E fejlődés egyik eredménye az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különféle üzleti, kereskedelmi tranzakciók elektronikus adatátvitellel történő lebonyolításának (elektronikus kereskedelem), valamint egyéb szolgáltatások elektronikus úton való közvetítésének elterjedése.”[55] Ebben az új környezetben a jognak – többek között a fogyasztóvédelemnek és a kötelmi jognak[56] – is szembe kell néznie új kihívásokkal, s válaszokat kell adni a felmerülő kérdésekre.

Az információs társadalom középpontjában az anonimitást, szabad információáramlást biztosító, decentralizált, nyitott[57] Internet[58] áll[59], mely forradalmasította az üzleti forgalmat. Az információ, áru, vásárlás és eladás másodperc-gyorsasággal cserélődik, történik a Föld ellentétes oldalán megtelepedett felek között. A hálózat keretében az emberek – mint egy globális faluban – kapcsolatba léphetnek egymással és szerződéses jogviszonyt létesíthetnek.[60]

A világhálót először még csak marketing-stratégiai célokra használták fel a kereskedők, mert új kapcsolatteremtési lehetőséget biztosított a fogyasztók felé. Az Interneten katalógusokat, reklámokat helyeztek el, s felhívták a fogyasztó figyelmét, hogy ezek a termékek megvásárolhatók a valós világban található üzletükben. A fejlődés második szintje az volt, amikor a világhálón keresztül a kívánt terméket utánvétellel meg is lehetett rendelni,[61] vagyis a szerződés megkötése már a neten történt, a harmadik lépcsőfokon pedig már a szolgáltatás teljesítése[62] és a fizetés is a hálózaton keresztül történik.[63] Az elektronikus kereskedelem tehát egyre nagyobb teret hódított meg a gazdaságban, az üzleti életben. Lou Grestner, az IBM vezére igazi forradalomnak tartja, hogy „a mai vállalatok ezrei és ezrei ragadják meg a globális kapcsolat erejét, s használják fel az új kommunikációt önmaguk átalakítására”[64].

A fogyasztóval való internetes kapcsolat egyébként nem véletlenül lett népszerű, s használják ki azt igen nagymértékben a gazdasági társaságok. E médium ugyanis alkalmasabb arra, hogy a kereskedők felhívják a fogyasztók figyelmét különböző termékeikre, mint a hagyományos

hirdetési lehetőségek. Mert míg a szórólapokat kivesszük a postaládából, majd kidobjuk, az újságokban egyszerűen átlapozzuk a hirdetési oldalakat, az Interneten küldött reklámokkal kénytelenek vagyunk szembesülni, mert szörfözés közben lépten-nyomon szembejönnek velünk.[65]

Egy további ok, amiért a gazdasági társaságok kezdik előnyben részesíteni az Internetet az, hogy „az Internet értékesítési hálózatán nincsenek magas raktározási és munkaerőköltségek, lehetőség van valamennyi ügyletet 20-50 cent költséggel lebonyolítani. Ezzel szemben egy zöld számon lebonyolított ügylet költségei az 5 dollárt, a kiskereskedelmi bolton keresztül pedig a 15 dollárt is elérhetik.”[66] A költségek közötti különbség láthatóan óriási, egyértelműen gazdaságosabb az elektronikus értékesítés, mint a hagyományos, szolgáltatónak és fogyasztónak egyaránt, hiszen ha a gazdálkodónak kisebb a költsége, lehetősége van kedvezőbb áron kínálni áruját, s így több vásárlót megnyerni.[67]

Molnár István az elektronikus kereskedelem népszerűségét azzal magyarázza, hogy „a globalizáció révén egyre zsugorodó világban a technológiai és gazdasági fejlődéssel együtt növekvő termelékenység és túlelőleges új piacok és új befektetések után kiált”. [68] Az Internet segítségével pedig óriásira növelhető a piac, nincsenek határok.

Egyes nézetek szerint az elektronikus kereskedelem annyira nagy jelentőséggel bír, s olyannyira meghatározza a jövő gazdaságát, kereskedelmét, hogy azok a gazdasági társaságok, amelyek nem használják ki a világháló adta lehetőségeket, nem nyitnak virtuális üzletet, eltűnnek a süllyesztőben. Andrew S. Grove, az Intel elnöke szerint öt év múlva már értelmetlen lesz különbséget tenni a csak interneten kereskedő, illetve az ügyfelekkel hagyományosan érintkező vállalkozások között, ugyanis annak, „aki életben akar maradni a piacon, át kell térnie az elektronikus kereskedelemre”. [69] Steve Smithson, az LSE [70] Információs Rendszerek osztályának vezetője szintén hasonlóképpen nyilatkozott: „Azok a cégek, amelyek figyelmen kívül hagyják az elektronikus kereskedelem feltörekvő lehetőségeit, hamarosan lemaradnak. Ma már nem az a kérdés, hogy elkezdni-e vagy sem, hanem, hogy mikor és hogyan elkezdni.” [71] Gáti András, a MATÁV értékesítési menedzsere, ugyancsak az elektronikus kereskedelem vérkeringésébe való bekapcsolódás mellett tette le voksát, még 1999-ben: a világhálón való kereskedésben aktív szerepet vállalni kívánó cégeknek előbb-utóbb elektronikus kereskedelmi stratégiát kell kidolgozniuk, mert nem engedhetik meg maguknak a késlekedést. [72] Vagyis „az elektronikus kereskedelem olyan forradalmi változásokat ígér az üzleti világban, amilyenre kevés példa volt a történelem folyamán. Mint minden ilyen változáskor, a „jól helyezkedők” az élvonalba kerülhetnek, a késlekedők pedig végképp a vesztes oldalon találják magukat. S mindez csupán a vállalatokra, hanem régiókra, országokra is érvényes.” [73]

2. Az elektronikus kereskedelem fogalma

Az elektronikus kereskedelem legtágabb értelemben „az üzleti célú, illetve kereskedelmi kommunikáció része, egy gazdasági célú, elektronikus úton megvalósított egyoldalú, vagy interaktív kommunikáció” (elektronikus kereskedelmi kommunikáció) [74], s magába foglalja mindazokat az ügyleti, üzleti, ügyviteli cselekményeket, amelyekhez a számítógép segítségét veszik igénybe. E technológiai jellegű meghatározás szerint a felek közötti elektronikus kapcsolatnak van jelentősége, így a nem polgári jogi ügyletek is a fogalma alá tartoznak. Ezen a tág meghatározáson belül különíthetjük el a B2B [75], B2C [76], C2C [77], G2B [78], G2C, G2G [79] szegmenseket, valamint ide tartozik az elektronikus aláírás is. [80]

A szűkebb értelemben vett elektronikus kereskedelem fogalmának meghatározásánál az ügylet jellegét kell alapul venni, ide kizárólag azok az ügyletek sorolhatók, melyek polgári jogi természetűek.

A legszűkebb meghatározás szerint pedig elektronikus kereskedelemről akkor beszélünk, ha a jogügylet elektronikus úton is teljesíthető (ez az ún. direkt e-commerce, pl. szoftverek

vásárlása, amikor is a szolgáltatás igénybe vevője a honlapról letöltheti a kívánt terméket az ellenérték megfizetése fejében).

Az EU-irányelv a következőképpen határozza meg az elektronikus kereskedelem fogalmát: „elektronikus kereskedelemnek nevezzük a távollevők között, elektronikus eszközök által tett olyan jogilag releváns cselekményeket, amelyek egyedileg meghatározható jogalanyok között polgári jogi jellegű jogviszonyt hoznak létre, feltéve, hogy a jogszabály az elektronikus kereskedelemre vonatkozó rendelkezések alkalmazását nem zárja ki.”[81]

Az Európai Unió hivatalos dokumentumaiban egyébként az elektronikus kereskedelem fogalma helyett „az információs társadalmi szolgáltatás (information society service) az elterjedt, annak érdekében, hogy – a jövőbeli előre nem látható fejleményekre is nyitottan – a lehető legtágabban, egyetlen konkrét technológiához sem kötődve határozzák meg az informatikai forradalom elterjedését segítő körülményeket”[82].

3. Az elektronikus kereskedelem két fő szegmense

Az elektronikus szerződések létrejöhetnek kereskedők között (ez az ún. B2B – business to business – kereskedelem)[83], valamint a kereskedő és az egyéni felhasználó, a fogyasztó között (ez az ún. B2C – business to consumer – kereskedelem)[84]. [85] Az előbbit e-businessnek[86] is szokás nevezni, „mely az informatikai eszközök és rendszerek vállalkozások által való alkalmazását jelenti”[87], ez egy zárt hálózaton[88] (extraneten) megvalósuló üzleti jellegű kommunikáció, célja a tranzakciós költségek csökkentése, egy hatékonyabb összeköttetés a partnerek között. Az utóbbi pedig a nyilvános hálózatok át[89] megvalósuló, ún. e-commerce[90], vagyis „a szolgáltatásait kínáló vállalkozó és az e szolgáltatásokat igénybe vevő másik vállalkozó vagy fogyasztó közötti – részben vagy egészben elektronikus úton megvalósuló – üzleti kereskedelmi kapcsolatokat jelöli”[91], mely „előzetes üzleti kapcsolat vagy megelőző megállapodás nélkül történik”[92]. Ebben az esetben anyagi javak kereskedelméről van szó.

A B2B kereskedelem kevésbé volt problémás, mert itt állandó, folyamatos kapcsolat állt fenn a felek között, ebből adódóan bizalommal voltak egymás iránt, jogügyleteket – s nagyrészt ugyanolyan szerződéseket – rendszeresen kötöttek. A partnerek egyenrangúak, a technikai, s főleg a jogi ismereteik – legalábbis elviekben – ugyanolyanok voltak. A helyzet akkor vált bonyolultabbá, amikor elterjedt az Internet, lehetővé vált egymástól távol lévő személyeknek a világhálón kötetlen jogviszonyba lépni[93], s a fogyasztói (B2C) szerződések tömegessé váltak. Ezekben a relációkban azonban már hiányzik az állandó kapcsolat, a bizalom, a felek rendszerint csak egyetlen szerződést kötnek (vagy esetleg alkalmanként hoznak létre jogviszonyt a fogyasztó szükségleteinek megfelelően), nem tartanak fenn folyamatos kapcsolatot. A vásárolt áru mennyisége „kereskedelmi értelemben nagy, de egyébként viszonylag kis összegű tranzakciók és viszonylag homogén árukészlet jellemzi”[94]. A kereskedő technikailag és jogilag is fölényben van fogyasztóval szemben.

4. Az elektronikus kereskedelem a számok tükrében

Napjainkban már több százmillió ember rendelkezik internetes kapcsolattal[95], s e tény kétségkívül segíti az elektronikus kereskedelem formáinak fejlődését, az e-szerződések elszaporodását.[96]

Nyugaton – ahol az Internet már korábban megjelent – az elektronikus kereskedelem mára óriási méreteket öltött, évente dollár milliárdokban mérhető a lebonyolított forgalom, ügyletek tömkelegét kötik számítógépek képernyője előtt ülve. Ed Zander, a Sun Microsystem elnökö-vezérigazgatója szerint „az Internet mára már az üzlet fontos kelléke. Aki nem használja, az olyan az üzleti életben, mint amikor valaki hokiütővel megy teniszezni.”[97]

A gazdaságkutató cégek rendszeresen készítene felméréseket az elektronikus kereskedelmi forgalomról, elemzik a kapott információkat, folyamatosan prognosztizálnak.

A Forrester Research adatai szerint 2000-ben 660 milliárd dollárra rúgott az elektronikus úton lebonyolított kereskedelem, az idei évre pedig a forgalom[98] eléri majd a 6,8 billió dollárt, ez a szolgáltatások világkereskedelmének 8,6 %-a. Az on-line kereskedelemben a vezető pozícióban továbbra is Észak-Amerika lesz, de Nyugat-Európa, Ázsia és Óceánia, s 2005-től már Kelet-Európa is egyre nagyobb területet birtokol majd az elektronikus kereskedelem földgömbjéből.[99] A cég egyik elemzője, Matthew R. Sanders annak tulajdonítja a forgalom hatalmas méretű növekedését, hogy a cégek a hagyományos kereskedelem kevésbé hatékony megoldásait a világháló segítségével próbálják majd kiküszöbölni.[100]

Az International Data Corporation (IDC) adatai szerint az Interneten lebonyolított elektronikus kereskedelem 2000-ben 354 milliárd dollárnyi összeget tett ki, 2005-re ez 5 billióra nőhet az Internetet rendszeresen használók számának ugrásszerű növekedése miatt, ugyanis 2005-ben a Föld népességének 15 %-a (kb. 1 milliárd ember) fog szörfözni a hálón.[101]

Az Active Media Research adatai szerint a fogyasztói e-kereskedelem 2000-ben 56 milliárd dollárt tett ki, ez a megelőző évhez képest 103 %-os növekedést jelent. Ebből a szakemberek arra következtettek, hogy 2010-re a forgalom 1,1 billió dollár is lehet. A B2C szegmens forgalma azonban csökkenni fog a 10 év alatt (az összforgalom 47 %-áról 31-re), mert a többi szektor gyorsabban növekszik majd, s elhódítja a teret a B2C-től.[102]

Az európai vállalatok 72 %-a végez marketingtevékenységet, értékesít az Interneten, s a hozzáértők a következő öt évben az elektronikus kereskedelmi forgalom összértékét 320 milliárd dollárra becsülik.[103] A Forrester 1999-es mérései szerint az európai B2C forgalom 2,9 milliárd euró volt, 2005-re elérheti a 175 milliárdot is (a kereskedelmi forgalom 7 %-át). Egyes becslések szerint az európai kiskereskedelmi forgalom növekedése 2004-ben (32 %-os az előző évhez képest) többszöröse lesz az amerikaiénak (19 %).[104] Az európai országok közül Németország lesz majd a piacvezető 26 %-os részesedésével.[105] Németországban az Internetes kereskedelem igen elterjedt, 2000-ben 12,61 milliárd dollárnyi értékben kereskedtek a világhálón[106], s a 14-59 év közöttiek 22 %-a használja a világhálót[107].

Magyarországon az elektronikus úton történő kereskedelem még nem tekint vissza nagy múltra, a háztartások 1,5 %-ában[108] van internetes kapcsolat,[109] de még a szörfözőknek is csak 1 %-a köt szerződést a világhálón[110]. Az IDC szerint 2000 végén a lakosság kb. 8 %-a csatlakozott a hálózatra havonta legalább egy alkalommal[111], 2004-re 26 %-a fogja legalább negyedévente, 17 %-a hetente használni a netet[112], 2005-ben pedig várhatóan már havonta minimum 23 % látogatja egyszer a világhálót[113]. „A legnagyobb magyar internetes áruházak naponta 10-20 ezer látogatóval számolnak a karácsonyt megelőző időszakban, ez a látogatottság a szokásos kétszerese, [...] de a nézelődők közül ezekben a napokban csak minden századik, azaz 100-150 ember vásárol is - legalábbis Vajda Péter, az ebolt.hu-t üzemeltető Areco Kft. ügyvezetője szerint.”[114] Vagyis a web-áruházakat látogatók többsége még „csupán információszerzésre használja fel az Internet nyújtotta lehetőségeket, és ezt követően [...] hagyományos úton vásárol”[115].

A Carnation Consulting[116] felmérése szerint az elektronikus kereskedelemmel foglalkozó kb. 120-140 hazai cég csak melléktevékenységet lát az e-businessben, s a B2C szegmens forgalmát 1999-ben 160 millió forintra becsülte, ez a kiskereskedelmi forgalom mindössze 0,0037 %-a.[117] A GKI, a Westel és a Sun Microsystem adatai szerint a 2002-es évben 40 %-kal, 4,5 milliárd forintra nőtt az web-boltok forgalma, 2003-ban pedig 30 %-os gyarapodásra, 6 milliárd forintra lehet számítani. De még így is kevesebb mint 1 %-ot tesz ki a kiskereskedelmi forgalomból, és a bevétel 60 %-át a háztartások adják.[118] Az IDC az idei évre a 150 milliárd dollárnyi B2C, és 800 milliárd B2B forgalmat prognosztizált a felmérései alapján.[119]

„Hazánk még csak az elején jár annak a folyamatnak, amely a 'digitális gazdaságba' vezet, ugyanakkor egyre inkább érzékelhető, hogy az Internet képes az életviszonyokat alapjaiban

megváltoztatni. A piaci szereplők többsége leginkább partnereik és a fogyasztók tájékoztatására alkalmazza az 'elektronikus világsztrádát', ugyanakkor egyre népszerűbbé válik az értékesítési folyamatok elektronikus alapokra történő helyezése is.[120] Ezáltal az Internet nem egyszerűen az információközlés eszköze marad, hanem előlép a kereskedelmi tranzakciók közvetítőjévé is"[121].

A brit karácsonyi vásár legnagyobb tapasztalata az "on-line shopping" látványos hódítása. Ma már a kiskereskedelmi forgalom 7 %-a a világhálón bonyolódik le. Különösen sikeresek az elektronikus cikket árusító vállalatok. A The Guardian számításai szerint novemberben és decemberben együttesen 3,34 milliárd fontot költenek a britek karácsonyi ajándékokra a világhálón keresztül. Ennek egyik oka, hogy sok fogyasztó utálja és kellemetlen kötelezettségnek tekinti a karácsonyi vásárlást.[122]

5. Szabályozás

Az Internetes kereskedelem, az e-szerződések – mint az a fentebb említett néhány jellemzőből is jól kitűnik – némiképpen eltérnek tehát a hagyományostól, ugyanakkor „a létező szabályok alapvetően a [...] megfogható világban felmerülő szerződéses viszonyokra kínálnak megoldást [...] egy földrajzilag többé-kevésbé behatárolható területen”[123]. Az elektronikus szerződésekre tehát nem biztos, hogy alkalmazhatók ezek a szabályok.[124]

Azonban – habár specifikus jelenségekről van szó – alapvetően ezek is kötelesek, s éppen ezért a hagyományos kötelmi jogi szabályok ezek esetében is érvényesülnek, a Ptk. szerződések megkötésére vonatkozó szakaszai itt is alkalmazhatók és alkalmazandók, legfeljebb egyes kérdésekben specializálni kell a távszerződés sajátos lényéből kifolyólag. E specifikációt pedig az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény és a távollevők között kötött szerződésekről szóló 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet végzi el.

Az E-ker. tv. megalkotását – a harmonizációs kötelezettségen túl – az időszerűség is motiválta, ugyanis „az Internet-felhasználás Magyarországon is jelentős mértékben növekszik, [...] mellyel párhuzamosan az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem jelentőségének növekedése is várható. A GKI Gazdaságkutató Rt. 2001. II. negyedévi felmérésében részt vevő vállalatok több mint 40 %-a lát lehetőséget arra, hogy 2002 folyamán lehetővé tegyék szolgáltatásaik megrendelését az Interneten keresztül”.[125] Mindezekon túl a piacon jelenlévő szolgáltatók is igényelték a szabályozást, mert „az elektronikus kereskedelem kifejlődése olyan jogi kereteket kívánt meg, amelyek egy kiszámítható jogi környezetet jelentenek”[126].

6. Általános szerződési feltételek

Az elektronikus szerződéseket az általános szerződési feltételek alapján kötik meg, az eladó egyoldalúan meghatározza a szerződéskötés feltételeit, a vevőnek nincs ebbe beleszólása. Vagyis ezek az ún. blanketta- (vagy adhézios) szerződések előre gyártottak, megváltoztathatatlanok, törölhetetlenek. Ha azonban az egyik partner – értelemszerűen nem a megalkotója, hanem a másik fél, jelen esetben a fogyasztó – számára túlzottan hátrányos klauzulákat tartalmaz, vagy indokolatlan előnyöket állapít meg a megfogalmazó számára, érvénytelennek minősül a kikötés. Kétség esetében pedig – afféle in dubio pro consumo alapján – a hátrányosabb helyzetben lévő fogyasztó javára kell ítélni.[127]

A magyar jogban ezek az általános szerződési feltételek akkor képezhetik a szerződés részét, ha két konjunktív feltétel megvalósul: azokat a megfogalmazásban részt nem vett félnek is lehetősége volt megismerni, és azt kifejezett nyilatkozatával vagy factum concludensszel elfogadta.[128]

A német jogban ennél szigorúbb a szabályozás, ugyanis az AGBG[129] értelmében akkor tekinthető az általános szerződési kikötés a szerződés részének, ha alkalmazójuk szerződő partnere figyelmét erre kifejezetten felhívja, illetve ha ez aránytalan nehézségbe ütközik a

felhívást a szerződéskötés helyén világosan látható módon kifüggeszti; lehetővé teszi a szerződő partner számára, hogy tartalmáról elvárható módon tudomást szerezzen és a szerződő partner azok érvényesülésével egyetért.[130] Ha ezeket nem tartja be a feltételek használója, akkor feltételek nem válnak a szerződés részévé, hanem az a törvényi előírásoknak megfelelő tartalommal jön létre, kivéve ha ez a megoldás valamelyik szerződő félnek el nem várható nehézséget okozna.[131]

Az európai gyakorlat szerint pedig csakis azokat az általános szerződési feltételeket lehet érvényesnek tekinteni, amelyek az ajánlattal, illetve a felhívással azonos oldalon szerepelnek. Az Európai Unióban az általános szerződési feltételek akkor válhatnak a szerződés részévé, ha azok a szerződéssel azonos oldalon szerepelnek, vagy olyan oldalon, amelyet a szolgáltatást igénybe vevő mindenképpen elolvas a szerződés megkötése előtt. Ugyanakkor vitatott, hogy megfelel-e a követelményeknek, ha egy linket tartalmaz a feltételeket tartalmazó oldalra.[132]

A magyar megoldás nem nevezhető túl jónak, mivel a lehetőség megadása alapján lényegében elég valahol az oldalon egy apró kis ikont elhelyezni, s arra rákattintva lehet előhívni a szerződési feltételeket. A fogyasztók többsége azonban nem valószínű, hogy elkezd ikonokra vadászni, hiszen az átlagember nem is tudja, hogy léteznek általános szerződési feltételek, amelyeket keresnie kellene. Az általános európai gyakorlat már sokkal megfelelőbb, mert azon megoldás alapján inkább valószínűsíthető, hogy a vevő elolvassa a feltételeket, mint abban az esetben, ha az azokhoz kattintgatások hosszú sora után lehet eljutni. Az AGBG megoldása pedig talán a legjobb, hiszen a szolgáltató a kifejezett felhívással, illetve a látható módon való feltüntetéssel a maga részéről mindent megtett, hogy biztosítsa a másik félnek az általános szerződési feltételek megismerését, s egy esetleges jogvitában a fogyasztó nem hivatkozhatna arra, hogy nem tudott a feltételekről. Persze a megismerés lehetősége a magyar szabályozás szerint is adott, de nagyobb a valószínűsége a feltételek elolvasásának, ha azok szem előtt vannak, vagy utalnak azok meglétére.

Kérdés ezek után, milyen figyelmeztetés tekinthető kifejezettnek? A német szakirodalomban több nézet is létezik ezzel kapcsolatban.[133] Mehrings szerint akkor, a szerződési feltétel használója félreérthetetlenül és egyértelműen kijelenti, hogy kikötéseit a szerződés részévé kívánja tenni. A felhívást nem szabad elrejtteni és grafikai megjelenítése egy felületesen szemlélődő átlagos fogyasztónak feltűnjön. A felületes fogyasztóból kiinduló Koehler szintén a szemet szűrő grafikus kép híve.

Fuglinszky Ádám két tényezőtől teszi függővé, hogy a fogyasztó észreveszi-e egyáltalán a figyelmeztetést: annak térbeli és időbeli elhelyezésétől és grafikai megjelenítésétől. Ebben kétségkívül igaza van, hiszen az észlelésnél valóban sokat számít, hogy mikor, hol, hogyan jelenik meg az észlelnivaló. Egy nagyobb, héttértől elütő, esetleg villogó szimbólum jobban szembetűnik, mint egy apró, a weboldalba beleolvadó. Koehler úgy vélekedik, hogy a figyelemfelhívást vagy a megrendelőlapra kell feltüntetni, vagy úgy kell kialakítani a honlapot, hogy a megrendelés megjelenítése előtt a szerződési feltételekre vonatkozó figyelmeztetés mindenképpen lefusson a képernyőn. Mehrings a felhívás megrendelőlapra való elhelyezését javasolja mégpedig a megrendelést aktiváló mező közelében, akár még annak szövegébe is lehetne integrálni.

A megismerés lehetőségének biztosítására – szerintem – érdemes lenne az általános szerződési feltételeket a kötelező regisztrációkor elfogadtatni a fogyasztóval, s csak az elfogadás függvényében engedélyezni a regisztrációt. Ez a megoldás mindenképpen előnyös lenne a szolgáltatóknak, mert így az általános szerződési feltételek megismerésének lehetősége már akkor fennáll, amikor a fogyasztó még csak a nyilvántartásba való bejelentkezésnél tart. S ha a fogyasztó nem olvassa el azokat a kifejezett figyelmeztetés ellenére sem, csak egyszerűen rákattint az „elfogadom” ikonra, akkor a mulasztás esetleges

következményeit neki kell viselnie. Itt, a regisztrációkor tehetne eleget a szolgáltató annak a kötelezettségnek is, hogy biztosítania kell az általános szerződési feltételek tárolásának és előhívásának lehetőségét. Esetleg érdemes a megrendeléskor még egyszer felhívni a figyelmet az általános szerződési feltételekre a Mehrings által javasolt módon, a megrendelés szövegébe beépítve. Fuglinszky szerint „célszerű a figyelmeztetést a megrendelésnél elhelyezni, vagy itt is megismételni. Ám egy valamennyi oldalon feltűnően villogó figyelmeztető mező túlzás lenne”.

A lépten-nyomon szembejövő felhívás már csak azért is felesleges lenne, mert egyrészt indokolatlan lenne a szolgáltatókra olyan kötelezettséget róni, hogy folyamatosan figyelmeztessék a fogyasztókat a feltételekre. Másrészt a regisztrációkori és a megrendelés kori felkiáltójel éppen elég arra, hogy olyanok, akik tudni akarják milyen feltételekkel kötnek szerződést, elolvassák azokat. Harmadrészt a fogyasztóvédelem a gyengébb, de nem „gyengeelméjűbb” félnek szolgál pajzsul, feltételezhető tehát, hogy az Internetet használó fogyasztó kellően intelligens, és elég egyszer felhívni a figyelmét az általános szerződési feltételek létezésére, és elolvasásának fontosságára.[134] Végül – habár „a fogyasztóvédelem gazdasági, igazságossági és jogi szükségszerűség” – méltánytalan lenne a fogyasztó túlzott védelme a szolgáltatóval szemben.

Egyes német szerzők szerint az általános szerződési feltételek csak akkor válnak a szerződés részévé, ha fogyasztónak megadatik az elmentés és a kinyomtatás lehetősége, mert így nem áll fenn a tartalom önkényes és egyoldalú megváltoztatásának lehetősége.[135]

Az általános szerződési feltételek megismerhetőségének elengedhetetlen feltétele, hogy a megrendelő ismerje azt a nyelvet, amelyen azokat megírták. Azt azonban nonszensz lenne elvárni, hogy a világ összes nyelvén szerepeljenek a feltételek. Meents álláspontja – úgy vélem – megfelelő megoldást jelenthet a nyelv problémájára. Szerinte, ha egy cég belföldre szállít árut, akkor elegendő a hazai nyelv használta, de ha külföldre is, akkor legalább angolul, mivel az Internet nyelve. Ha esetlegesen meghatározott célországok vannak egy szolgáltató elképzelésében, akkor célszerű ezeknek az országoknak a nyelvén is közzétenni a feltételeket. De a felhívás és a feltételek nyelvének mindenképpen meg kell egyeznie, s ha esetleg egy honlapon lehet nyelvet választani, akkor a feltételeknek mindegyik választható nyelven rendelkezésre kell állni.

Fuglinszky úgy vélekedik, nem feltétlenül lehet igazat adni Meentsnek, mert előfordulhat például, hogy egy Németországban élő, németül nem vagy csak kicsit tudó külföldi akar rendelni, így a probléma nem oldódott meg. Ebben kétségkívül van igazság, de – mint mondja – „dogmatikai szempontból szinte mindegy, mely nyelven kerül megfogalmazásra az általános szerződési feltétel: nem lehet eltekinteni ugyanis attól a tényről, hogy a fogyasztó keresi fel a honlapot, ő rendel saját elhatározásából, így rendkívül ellentmondásos lenne, ha egy jogvitában arra hivatkozna: az általános szerződési feltételeket nem értette, mert azok egy számára ismeretlen nyelven voltak megfogalmazva.”

Madl szerint a megismerés lehetősége két mozzanatot feltételez: a figyelem felhívását és a kikötések rendelkezésre bocsátását.

A kereskedők sajnos gyakran felejtik el az általános szerződési feltételek ismertetését, így a fogyasztó még ha akarná, se tudná megismerni őket. Holott ettől a bizonyítás még nem lesz könnyebb, mert lényegében egyik fél sem tudja hitelt érdemlően bizonyítani, hogy a feltételeket tartalmazó dokumentumot nem változtatta meg. Ezt a problémát az elektronikus dokumentumok hiteles archiválása műszaki és jogi feltételeinek megteremtése oldhatja meg.[136]

Az általános szerződési feltételek kapcsán fontos még megemlíteni a Ptk. egyik alapelvét, a felróhatósághoz kötött felelősséget. Saját felróható magatartására előnyök szerzése végett

senki sem hivatkozhat.[137] Ez tulajdonképpen az Interneten kötött szerződések esetében a fogyasztóvédelem korlátozását is jelenti. Hiszen a fogyasztó eléggé védett pozícióban van a szolgáltatóval szemben, s neki is vannak kötelezettségei, amelyeknek eleget kell tennie. A túlzottan szigorú fogyasztóvédelem pedig már sértené a joggal való visszaélés tilalmát és „a magánjogi jogviszonyokban a minimálisan elvárható, objektivizált magatartási mércét”[138]. A törvény ugyanis tiltja a joggal való visszaélést. Joggal való visszaélésnek minősül a jog gyakorlása, ha az a jog társadalmi rendeltetésével össze nem férő célra irányul, különösen ha [...] személyek jogainak, törvényes érdekeik csorbítására vagy illetéktelen előnyök szerzésére vezetne.[139] Márpedig a szigorú fogyasztóvédelem már joggal való visszaélésnek minősülne, hiszen vezethet a szolgáltató törvényes érdekeinek sérelméhez, a fogyasztó pedig illetéktelen előnyöket szerezne. A Ptk. egyik generálklauzulájának értelmében pedig a polgári jogi jogviszonyokban úgy kell eljárni, ahogy az az adott helyzetben általában elvárható.[140] Vagyis jelen esetben az általában elvárhatóság azzal egyenlő, hogy a fogyasztó csak általa ismert és értet nyelven, az általános szerződési feltételek ismeretében, azokat magára nézve kötelezőnek ismerve el köt szerződést. Ha pedig nem ezt teszi, neki felróható magatartást tanúsít.

A fogyasztókat védeni kell a gazdálkodó szervezetek esetleges tisztességtelen kikötéseivel szemben. Ezen követelmény generalis clausuláját a Ptk. fogalmazza meg, míg részletszabályai a fogyasztóval kötött szerződésben tisztességtelennek minősülő feltételekről szóló 18/1999. (II. 5.) Korm. rendelet tartalmazza. Ha az általános szerződési feltétel tisztességtelen, a kikötést a sérelmet szenvedett fél megtámadhatja.[141] A fogyasztói szerződés tisztességtelen kikötését a fogyasztó megtámadhatja akkor is, ha az nem minősül általános szerződési feltételnek.[142] Tisztességtelen az általános szerződési feltétel, illetve a fogyasztói szerződés kikötése, ha a jóhiszeműség követelményének megsértésével a feleknek a szerződésből eredő jogosultságait és kötelezettségeit egyoldalúan és indokolatlanul az egyik fél hátrányára állapítja meg.[143]

A 18/1999. (II. 5.) Korm. rendelet felsorol néhány tisztességtelennek minősülő feltételt[144], de ugyanakkor azt is kimondja, hogy ez a felsorolás csak exemplifikatív[145].

7. A szerződés alanyai

Kik is lehetnek egy ilyen elektronikus úton létrejövő jogviszony két pólusán? Információs társadalommal összefüggő szolgáltatást bármely természetes, illetve jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet végezhet,[146] - csakúgy mint bármely nem elektronikus út igénybételével végzett szolgáltatást –, ha eleget tesz a jogszabály által előírt minősítési, képesítési, engedélyezési vagy bejelentési kötelezettségnek[147].

Ez így látszólag egyszerű, de egy e-kontraktusban mégis problémát jelent alannak lenni, mert a felek sűrű ködbe burkolóznak: a szolgáltató lényegében egy fejléc, a fogyasztó pedig egy kitöltött adatlap.[148]

Éppen ezért fontos, hogy „az egymást nem ismerő, arctalanul érintkező felek a nem egy térben és időben bonyolódó szerződéskötéskor”[149] azonosíthatják egymást. A kereskedő számára ehhez a fogyasztó által megadott adatok szolgálhatnak alapul, ő az elektronikus úton történő adatközlést használja fel az ügyletkötéshez, míg a szolgáltatást nyújtó félről a fogyasztó egyrészt annak honlapján, másrészt egyéb nyilvántartásokból tájékozódhat.

Jogképesség

Az ügyletképességnek két konjunktív feltétele van: a jog- és a cselekvőképesség. A jogképesség megállapítása természetes személyek esetében nem jelenthet problémát, hiszen a Magyar Köztársaságban minden ember jogképes: jogai és kötelességei lehetnek[150]. A jogképesség az embert, ha élve születik, fogamzásának időpontjától kezdve illeti meg[151], s életkorra, nemre, fajra, nemzetiséghez vagy felekezethez tartozásra tekintet nélkül egyenlő[152]. A jogi személyeknél szintén nem nehéz dönteni az ügyletképesség e szeletének a kérdésében, hiszen a jogi személy jogképes, és ha jogszabály eltérően nem rendelkezik,

jogképessége kiterjed mindazokra a jogokra és kötelezettségekre, amelyek jellegüknél fogva nem csupán az emberhez fűződhetnek[153]. A probléma akkor merül fel – mondja Sándor István[154] –, ha valaki olyan alakzat nevében tesz jognyilatkozatot, amely – bár tagjai nyilván jogképesek – önmagában jogképtelen (pl. egy építőközösség).

Cselekvőképesség

Az ügyletképesség másik szelete a cselekvőképesség. Cselekvőképes mindenki, akinek cselekvőképességét a törvény nem korlátozza vagy nem zárja ki.[155] Aki cselekvőképes, maga köthet szerződést vagy tehet más jognyilatkozatot.[156] A korlátozottan cselekvőképes és a cselekvőképtelen személyek jognyilatkozatai azonban csak jogszabály által behatárolt körben tekintendők érvényesnek.[157] A cselekvőképesség hiányára a személyes kontaktus esetében lehet következtetni, az elektronikus úton történő szerződések esetében ez nyilván nem lehetséges.

A kereskedő személye

Az E-ker. tv. 4. § (1) bekezdése – hogy az on-line áruház[158] léte és nemléte okozta félelmeinket eloszlassa – meghatározza, mit kell a szolgáltatónak feltüntetnie kereskedelemmel foglalkozó Web-oldalán[159]. A szolgáltató köteles tehát – az E-ker. törvény értelmében és a könnyű azonosíthatóság érdekében – elektronikus úton közvetlenül és folyamatosan, könnyen hozzáférhető módon, magyar nyelven közzétenni legalább az alábbi – általános – adatokat:

- a nevét, amennyiben nem természetes személy, a képviselőjének nevét is;
- lakcímét, székhelyét, telephelyét;
- elérhetőségeit, különösen az igénybevevőkkel való kapcsolattartásra szolgáló, rendszeresen használt elektronikus levelezési címét;
- amennyiben a tevékenységének végzéséhez jogszabály nyilvántartásba vételi kötelezettséget ír elő, a nyilvántartásba vevő hatóság megnevezését és a szolgáltató nyilvántartásba vételi számát;
- amennyiben a tevékenysége jogszabály alapján engedélyköteles, ezt a tényt a jogszabály megjelölésével, a felügyeleti hatóság megnevezésével és elérhetőségével; valamint a felügyeleti hatóság engedélyének számával;
- amennyiben tevékenységére szakmai vagy etikai előírások irányadóak, az azokra való hivatkozások elérhetőségük megjelölésével;
- adószámát;
- amennyiben természetes személy szolgáltató vagy a szolgáltató szervezet tagja vagy vezetője – az adott szolgáltatással összefüggően – ilyennel rendelkezik, tudományos vagy szakmai fokozatás és megszerzésének helyét;
- amennyiben az adott szolgáltató minősítését vagy akkreditációját törvény írja elő, a minősítő, illetve akkreditáló okirat adatait, elérhetőségét;
- az adott szolgáltatáshoz kapcsolódóan a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény 8. §-nak megfelelő tájékoztatást.

A vevő személye

A vevő azonosításához pedig a regisztráció szükséges: fel kell venni róla mindazokat az adatokat, amelyek alapján később azonosítani, részére a szolgáltatást elküldeni lehet. Az e-kereskedelmi rendszerek tehát egy nyilvántartást vezetnek mindazokról, akikkel kapcsolatban vannak. Ebben a nyilvántartásban tárolják továbbá azt a felhasználónevet és jelszót, amelyeket a fogyasztó választott magának azonosítása céljából a regisztrációkor. A felhasználó számára folyamatosan biztosítani kell a lehetőséget, hogy adatait ellenőrizhesse, az esetleges változásokat adatlapjára rávegye. Adatainak rendszeres, de legalábbis a megrendelések előtti ellenőrzése mindenképpen előnyös, mert nem lehet tudni, megváltoztatta-e valaki a személyes adatokat. Ezzel a jelenséggel hagyományos szerződéskötéseknél nem találkozhatunk, ott a kötelelem létrejöttének természete

értelemszerűen nem is kívánja meg, hogy adataink egy adatbázisba kerüljenek, nem kell jelszó, hogy bemenjünk egy áruházba, és ott szerződést köthessünk. Az elektronikus kereskedelemnek éppen ezért az egyik legfontosabb kérdése a megfelelő adatvédelem kialakítása.

8. Tájékoztatási kötelezettség

A tájékoztatási kötelezettség a polgári jogban fontos szerepet tölt be, ezt jelzi, hogy a Ptk. alapelvei között is szerepel. A polgári jogok és kötelezettségek gyakorlása és a kötelezettségek teljesítése során a felek a jóhiszeműség és a tisztesség követelményeinek megfelelően, kölcsönösen együttműködve kötelesek eljárni.[160] A tájékoztatási kötelezettség generálklauzulája a kötelmi jogban a következőt jelenti: A felek a szerződés megkötésénél együttműködni kötelesek, figyelemmel kell lenniük egymás jogos érdekeire. A szerződéskötést megelőzően is tájékoztatniuk kell egymást a megkötendő szerződést érintő lényeges körülményekről.[161]

A szolgáltatót személyes adatainak közlésén felül más jellegű információadási kötelezettség is terheli. Köteles az általános szerződési feltételeket oly módon hozzáférhetővé tenni, amely lehetővé teszi az igénybevevő számára, hogy tárolja és előhívja azokat.[162] Erre azért van szükség, hogy a fogyasztó ne csak egyszerűen szerződést kössön, hanem legyen tisztában azzal is, milyen feltételekkel köti meg azt: milyen jogai és kötelezettségei vannak neki, s partnerének. Az általános szerződési feltételeket ugyanis a szolgáltató előre és egyoldalúan határozza meg több szerződés megkötése céljából[163], a fogyasztónak így nincs lehetősége „alakítani, változtatni a szerződési kikötéseken; [...] szerződési szabadsága csupán a szerződés megkötésének vagy meg nem kötésének szabadságát jelenti”[164]. Az ilyen feltételek azonban csak akkor részei a szerződésnek, ha a fogyasztó megismerhette és elfogadhatta, s a feltételek nem lehetnek tisztességtelenek.[165]

Továbbá fel kell tüntetni azokat a technikai lépéseket, amelyeket a szerződés megkötéséhez meg kell tenni. A hagyományos szerződéskötéskor nem kell mást tennünk, mint elolvasni az okiratot, majd a megfelelő helyen aláírni. Itt azonban különböző rubrikákat kell kitölteni, gombokra kattintani, s ehhez szükség van tájékoztatásra. Tudatni kell, hogy a megkötendő szerződés írásba foglaltnak minősül-e, iktatják-e[166], s az iktatott szerződés utóbb hozzáférhető lesz-e. Ennek egy esetleges későbbi bizonyítás során van jelentősége.

Fontos lehetőséget biztosítani a fogyasztónak arra, hogy mielőtt elküldi nyilatkozatát, az esetleges adatbeviteli hibákat azonosíthassa és kijavíthassa.[167] Hiszen könnyen előfordulhat, hogy a fogyasztó valamit véletlenül elgépel, egy adatot hibásan, hiányosan adott meg, vagy esetleg egyáltalán nem adta meg valamely adatát. Ezen utóbbi kötelezettséget olyan kiemeltnek tartja a törvényhozó, hogy ha a szolgáltató nem biztosítja a megfelelő eszközt a hibák kijavítására, a szolgáltatás igénybevevőjének nyilatkozata nem is minősül ajánlatnak.[168] Ahhoz, hogy biztonsággal használhassuk az Internet adta távszerződési lehetőséget, feltétlenül szükséges az esetleges akaratlan hibák (ezek az ún. input hibák) kijavítási lehetőségének biztosítása, mert egy hiányos technikai ismeretekkel rendelkező fogyasztó könnyen elronthatja nyilatkozatát, amelyet elküldés után az „elektronikus üzenettovábbítási folyamat visszafordíthatatlan jellege”[169] miatt visszavonni már nem tud.

A fenti, technikai jellegű tájékoztatási kötelezettség nem vonatkozik az e-mailben kötött szerződésekre (és az azzal egyenértékű kommunikációs eszközzel tett nyilatkozatokra), ezekben az esetekben „az igénybevevő teljes egészében maga határozza meg szerződési nyilatkozatainak tartalmát, és feltételezhető, hogy rendelkezik az adott kommunikációs eszköz használatára vonatkozó ismeretekkel”[170].

Ezekén felül tájékoztatni kell a fogyasztót a szolgáltatás ellenértékhez kötéséről és ellenértékéről, valamint az ellenérték teljesítésének módjáról, arról, hogy az ellenérték tartalmazza-e a szolgáltatást terhelő közterheket, illetve az igénybevevőhöz történő eljuttatás minden költségét[171], az ajánlati kötöttség idejéről[172], az alkalmazott információs

rendszerek biztonsági fokáról, a felhasználó számára kockázatot jelentő tényezőkről és az általa megteendő óvintézkedésekről.[173]

Rendkívül fontos információkat adni a szerződés tárgyának lényeges tulajdonságairól[174], hiszen a fogyasztónak nincs lehetősége fizikai kapcsolatba kerülni az áruval. Szükséges a termék fotója mellett feltüntetni az árát, s más olyan tulajdonságait, amiket a vevőnek ismernie kell(ene) ahhoz, hogy megfontoltan dönthessen a megrendelésről. Ezek általában olyan jellemző vonások, amelyek a hagyományos vásárlás során a dolog megvizsgálásával megismerhetők[175]. A tájékoztatásnak alkalmasnak kell lennie arra, hogy a fogyasztó rendelkezzen az áru- és szolgáltatásválasztás megkönnyítéséhez, továbbá az áru és a szolgáltatás használatához, az áru fenntartásához szükséges megfelelő ismeretekkel az áru és a szolgáltatás alapvető tulajdonságairól, jellegzetességeiről, az áru és a szolgáltatás minőségéről, áráról, díjáról, valamint az áru használatára vonatkozó utasításokról és használatával járó veszélyekről, a jogai érvényesítéséhez szükséges alapvető ismeretekkel.[176]

Charles E. McLure Jr. találóan úgy definiálja a kereskedelmi web-siteokat – bizonyára a széleskörű információszolgáltatási kötelezettség miatt –, mint egy rendszeresen frissített, gazdag papíralapú katalógus[177] megfelelőjét, amely gyakran frissíthető információk interaktív multimédiás közléséből áll, és lehetővé teszi a lapozást, ha további információra van szükség.[178]

Fontos, hogy – akárcsak egy üzletben – az Interneten is lehetőség nyíljon arra, hogy a fogyasztó kereshessen az áruk között, legyen egy keresőprogram a honlapon, amelynek segítségével a vásárló könnyebben megtalálhatja, amit keres. Ez lényegében a boltok segítőkész eladóit helyettesíti. Sajnos azonban a gazdálkodók gyakran nem kellő tájékoztatást nyújtanak a fogyasztónak a termék lényeges tulajdonságait illetően, nem fordítanak különösebb gondot arra, hogy valóban megkönnyítsék a választást, s ezzel is elősegítsék a szerződés teljesülését. Pedig minél pontosabb lenne a felvilágosítás, annál valószínűbb lenne az elégedett fogyasztó, aki nem áll el a szerződéstől, sőt akár újabbakat is köt.

Ezeket az információkat (itt nemcsak a termék tulajdonságaira, hanem az előtte említettekre is gondolunk) természetesen a szerződés megkötése előtt kellő időben kell a fogyasztó tudomására hozni[179], méghozzá egyértelműen, közérthetően, pontosan, az igénybevett távközlési eszköznek megfelelő módon[180].

Annak bizonyítása pedig, hogy eleget tett a jogszabályban meghatározott tájékoztatási kötelezettségnek (valamint betartotta az abban meghatározott határidőket, beszerezte a fogyasztó nyilatkozatait) a gazdálkodó szervezetet terheli.[181]

Látható tehát, hogy a törvényhozó igyekezett biztonságossá tenni az internetes kereskedelmet, a világhálón kötött szerződéseket. Ugyanakkor kétséges, hogy mennyire tesznek eleget a szolgáltatók ennek a szigorú, igen kiterjedt tájékoztatási kötelezettségnek. De még ha fenn is lennének a törvény előírta adatok a Web-oldalon, akkor sem valószínű, hogy a fogyasztók többsége elkezdene kutatni a különböző nyilvántartásokban a szolgáltató után, illetve a Web-oldal részletes átvizsgálásával igyekezne minden információt begyűjteni, a különböző hivatkozások eléréséhez folyamatosan klikkelgetni[182]. Sokkal inkább megelégszik azzal, ami első pillantásra a szeme előtt van, s ezek ismeretében kötné meg a szerződést, vagy inkább az információhiány miatt a hagyományos vásárlási módszereknél maradna. Persze a dolog kétoldalú, hiszen az intelligens fogyasztótól elvárható, hogy tájékozódjon a szerződés megkötése előtt a megkötni kívánt jogüggyel kapcsolatban.

9. A szerződés tárgya

A szerződésből kötelezettség keletkezik a szolgáltatás teljesítésére és jogosultság a szolgáltatás követelésére.[183] A szerződés tárgya tehát a szolgáltatás, az a magatartás, amelyet a kötelezettnek a szerződés alapján tanúsítania kell és amely mindig vagyoni értékű.

A távollevők között kötött szerződések tárgya korlátozott, ugyanis jogszabályok[184] kivételeket határoznak meg a csomagküldő szolgálatok útján értékesíthető áruk terén.

Alexander Schaub a B2C kereskedelemben három piacot különböztet meg, melyek lényegében az e-szerződések tárgyának típuscsoportjait is jelölik. Ezek a következők: Interneten értékesített termékek[185], weboldalak tartalmának ingyenesen illetve térítés ellenében való rendelkezésre bocsátása.[186]

Az Interneten kötött fogyasztói adásvételi szerződések tárgya általában könyv, ruha, kozmetikum, elektronikai adathordozó (vhs, dvd, vcd), számítógép-alkatrészek.[187] Sárosi Viktor szerint az elektronikus kereskedelem azért terjed nehezen, mert a vállalkozások csak olyan termékeket kínálnak weboldalaikon, amelyek a hagyományos áruházakban is megtalálhatóak, „így kevés az esély arra, hogy a vásárlóknak az elektronikus kereskedelem létjogosultságát bizonyítsák”[188]. Az Interneten kétségekívül olyan termékeket értékesítenek, amelyeket bármelyik más áruházban is megtalálhatunk, ugyanakkor az e-kereskedelem számos olyan előnyt kínál a fogyasztóknak, amelyek vonzóvá tehetik.

10. Alakítás

A szerződés megkötése háromféleképpen történhet: szóban (voce), írásban (scripto) és ráutaló magatartással (facto concludendo).[189] Az elektronikus szerződéseket többnyire írásban (e-mailben)[190] vagy ráutaló magatartással kötjük.[191] A legjellemzőbb talán az utóbbi, vagyis a kézzelfogható világ embere belép a Mátrix digitalizált világba, s útjait róva be-betér egy-egy virtuális áruházban, s apró ikonként létező kosarába teszi a lét és nemlét határán lebegő bináris jelhalmazt, amely azután otthonában testet ölt, s tapinthatóvá változik.

11. A szerződések jellege

Ha meg akarjuk határozni az elektronikus kereskedelemben kötött fogyasztói szerződések jellegét, akkor azt mondhatjuk, vagyoni jogviszonyokat szabályozó szerződések jönnek létre, leginkább adásvétel, annak is egy speciális fajtája, a minta szerinti vétel. Minta szerinti vétel esetében az eladó először mintát szolgáltat a vevőnek, majd az adásvételi szerződés teljesítésekor a mintának megfelelő dolgot köteles szolgáltatni.[192] A minta szolgáltatása itt nyilván nem lehetséges kézzelfogható módon, csupán fénykép alapján, de a bírói gyakorlat – analógiával élve – a minta szerinti vétel szabályainak alkalmazását munkálta ki a katalógus útján történő vásárlásra.[193] Egy kereskedő Web-oldala pedig értelemszerűen katalógusnak tekintendő.

Az internetes szerződést mindig a világhálón kötik[194], de a szolgáltatást nem feltétlenül azon keresztül teljesítik. Beszélhetünk ugyanis on-line és off-line jellegű szolgáltatásra irányuló kötelemről. Az off-line szolgáltatás – a közvetett elektronikus kereskedelem – ingó dologra irányul (pl. könyv, dvd, ruha, bútorok), melyet „fizikailag le kell szállítani postai szolgáltatás vagy kereskedelmi fuvarozó, csomagküldő szolgálat igénybevételével”[195] a megrendelőhöz. Itt tehát dologi javak értékesítése történik, „az Internet pedig csupán közvetítő közeg a szerződés megkötésével kapcsolatos jogcselekmények elvégzése során”[196]. Az on-line – közvetlen – kereskedelemben a szolgáltatást – egy eszmei jószágot, egy szellemi tulajdont –, digitális formában nyújtják (pl. szoftver megvásárlása, amely az ellenérték megfizetése esetén letölthető a lapról), ebben az esetben tartalomértékesítéséről van szó.

A factum concludens itt az ún. click-on módszert jelenti: egy képernyőn található gombra történő rákattintással hagyhatjuk jóvá vásárlásunkat. Előfordulhat az is, hogy a klikkelés előtt ki kell tölteni egy formanyomtatványt, melyben megadjuk személyes adatainkat, hogy részünkre a szolgáltatás teljesíthető legyen. Ilyen formanyomtatvány nem minden esetben van a vásárlást megelőzően, mert ahhoz, hogy egy on-line üzletből vásárolhassunk, általában be kell jelentkeznünk az adott társasághoz. Regisztráltatnunk kell magunkat, s ekkor – természetesen – ki kell tölteni egy regisztrációs lapot. Ennek során személyes adatainkon túl

meg kell adnunk egy ún. loginnevet, melynek segítségével lényegében személyiséget kapunk, mely megkülönböztet minket a többi fogyasztótól, és egy kulcsként funkcionáló jelszót, s ezzel virtuális kulccsal tudjuk kinyitni majd a virtuális áruház ajtaját. Addig ugyanis, amíg nem regisztráltuk magunkat, lényegében csak a kirakatot nézhetjük. Illetve egészen pontosan a kosarunkba tehetjük a kiválasztott terméket, de nem vehetjük meg azt.

A ráutaló magatartás megtörténtét bizonyítani az elektronikus aláírással lehet, illetve óriási jelentőségük van az ún. szerver naplóknek, melyek a gazdálkodó szervezetek honlapján történeteket regisztrálják, így azt is, ha valaki rákattintott egy olyan gombra, amellyel lényegében részéről megkötöttnek tekinti a szerződést.

12. Ajánlattétel és elfogadás

Az „Internet útján megkötött szerződés legelőször is szerződés”[197], „a felek akaratának kölcsönös és egybehangzó kifejezésével jön létre”[198], leggyakrabban úgy, hogy „az egyik fél ajánlatot[199] tesz és a másik fél az ajánlatot elfogadja”[200]. Ez nincs másként az Interneten sem.

A szolgáltatók ajánlatot (offerendum) tesznek a fogyasztónak e-mailen[201] keresztül valamint felhívják ajánlattételre (invitatio ad offerendum) a Web-oldalokon[202]. Az e-mail névre szóló, s ezért ez a módszer a szó jogi értelmében is ajánlattétel. A Web-oldal esetében – bár a szó hétköznapi értelmében ekkor is ajánlatról van szó – inkább felhívásról beszélhetünk.[203] Ha bemegyünk egy Internetes áruházba, még nem tették ajánlatot nekünk (egy site megtekintése nem egyenlő az ajánlattétellel), csak a termékeket mutatják be[204] (egy mintát adnak), s felhívják minket ajánlattételre[205], amelyet egy elektronikus megrendelőlap, egy formanyomtatvány kitöltésével és feladásával tehetünk meg.

A Web-oldalon ráutaló magatartással történő ajánlattétel (one-click-shopping) felveti azt a kérdést, miszerint különbözik-e ez a jog területére tartozó cselekmény más hasonló, de a paragrafusokon kívül esőktől? A válaszunk nem, hiszen a számítástechnika világában az utasítások adása nagyrészt kattintással történik, vagyis egy jognyilatkozat teljesen beleolvad más, nem jogi természetű akaratnyilvánítások közé. Ilyen körülmények között pedig néha egy véletlen kattintás is jogviszony létrejöttét eredményezheti, mert a számítógép használatába olyan mértékben beleivódik a kattintgatás, hogy gyakran talán nem is nézi, hová kattint, csak automatikusan azt teszi, mert az eszköz természete ezt kívánja.

Az ajánlat persze visszavonható, de a visszavonó nyilatkozatnak legkésőbb a visszavont nyilatkozattal egy időben kell a másik félhez érnie, illetőleg tudomására jutnia.[206] Ez az elektronikus üzenetknél eléggé problémás, mert ha elküldtünk egy ajánlatot e-mailben, a visszavonó nyilatkozat csak később érhet oda, így olybá tűnik, hogy visszavonásra nincs is lehetőség. De természetesen az elfogadó nyilatkozat megküldése után még jelezhetjük ajánlatunk visszavonását[207], s legkésőbb a megküldött áru átvételének megtagadásával, vagy az átvételtől számított 8 napon belül elállhatunk a szerződéstől.

Az ajánlattevő – az ajánlati kötöttség értelmében – meghatározott ideig kötve van ajánlatához. A kötöttség távollevők esetében akkor kezdődik, amikor az ajánlat – jelen esetben az e-mail – a címzetthez megérkezik, s addig tart, amíg a válasz rendes körülmények között várható. A Web-oldalon ráutaló magatartással kötött szerződések esetében a szolgáltatónak kötelessége elektronikus úton visszaigazolni az ajánlat megérkezését, ezáltal fogadja el ugyanis az ajánlatot. Ha 48 órán belül nem érkezik meg az igazolás az ajánlati kötöttség megszűnik[208], s ha a fogyasztónak már nem áll érdekében a szerződés, az nem is jön létre. Ez a megoldás – oszttva Várkonyi Péter véleményét – megfelelő szabályozást jelent mindkét fél részére: ha a szolgáltató esetleg nem tudja visszaigazolni a megrendelést, nem szűnik meg a kötelelem, hanem egy függő jogi helyzet alakul ki, hiszen a fogyasztó döntésétől függ a szerződés léte. Ha ő fenntartja ajánlatát, a szerződés megkötöttik, ha nem, akkor a

szolgáltató nem követelheti a szerződés teljesítését. A pendens állapot bizonytalansága viszont arra inspirálja a szolgáltatót, hogy igyekezzen az ajánlatra mihamarabb reagálni. A visszaigazolás elektronikus úton csak akkor lehetséges, ha a fogyasztó megadta az e-mail címét, s éppen ezért a regisztrációhoz az elektronikus levélcím megadását általában kötelezővé teszik a szolgáltatók[209], sőt arra is felhívják figyelmünket, hogy azért van szükség a címre, hogy a rendelésről visszaigazolást tudjanak küldeni.

Az ajánlat elfogadása nem lehet hallgatólagos, azt konkrétan ki kell fejezni. Ha tehát valaki e-mailben olyan ajánlatot kap, hogy a válasz hiánya elfogadó nyilatkozatnak minősül, nem kell válaszolnia, mert hiába rótt az ajánlattevő kötelezettséget a másik félre, a kikötés semmisnek minősül. Azokban esetekben azonban a hallgatás is elfogadás, amikor az ajánlatot a címzett nevében tették, s neki csak előnye származhat (pl. ingyenesség miatt), vagy ha a felek folyamatos kapcsolatban állnak egymással.

13. Létrejöttének időpontja, helye

A szerződés létrejöttének időpontja az elektronikus szerződések esetén az elfogadó nyilatkozat hozzáférhetővé válása, vagyis amikor az ajánlattevő tudomására jut, hogy ajánlatát elfogadták (ez az ún. tudomásszerzési elmélet)[210]. A szerződési nyilatkozat ugyanis a Ptk. értelmében csak akkor hatályosulhat, ha megérkezik a másik félhez.[211] Azonban a kibertérben nem feltétlenül lesz megtekinthető a nyilatkozat akkor sem, ha megérkezett, illetve nyilván eltelhet idő a postaládába dobás és a felbontás között. Ezért az E-ker tv. annyiban specifikálja a Ptk. fenti rendelkezését, hogy a megérkezést egyenlővé teszi a hozzáférhetővé válással.[212]

A szerződés létrejöttének helye pedig az ajánlattevő lakóhelye, illetve székhelye (telephelye).[213] Azonban a helyzetet kissé bonyolulttá teszi az, hogy az Internetes oldalak a világ minden tájáról elérhetőek, ezért a szerződés létrejöttének helye felveti a jogválasztás kérdését.

14. Elektronikus aláírás

A papíralapú szerződéseken található szignó hitelességét egy grafológussal ma már viszonylag könnyedén meg lehet állapítani, illetve a kézzel írott, aláírt szerződéseket törvényi vélelem alapján teljes bizonyító erővel rendelkezőnek fogadják el.[214] Az elektronikus szerződéseken azonban nincs aláírás (legalábbis olyan értelemben, mint a papíralapú szerződéseken), a felek pusztán a nevüket írják rá az e-mailre, vagy kitöltik a megrendelőlap megfelelő rubrikáját. Ennek az „egyszerű elektronikus aláírásnak” azonban értelemszerűen nem lehet teljes bizonyító erőt tulajdonítani. S ez az Interneten kötött szerződések egyik nagy hátránya, amivel – afféle „táv szerződés-betyárokodásként” – vissza lehet élni: szabad óráinkban összes ismerősünk – nemkülönben ismeretlenek – nevében rendelhetünk bármit, csak tudnunk kell a címüket.[215]

Az Európai Parlament és a Tanács az elektronikus aláírásról szóló 1999/93/EK irányelv[216] megalkotásával tett egyenlőségjelet a hagyományos és az elektronikus szerződés bizonyító ereje közé. Hazánkban a 2001. évi XXXV. törvény rendelkezik az elektronikus aláírásról.

A szerződő partnerek azonosításának megkönnyítéséhez, a mások nevében való szerződéskötés lehetőségének kiküszöböléséhez, az elektronikus nyilatkozattétel hitelességéhez a fokozott biztonságú[217] és a minősített elektronikus aláírás[218] nyújthat segítséget.

Az aláírás során egy titkos[219] és egy nyilvános kulcsot[220] – digitális jelsorozatot – kell használni. A titkos kulccsal az aláíró[221] egy csakis rá jellemző aláírást hoz létre, míg a címzett a titkos kulcshoz tartozó nyilvános kulccsal ellenőrizni tudja az e-aláírást, a feladó személyazonosságát. Vagyis a használt elektronikus aláírás alapján megállapítható az aláírás tulajdonosa és az, hogy ki jogosult azt használni.[222] A feladó pedig utólag már nem

hivatkozhat arra, hogy ő semmit sem írt alá, hiszen az aláírás bizonyító ereje kizárólagos. A nyilvános kulcs bárki számára hozzáférhető, de a titkos kulcs ez alapján nem fejthető meg, így a hamisítás lehetősége kizárt[223] – legalábbis elviekben.

Az elektronikus aláírás használata során tehát nem csupán egy név begépeléséről van szó, hanem egy olyan kulcsról, mely segítségével bárkinek lehet egyedi, a szolgáltató által ellenőrizhető aláírása, s így az elektronikus dokumentum bizonyító erővel ruházható fel a felek személyét illetően.[224] Lényegében „az elektronikus aláírás az alapja annak, hogy az internetezőknél virtuális aláírása legyen.”[225]

Az ilyen jellegű aláírásnak azonban nemcsak a felek személyazonosságának megismerésében van szerepe, hanem a nyílt hálózatokon át küldött, számos hálózati ponton lemásolt dokumentumok titkosságának biztosításában is. A hálózati pontokon készült másolatokhoz ugyanis könnyen hozzá lehet férni, azokat meg lehet változtatni. A kulcsos aláírás alkalmazásával viszont illetéktelen személyek nem férhetnek hozzá[226] az Interneten továbbított okiratokhoz.[227] Arra, hogy egy elektronikus aláírással ellátott dokumentum későbbi módosításai nyomon követhetők legyenek, az elektronikus irathoz végérvényesen hozzárendelt, azzal logikailag összekapcsolt, a bélyegzés időpontját tartalmazó igazolás, az ún. időbélyegző[228] szolgál, „mely a dokumentum tartalmához technikailag olyan módon csatlakozik, hogy minden, az igazolás kiadását követő módosítás ellenőrizhető”.[229]

Az elektronikus aláírás tehát „képes a hagyományos, papíralapú kommunikációban használt aláírást kiváltani, és azon túl is igazolni az okirat integritásának változatlanosságát”[230], s így biztonságosabbá tenni az elektronikus kereskedelmet, szerződéskötést.

15. Teljesítés

Az elektronikus szerződés is akkor teljesül, ha a jogosult érdekei kielégülnek, ha a teljesítés szerződésszerű, mert a szolgáltatás alkalmas a rendeltetésszerű használatra.[231] A nem virtuális világban a felek egy adásvétel során többnyire egyszerre teljesítenek. Az elektronikus szerződések esetében a két fél teljesítése időben elválik. Az eladó ugyanis a megrendelt áru vagy szolgáltatás szállításával teljesít, míg a vevő a vételár megfizetésével, mely a szállítás után történik banki átutalással, postai utánvétellel, csekken történő befizetéssel, futáron keresztüli fizetéssel. Mindkét felet együttműködési kötelezettség terheli, s mindkét fél úgy köteles eljárni, ahogy az az adott helyzetben általában elvárható, valamint tájékoztatni kötelesek[232] egymást a szerződés teljesítését érintő minden egyes lényeges körülményről.[233]

A gazdálkodó szervezet – hacsak a felek nem állapodnak meg ettől eltérően – a gazdálkodó szervezet a fogyasztótól kapott felszólítás kézhezvételét követő 30 napon belül köteles a szolgáltatást teljesíteni a szerződésnek megfelelően.[234]

16. Szerződésszegés

A szerződésszegés általános szabályai természetesen itt is irányadóak, de a jogalkotó specifikumokat is meghatároz.

Ha a szolgáltató nem tud szerződésszerűen teljesíteni, mert az a szolgáltatás, amelyre a szerződést megkötötték nem áll rendelkezésre, vagy azt nem tudja nyújtani, köteles a fogyasztót e tényről tájékoztatni, ha pedig a fogyasztó már fizetett a szolgáltatásért, a megfelelő összeget legkésőbb 30 napon belül visszatéríteni. A szerződésszegés egyéb következményei alól ez nem mentesítő ok. Ha a gazdálkodó szervezet a szerződésben meghatározott módon helyettesítő szolgáltatással, vagy áruval teljesít az elállási jog gyakorlásával járó költségek nem a fogyasztót, hanem őt terhelik. A szervezetet egyébként a helyettesítéssel kapcsolatban is tájékoztatási kötelezettség terheli.[235] Mivel itt az elállási joggal a fogyasztó vélhetően amiatt él, mert nem az általa megrendelt árut, hanem csupán egy helyettesítő terméket kapott, amely nem felel meg az ő elvárásainak, érthető, hogy a

szerződésszerűen teljesíteni nem tudó gazdálkodó szervezetet terheli a joggyakorlás során felmerülő költségek viselése[236].

A gazdálkodó szervezet hibás teljesítéséből fakadó szavatossági jogok internetes szerződések esetén is megilletik a fogyasztót.

17. Elállás – a szerződés egyoldalú megszüntetése a fogyasztó részéről

A fogyasztót a távszerződések – így az internetes szerződések körében is – indokolás nélküli elállási jog[237] illeti meg, melyet attól a naptól kezdve gyakorolhat, amikor az árut átvette, szolgáltatás nyújtása esetében pedig, amikor a szerződést megkötötte, feltéve, hogy a gazdálkodó szervezet a tájékoztatási kötelezettségének eleget tett.[238]

Ha a fogyasztót nem tájékoztatták megfelelően, akkor – mintegy a kereskedővel szembeni szankcióként – az elállási jogát 3 hónapon belül gyakorolhatja (az előbb említett időpontoktól kezdődően), ám ha a 3 hónapon belül sor kerül a tájékoztatásra, életbe lép a 8 munkanapos határidő a tájékoztató kézhezvételétől számítva.[239]

Az elállás esetében a gazdálkodó a fogyasztó által kifizetett összeget haladéktalanul, de legkésőbb az elállástól számított 30 napon belül visszafizetni. Az elállási jog gyakorlásával felmerülő költségek a fogyasztót terhelik, azonban ha az áru nem rendeltetésszerű használatából kár keletkezett az is a fogyasztó terhére esik[240].[241]

Az általános elállási jogot szabályozása sokkal szigorúbban ugyanis a szerződéstől elállni csak kifejezett és egyértelmű nyilatkozattal, az elállás okának, jogcímének megnevezésével lehet. Az Interneten kötött szerződéseknél azonban nem kell indokolni. Ez a rendelkezés a fogyasztó fokozott védelmét szolgálja. Nagyban megkönnyíti az elállást, ha nem kell semmilyen okra, vagy jogcímre hivatkozni, egyszerűen csak vissza kell küldeni az árut. Az elállásra megszabott határidő pedig a szolgáltató magatartásához kötött: ha a kellő tájékoztatást megadta, akkor csak egy rövid idő áll a fogyasztó rendelkezésére, ha azonban hiányos tájékoztatást adott, hosszabb ideig gondolkodhat a fogyasztó az esetleges elállásról. A joggyakorlással járó költségeket – itt a postaköltséget kell érteni – természetesen ő viseli. Ahogyan azt a kárt is, amelyet a rendeltetésnek nem megfelelő használatból okozott. Az nyilván nem várható el a gazdálkodótól, hogy visszafizesse a termék árát, ha azt a nem megfelelő használat miatt károsodottan kapja vissza.

Persze nem szabad túlzott védelemben részesíteni a fogyasztót a másik fél hátrányára, éppen ezért az elállási jog nem gyakorolható korlátlanul, ezzel is meggondolt, körültekintőbb vásárlásra készítve a fogyasztót. Hacsak nincs eltérő megállapodás, nem állhat el a fogyasztó szolgáltatás nyújtására vonatkozó szerződés esetében, ha a 8 munkanapos határidő lejárt előtt a gazdálkodó szervezet a teljesítést a fogyasztó beleegyezésével megkezdte[242]; olyan áru értékesítése, illetve szolgáltatás nyújtása esetében, amely a fogyasztó személyéhez kötött, illetve amelyet a fogyasztó utasításai alapján vagy kifejezett kérésére állítottak elő[243], vagy amely természeténél fogva nem szolgáltatatható vissza[244] vagy gyorsan romlandó; hang- illetve képfelvétel, valamint számítógépi szoftver példányaira vonatkozó szerződés esetében, ha a csomagolást a fogyasztó felbontotta[245]; hírlap, folyóirat és időszaki lap terjesztésére vonatkozó szerződés esetében, szerencsejáték szerződés[246] esetében.[247]

Ha a fogyasztó valamilyen szolgáltatást nem rendelt meg, akkor tőle – értelemszerűen – nem követelhető ellenszolgáltatás, s ha a fogyasztó elfelejt nyilatkozatot tenni, akkor nem érvényesül „a hallgatás beleegyezés” elv, a hallgatólagos elfogadást vélelmezni nem lehetséges.[248] Ez a szabályozás nyújt védelmet a fogyasztónak a gazdálkodó szervezetek egyre erőszakosabb magatartásával szemben. Nyilván nem lehet kérni egy olyan áruért ellenértéket, amelyet a szolgáltató saját elhatározásából, termékének reklámozása céljából küldött, illetve nem elfogadó nyilatkozatot, ha nem válaszol a fogyasztó a gazdálkodó szervezet ajánlatára. A szolgáltatók leggyakrabban újságokból, könyvekből, szoftverekből küldenek

mintapéldányokat, hogy ezzel is vevőket nyerjenek meg, s ha a fogyasztó nem jelzi, hogy nincs szüksége ezekre, akkor szorgalmasan postázzák a csekket és további termékeket.

18. Mintaszerződések

Ha a felek számos szerződést szeretnének kötni egymással a világhálón (itt elsősorban inkább gazdálkodókra gondolunk), célszerű írásban mintaszerződést kötni. E szerződésbe bele kellene foglalni az Interneten kötendő további szerződések feltételeit: a szerződés megkötésének helyét és idejét, az alkalmazandó jog megválasztását, a megállapodás értelmezésének vagy teljesítésének módját jogvita felmerülése esetében, az egyes elektronikus dokumentumok bizonyító erejét, az esetleges jogviták eldöntésére nézve illetékes bíróságot. Nem tartalmazhat azonban olyan kikötéseket, amelyek ellentétben vannak a kötelmi jog közrendre vonatkozó szabályaival.[249]

Ennek a mintaszerződésnek van egy egyszerűsített formája is: az elektronikus kereskedelmi levél (ez megköthető hagyományos úton és e-mailen keresztül is). Ebben az eladó a jövőben kötendő elektronikus szerződésekre vonatkozóan általános, lényegében típusfeltételeket szab. A címzettnek ezt a levelet alá kell írnia, majd visszaküldeni a feladónak, s ezzel létre is jött a jogilag érvényes mintaszerződés. Ilyenkor az elfogadó fél aláírásával kifejezetten kinyilvánítja a feltételekkel való egyetértését.

A levél elhelyezhető Web-szerveren is. Ez az eset – ellentétben a Web-katalógusokkal – ajánlatnak minősül, s elfogadásával a szerződés létrejön. A mintaszerződést ilyenkor értelemszerűen nem lehet aláírni, nincs az előbbi esethez hasonlóan, írásbeli elfogadás – csak ráutaló magatartás –, s ezért minden egyes tranzakció esetében közzé kell tenni a kereskedelmi levelet, mely ebben az esetben „az Interneten megkötendő összes ügyletre vonatkozó általános feltételek meghatározott csoportja, hasonlóan azokhoz az általános feltételekhez, amelyek bármelyik papíron megkötött szerződés hátoldalán szerepelhetnek”[250].

Habár a mintaszerződéseknek meg kell felelniük a formai követelményeknek és többletköltséggel is járnak, hasznos az alkalmazásuk a kötelmi jogviszonyok létesítése során, mert céljuk a szerződéses kapcsolatok elősegítése, a jogbiztonság megteremtése, megszilárdítása.

19. Jogválasztás[251]

Az Interneten megkötött szerződések egyik sajátossága a nemzetköziség, hiszen ezen az úton a Föld bármely pontjain élő emberek kötelmi jogviszonyt létesíthetnek egymással, ha van Internet-hozzáférésük, hiszen a kommunikáció ezek típusa nem ismeri a határokat.

A külföldi, nemzetközi elemet tartalmazó szerződések esetén a felek megválaszthatják, melyik állam jogát kívánják alkalmazni a szerződés értelmezésére és az abból fakadó jogviták eldöntésére. Az EU-ban alkalmazandó Római Egyezmény értelmében a szerződés egészére, vagy csupán meghatározott részére nézve is élhetnek a jogválasztás szabadságával.[252] „A szolgáltatók szempontjából a jogválasztás ily módon stratégia tervezés kérdése is. [...] Vizsgálhatók és értékelhetők az egyes ügylettípusokat érintő – eltérő jogi megoldásokból fakadó – kockázatok, illetőleg e kockázatok szerződéses rendelkezésekkel történő kizárásának, csökkentésének lehetősége. [...] A szolgáltatók előre pontosan felmérik, hogy adott országokban milyen jogi szabályozással kell számolni, s ezen államok jogától történő eltérés lehetséges-e.”[253]

Természetes azonban, hogy a jogválasztás szabadsága nem lehet korlátlan – tekintettel az előbb említett szolgáltatói taktikázásra –, ugyanis a felek választotta jog nem vezethet ahhoz, hogy a fogyasztó elveszítse állama jogvédelmét, ha a szerződés megkötésére irányuló

ajánlatot, reklámot ebben az államban intézték hozzá, vagy itt tette meg a teljesítéshez részéről szükséges lépéseket, vagy a másik fél itt kapta meg a megrendelést, vagy bár a szerződést más országban kötötték, az utat az ügyletkötés érdekében az eladó szervezte meg. A jogkikötés érvénytelennek minősül tehát akkor, ha a fogyasztót kedvezőtlenebb helyzetbe hozza, mintha saját államának jogát alkalmazták volna.

A magyar nemzetközi magánjogi szabályokat az 1979. évi 13. tvr. tartalmazza, mely ellentétben más jogszabályokkal teljes körű jogválasztási szabadságot biztosít azáltal, hogy a magyar rendelkezések csak akkor alkalmazhatók, ha a választott jog a fogyasztó államának jogát írja elő. A Római Egyezmény ugyanakkor azt mondja ki, hogy a jogválasztás abban az esetben fogadható el, ha a választott jog a fogyasztót szokásos tartózkodási helyének jogával legalább megegyező szintű védelemben részesíti.[254] Ezek alapján a magyar jogi szabályozás korántsem mondható kielégítőnek: „a jogalkotó [...] a honos jog biztosítását egy ismeretlen és bizonytalan tényezőtől tette függővé, mégpedig attól, hogy a választott jog fogyasztói szerződésekre tartalmaz-e a fogyasztók jogát előíró kogens rendelkezést”. [255] A magyar fogyasztó így ki van téve annak a veszélynek, hogy egy számára kedvezőtlen, a vele szerződő fél számára pedig kedvező státust teremtő jog lesz a kötelelmre irányadó. E szabályozás megváltoztatása – most, hogy belekerültünk Európa vérkeringésébe, s elárasztanak majd bennünket a külföldi reklámok, ajánlatok, ajánlattételre való felhívások – igen időszerű lenne, hiszen elvárható a magyar jogalkotótól, hogy honpolgárának védelmet nyújtson egy ilyen jellegű kötelemben.

Előfordulhat persze, hogy a felek alkalmazandó jogot nem jelöltek ki, hiszen az nem kötelezettség, hanem jogosultság. Ilyen esetekre a törvényerejű rendelet előírja, mikor kell a fogyasztó lakóhelyének vagy szokásos tartózkodási helyének jogát kötelezően alkalmazni. A tvr. azt követeli meg, hogy a szerződéses ajánlatot a fogyasztóhoz szokásos tartózkodási helyén kell intézni, neki a teljesítéshez szükséges mozzanatokat ugyanott kell megtenni, akárcsak a megrendelést a másik félnek megkapni.[256] Azt megítélni azonban, hogy a magyar vevőhöz egy külföldi szolgáltató mely állam területén intéz nyilatkozatot meglehetősen problémás – írja Jádi Németh –, különösen ha a Web-oldalt a magyar fogyasztó egy harmadik állam területén nyitja meg. A tvr. ismertetett szakasza jelenlegi formájában pedig erre az esetre nem alkalmazható, s így a honpolgárokat tulajdon jogalkotója fosztja meg a magyar fogyasztóvédelmi szabályok által biztosított garanciáktól.

A tvr.-hez képest egészen mást mond, s a helyzetet tovább bonyolítja az E-ker. tv., mely tárgyi hatályát a Magyar Köztársaság területéről nyújtott[257], valamint a Magyar Köztársaság területére irányuló[258] információs társadalommal összefüggő szolgáltatásra terjeszti ki.[259] Az Európai Unió valamely tagállamából hazánk területére érkező szolgáltatások azonban nem tartoznak a törvény hatálya alá.[260]

A Magyar Köztársaság területére irányuló szolgáltatások pedig azok, melyekről a használt nyelv, a pénznem és egyéb körülmények alapján valószínűsíthető, hogy magyarországi igénybevevők számára kívánják elérhetővé tenni. Olyan szolgáltatásokról van tehát szó, amelyeket kifejezetten a magyar piacra szántak, ha azonban csak a szolgáltatás igénybevételére csupán esetlegesen kerül sor, nem tekinthető a Magyar Köztársaság területére irányulónak.[261]

A Magyar Köztársaság területéről nyújtott szolgáltatásnak nevezzük a Magyar Köztársaság területén lévő székhelyén, telephelyén vagy lakóhelyén az adott információs társadalommal összefüggő szolgáltatással kapcsolatos tényleges tevékenységet végző szolgáltató által nyújtott információs társadalommal összefüggő szolgáltatást.[262] A törvény tehát a területéről, területére szófordulattal él, míg a tvr. a területén kifejezést használja, az így keletkezett ellentmondás még feloldásra vár. A származási ország elve alapján az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást azon tagállam joga szerint kell elbírálni, amelynek területéről azt a technológiai feltételek biztosításán túlmenő tartalommal nyújtják.[263]

A hazai szabályozás a jogválasztás szabadságát csupán a közérdekbe ütközés és a család szerződések esetében nem ismeri el. Ha pedig jogválasztás nem történt, szerződéstípusonként határoz az alkalmazandó jogról, másodlagosan említi a szolgáltatást, harmadsorban a legszorosabb kapcsolat elvét. Ehhez képest a Római Egyezmény a legszorosabb kapcsolat vélelmét deklarálja: vagyis egy szerződés azon állam jogával hozható a legszorosabb kapcsolatba, amelyben a szerződést jellemző szolgáltatás teljesítésére köteles fél van.[264] Egyébiránt általánosan elfogadott, hogy az alkalmazandó jogot nem a szerződések típusa határozza meg.

A magyar szabályozás sok esetben alkalmatlan arra, hogy mindkét szerződő fél számára előnyös jogot biztosítsanak, meghatározónak tekinti a szolgáltató telephelyét, holott az Internetes szolgáltatók helye nem mindig állapítható meg teljes bizonyossággal. S azt sem veszi figyelembe, hogy a virtuális valóságban a hagyományosan elkülöníthető szerződéstípusok kissé másként jelennek meg. Sajnos tehát azt mondhatjuk, hogy a jogválasztás terén a magyar szabályozás a világban uralkodó szokások ellenpontja, s nemhogy védené a fogyasztóját, hanem kifejezetten megfosztja a biztonságtól. Célszerű lenne tehát felülvizsgálni a jelenleg hatályos jogszabályokat és EU-konform rendelkezéseket alkotni, hogy a külföldi elemeket is tartalmazó szerződések vonatkozásában is lehessen beszélni fogyasztóvédelemről.

20. Javaslat: de lege ferenda[265]

Az elektronikus kereskedelem jogának szabályozása nem könnyű feladat, mert az Internet rendkívül gyorsan fejlődik, „az új információs tájkép gyorsan változik, ahogy évről évre a megjelenő web-technológiák egyre rugalmasabbak és erőteljesebbek”. [266] A Bizottság szerint az elektronikus kereskedelem egy olyan növekvő piac, amely egy rendkívül gyorsan mozgó és képlékeny környezetben fejt ki tevékenységét, [267] s a jog nem mindig tudja kellő sebességgel követni a változásokat, így a szabályozás és az élet között szakadék keletkezik. Ha pedig a szabályozás lépéshátrányba kerül, nehéz lesz ledolgozni.

A jogi szabályozással kapcsolatban a hozzáértők többféle álláspontot képviselnek, s talán ez is hozzájárul a szabályozás nehézségéhez. Nem egyértelmű, hol, miképpen szabályozzák az elektronikus kereskedelem joganyagát, s egyáltalán kell-e szabályozni?

Vannak, akik úgy vélik, az elektronikus kereskedelemben nincs szükség arra, hogy a jogalkotó alakítsa ki a szabályokat, ehelyett hagyni kell, hogy a gyakorlat kiforrassza azokat, vagyis az önszabályozás, a szereplők által kialakított és közösen elfogadott helyes gyakorlat (good practice) a megfelelő.

Mások szerint szükség van hagyományos jogalkotásra is, nem ritka, hogy önálló Internet-jog megalkotására van szükség, sőt egyesek szerint ez már meg is születet.

A legjobb megoldás a két szélsőséges nézet közötti arany középút: „a résztvevők a tételes jog fő elveihez igazodjanak, [...] a jogalkotás pedig kísértje figyelemmel az önszabályozás folyamatát és a kikristályosodó eredményeket a szükséges mértékben erősítse meg a tételes jog szabályaival.” [268] A jogalanyok önszabályozási kezdeményezéseinek támogatását az E-ker. tv. miniszteri indokolása is szorgalmazza.

A szubszidiárius jogalkotás képviselői szerint indokolt, sőt szükséges az önálló jogi szabályozás, mert számos polgári jogban használatos fogalom értelmezhetetlen az Internet világában. Ugyanakkor hozzátesszük, hogy az elektronikus kereskedelem joga nem válhat el teljesen a polgári jogtól [269], ezért az elektronikus kereskedelemre vonatkozó jogszabályokba a jogalkotónak be kellene építeni egy utaló klauzulát, amely szerint az elektronikus kereskedelem külön jogszabályban nem szabályozott kérdéseiben alapvetően a polgári törvénykönyv és a polgári eljárásjog rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. [270]

Az kétségkívül igaz, hogy nem minden polgári jogi fogalom értelemmel az elektronikus világban, de ahol lehetséges, az írásbeli környezetnek megfelelő jogi fogalmakat kellene használni. A megfeleltetés szempontjának pedig annak kellene lenni, hogy a két tevékenység azonos joghatást vált-e ki. Például az aláírás gyakorlati megvalósulása eltérő, de joghatás szempontjából azonos értékű, tehát funkcionálisan ekvivalens.[271]

Az elektronikus kereskedelem szabályozásának fontos követelménye a technológia-, és médiasemlegesség. A technológiától és médiától független szabályozás azért lényeges, mert a rendelkezések rugalmassága, az új technikai megoldásokra való alkalmazhatósága csak így biztosítható.[272]

Mivel az elektronikus kereskedelem egy keresztülfekvő jogág, szabályozásánál figyelemmel kell lenni arra is, hogy bizonyos jogágakat az elektronikus kereskedelem megjelenése tartalmilag befolyásol, s emiatt ezek módosításra szorulnak (ilyen például a fogyasztóvédelem, a személyi adatok védelme.)[273]

A szabályozás során tekintettel kell lenni az információs társadalmi kapcsolatok határokon átívelő jellegére[274], ezért figyelembe kell venni a meglévő – mind nemzetközi közjogi, mind nemzetközi magánjogi, valamint az EU által alkotott – normákat.[275]

Összegzésképpen azt mondhatjuk, hogy a hagyományos kötelmi jog rendszerétől az elektronikus szerződések joga nem különül el[276], hiszen „a speciális szabályok mind a szerződéskötés speciális módjára vezethetők vissza”[277], azok a szerződő felek közötti kommunikáció sajátosságának függvényei.[278] De az e specifikumból adódó eltérésektől eltekintve, az általános kötelmi jogi szabályok irányadóak rájuk.[279] Verebics János az Internettel kapcsolatosan az életviszonyokat három csoportba osztja. Az elektronikus kereskedelmet az Internetre jellemző, de más jogterülethez is köthető életviszonyok körébe sorolja.[280]

Az elmondottakra tekintettel nem indokolt a távollévők között Interneten megkötött kötött szerződések kiemelése a polgári jogi kódex rendszerétől, helyesebb azt annak keretei között szabályozni, mivel a nevezett szerződés egy egyértelműen polgári jogi jelenségnek – a kötelelemnek – egy sajátos közegben – a világhálón – történő alkalmazása.

Az e-szerződések szabályozásának jelenlegi szétszórtsága tehát nem a legjobb módszer. Az új polgári törvénykönyv koncepciójának kidolgozói is erre az álláspontra helyezkedtek. „A megalkotandó új Polgári Törvénykönyv monista elven épül fel: átfogja az üzleti világ, a kereskedelem, vagyis a vagyoni forgalom professzionális szereplőinek és a magánszemélyeknek magánjogi viszonyait egyaránt. A 20. század jogfejlődése egyértelműen azt mutatja, hogy nincsenek az üzleti életben alkalmazott szerződéseknek olyan sajátosságaik, amelyek – egy modernizált, a professzionális vagyoni forgalom követelményeit kielégíteni képes általános szerződési jog mellett – külön jogi rendelkezéseket kívánának meg. Az elmúlt száz évben ugyanis az általános magánjog szabályozási mércéje szigorodott, közeledett az üzleti forgalom követelményszintjéhez, vagyis az általános szerződési jog maga ’kereskedelmi jogiasodott’.”[281]

Továbbá a fogyasztói szerződések speciális szabályait is be kellene építeni a Ptk. rendszerébe, egy részüket az általános szerződési szabályok közé, másokat az adott szerződéstípus rendelkezései közé, s integrálni kellene a távollévők között kötött szerződésekre vonatkozó szabályokat és az elektronikus szerződéskötésre vonatkozó normaanyagot is.[282]

Korunk ezen új szerződéstípusainak helyét tehát a Ptk. rendszerében kell megtalálni, a szabályozás során pedig a fentebb említettekre kell figyelemmel lenni.

IV. Konklúziók

„Az internetes elektronikus kereskedelem egyik legnagyobb előnye az, hogy szinte teljes körűen elektronizálja és automatizálja a kereskedő és a vásárló közötti folyamatot, [...] egyetlen

csatornába fogja össze a kereskedés folyamatát: a termékek bemutatása, a megrendelés és a fizetés elektronikus úton mehet végbe. Egyetlen kivételt tulajdonképpen csak a kézbesítés jelent, hiszen azt – mivel tipikus esetben tárgyiasult termékekről lévén szó – az Internet természetéből adódóan nem képes támogatni”.[283] Ez az elektronizálás ugyanakkor hátrány is, mert az emberek közötti kapcsolatok redukálásához vezet, hiszen tényleg olyan érzést kelt, hogy gépek között áll fenn jogviszony. S a könyvesbolti sétát, a könyvek illatát, nem pótolhatja egy internetes katalógus. Tehát nem feltétlenül pozitív, ha gépek kötnek szerződést emberek helyett.

Ugyanakkor az e-kereskedelem malmára hajtja a vizet, hogy a világháló folyamatosan, a nap 24 órájában elérhető, így akár éjszaka is lehet vásárolni, hiszen az üzletek nem zárnak be. Sőt nagyobb az esély, hogy az ember megkaphatja, amit keres, mert többnyire egy raktárral van kapcsolatban, amelynek további előnye még, hogy a szolgáltatáshoz kedvező áron lehet hozzájutni[284], mert nem kell kifizetni azt az összeget, amelyet az üzletek tesznek rá a termékre saját hasznuk biztosítására. Az összehasonlító vásárlás is könnyebb, néhány perc alatt felmérhető a kínálat, kiválasztható a legkedvezőbb ajánlat. A Web-áruházban kényelmesen elférnek vásárlók milliói, nem kell tartani az elviselhetetlen tömegetől. Az elektronikus kereskedelemben nincsenek földrajzi korlátok, a világ bármely táján található szerződő partner.

Mivel a virtuális üzlet fenntartása

kisebbségi költséggel jár, és költséghatékonyabb működést tesz lehetővé, egyre több gazdálkodó szervezet használja ki a világháló adta lehetőségeket, s ezzel az Internet fokozza a versenyt, növeli a választékot, csökkenti az árakat, s ez a fogyasztóknak igen kedvező.

Az elektronikus kereskedelem megnyitja a piacot azok számára, akiknek eddig nem biztos, hogy volt lehetőségük a kereskedelmi forgalomban lévő termékek, szolgáltatások széles skáláját megismerni. A vidéken élőknek[285], a mozgássérülteknek nagy segítséget ad az Internet. Hiszen ha a különböző kormányzati programok segítségével a világháló elterjedtté válik az országban, a nem városban élők egyszerűbben is hozzájuthatnak árukhoz, nem kell nekik órákat utazni, nem lesznek elpazarolt órák, felesleges kiadások, mert még az esetleges postaköltséggel együtt is kedvezőbb áron vásárolhatnak, mint ha elutaznának valamelyik nagyvárosba. A mozgássérült emberek közlekedése sajnos hazánkban még megoldatlan probléma, így előlük sok lehetőség marad elzárva, a nettel viszont lehetőségük van végigjárni a különböző üzleteket, s azokban kényelmesen vásárolni.[286]

Egyes felmérések szerint az Interneten keresztül történő vásárlás sokkal kisebb stresszrel jár, mint a hagyományos. A Royal Mail támogatásával megbíztak két lánytestvért, hogy vásárolják meg ugyanazokat az ajándékokat a világhálón, illetve egy vásárlóutcában. A stresszhatást úgy mérték, hogy ellenőrizték a szívdobogásukat. Az a nővér, aki ténylegesen bejárta a boltokat, négy óra alatt szerezte be az összesen öt ajándékot. Induláskor 69 volt a pulzusa, vásárlás közben 139, és még hazatérésekor is csak 79-re ment le. Testvére 36 perc alatt kész volt a vásárlással, és szívverése 66-nál kezdődött, 67-tel végződött.[287]

A valódi boltokban csak akkor lehet megvásárolni egy terméket, ha azt már forgalomba hozták, s így ha nem sietünk egy-egy kelendőbb árut akár el is kapkodhatnak előlünk. Egyes elektronikus üzletekben viszont előrendelési lehetőség van, vagyis a forgalomba hozatal előtt megrendelhetünk egy árut, s így biztosíthatjuk, hogy az elsők között jussunk hozzá. Sőt kérhetünk értesítést is arról, hogy a kívánt termékre mikor lehet előrendelni.

Az Internetes kereskedelem térhódítása vitathatatlan, azonban ahhoz a ponthoz, hogy az Internetet a fogyasztók bátran használhassák, még nem érkeztünk el. Ugyanis „a fogyasztók az Internetes kereskedelmet bizalmatlanul, sőt gyanakvással szemlélik.”[288] Félnék ezzel az új lehetőséggel élni, mert még mindig vannak olyan momentumok, amelyek visszatartó

erőként hatnak, s az emberek inkább a hagyományos, általuk már ismert kereskedelmi, szerződéskötési megoldásokat használják. Ez persze nemcsak Magyarországon jellemző, hanem máshol is. Az EU-ban azonban nem lehetne helye félelemnek, ott az elektronikus kereskedelemnek a belső piac működését, az áruk, szolgáltatások szabad áramlását kéne szolgálnia, ehelyett viszont egyelőre inkább bénítólag hat. Az országokénti eltérő szabályozás ugyanis nem bátorítja, hanem elriasztja a fogyasztókat.

Problémát jelent, hogy még nem alakult ki teljesen ez a jogterület, s állandó változásban is van. Emiatt a jogszabályok folyamatosan módosításra szorulnak, a fogyasztó (de persze a gazdálkodó szervezet is) képtelen tájékozódni a jogairól, a kötelezettségeiről.

Az Internetes adatvédelem sem megfelelő még. A Consumer International nemzetközi fogyasztóvédelmi szervezet felmérése szerint a honlapok többsége a tisztességes információkezelés legalapvetőbb elveit sem veszi figyelembe. Holott a fogyasztók számára az adatvédelem rendkívül fontos, de az adatokkal az elektronikus környezetben könnyebben visszaélhetnek, nem lehet tudni, hogy azok milyen úton jutnak el a másik félhez, ki láthatja útközben, nem változtat-e rajta valaki. Ezek a veszélyek nem fenyegetnek egy hagyományos üzletben, ott a vásárló megtarthatja anonimitását, névtelenségét.

További hátrány, hogy a fogyasztó nem tud semmit a partnerről, nem tudja a terméket szerződéskötés előtt megvizsgálni, sokszor csak „zsákbamacskát” vesz. Ez persze köszönhető annak is, hogy a gazdálkodók sem igyekeznek a fogyasztót tájékoztatni sem saját magukról, sem a termékekről, vagy akár a fogyasztó és saját jogairól, kötelezettségeikről. A törvényes, indokolás nélküli elállási jogról – mint az a már említett felmérésekből kiderült – például előszeretettel feledkeznek meg, ahogyan nem lehet hozzáférni az egyébként jogszabály értelmében kötelezően ismertetendő általános szerződési feltételekhez sem. Tehát sokszor úgy jönnek létre szerződések, hogy közben másik tucatszámú jogot megsértettek, s felmerülhet a kérdés, létrejött-e egyáltalán a szerződés. Például a Web-oldalról történő rendelés esetén a szolgáltatónak visszaigazolási kötelezettsége van, hiszen ezzel fogadja el az ajánlatot. Ha azonban valaki nem adja meg az e-mail címét, mert az nem kötelező, nem kaphat értesítést, vagyis a szolgáltató nem fogadhatja el az ajánlatot, akkor pedig nincs egybehangzó akaratnyilatkozat, tehát szerződés sincs.

Kis tételben nem mindenkinek érdemes vásárolni, mert a postaköltség miatt drágább lehet egy-egy termék, mint a hagyományos üzletekben. Meghatározott összeg feletti vásárlás esetén viszont a cégek elengedik a postaköltséget – ezzel is vásárlásra ösztönözve a látogatókat –, így már több ezer forint is megspórolható. Éppen ezért érdemes barátokkal, rokonokkal, szomszédokkal együttesen vásárolni, hiszen így könnyebben elérhető az a határ, mikor a szállítás ingyenessé válik.

Az Internet működése és a szerződéskötés menete sem világos a fogyasztónak. A fogyasztóvédelmi felmérésekből kiderült, hogy a szolgáltatók természetesnek veszik, hogy a velük szerződni kívánó fél számára minden világos, holott a technikai ismeretekkel nem rendelkező fogyasztónak segítségre lenne szüksége, hogy meg tudja kötni a szerződést, hogy kellő részletességgel, de egyszerűen és világosan elmagyarázzák neki a folyamat egyes lépéseit. Sokan talán azért nem létesítenek kötelmi jogviszonyt, mert elakadnak a rendelés során, nincs, aki segítő kezet nyújtson.

További hátrány még a virtuális piacnak, hogy „a kereskedelem mindinkább függővé válik az elektronikus adatfeldolgozó és adatátviteli rendszerektől. Ezek legkisebb üzemzavara [...] tovagyrúzó zavart vált ki”.[289]

Az elektronikus kereskedelem újdonsága, ismeretlensége még visszariasztja a fogyasztókat a vásárlástól. Az emberek még bizalmatlanok az új jelenséggel szemben, de a felmérések szerint az elzárkózás nem végleges, hanem csak az első lépés nehéz.[290]

A világháló kétségkívül betört a hétköznapjainkba, s egyre nagyobb teret követel magának. A fejlődés óriási léptekben zajlik, s ezért feltétlenül szükséges az e-kereskedelemmel, az elektronikus szerződésekkel kapcsolatos bizonytalanságok kiküszöbölése, egy olyan jogi környezet létrehozása, amely biztonságossá teszi a távkereskedelmet. A fogyasztók bizalma csak úgy nyerhető meg, ha a jog megfelelő mértékű védelmet nyújt nekik a hagyományostól eltérő környezetben való szerződéskötés során.

Persze nem várható el minden a jogalkotóktól, nem mindent tőlük kell elvárni. Nagy felelősség terheli a kereskedőket is, nekik eleget kell tenni a jogszabályokban rájuk rótt kötelezettségeknek, hogy ezzel is jelezzék a fogyasztó felé, bátran szerződjenek. De a fogyasztókat is terheli kötelezettség: ők se használják ki a kereskedőkkel szembeni védett pozíciójukat, s ha pedig panaszuk van, jelezzék a megfelelő fórumok felé[291], hogy a gyakorlati tapasztalatokat alapul véve születhessen megfelelő szabályozás. S főleg legyenek bátrak és merjenek az Interneten keresztül vásárolni, s használják ki a világháló nyújtotta lehetőségeket. A hatóságok pedig végezzenek gyakran felméréseket arról, mennyiben tartják be a jogszabályokban előírtakat az Interneten áruházat létesítők, s szankcióval illessék azokat, akik nem tesznek eleget kötelezettségeiknek.

„Ha azt akarjuk, hogy az Internet tovább növekedjék, együtt kell dolgoznunk azért, hogy biztosítsuk azt, hogy a vásárlás az Interneten épp oly biztonságos legyen, mint egy nagyáruházban.”[292] Az Internet csupán egy eszköz az ember kezében. Egy eszköz pedig soha nem lehet több annál, mint amivé az emberi kéz teszi, mint amit az ember saját, szabad elhatározásából alakít ki belőle...[293]

Felhasznált irodalom

1. A boltokba is bekerült a világháló, Népszava, 2001. 03. 28., 14. o.
2. Az elektronikus kereskedelmi törvény születése – interjú Suba Ferencsel <http://www.e-ker.hu/news.php?id=1284>
3. Az unióban hatékonyabb a fogyasztóvédelem <http://www.sulinet.hu/tart/cikk/pc/0/13509/10>
4. Akác Zoltán: Az e-kereskedelem, In: E-kereskedelem (szerk. Zsuffa Ákos), Századvég Kiadó, Budapest (2002), 15-22. o.
5. Balásházy Mária: Szindikátusi szerződés a társasági és a polgári jog határán, Gazdaság és Jog 1993/5.
6. Balogh Zsolt György: Jogügyletek a hálózaton: az elektronikus kereskedelem, Jura 2000/1-2., 59-69. o.
7. Baranyi Bertold: Az elektronikus szerződéskötés (2003) http://www.jogiforum.hu/publikaciok/baranyi_bertold_elektronikus_szerzodeskotes.rtf
8. Baumgartner Adél: Forgalmbiztonság az elektronikus kereskedelemben (2001) [http://www.jogiforum.hu/publikaciok/baumgartner_eker\(jf\).doc](http://www.jogiforum.hu/publikaciok/baumgartner_eker(jf).doc)
9. Benacchio, Giannantonio: Az Európai Közösség magánjoga, Osiris Kiadó Budapest (2003)
10. Bihari László: Drasztikusan nő a hazai internetezők száma – Népszabadság, 2003. szeptember 25. <http://www.nol.hu>
11. Blahó Miklós: Üzlet az interneten, Népszava, 1999. 07. 24., melléklet
12. Bone, Sheila (szerk.): Osborn's Concise Law Dictionary Sweet & Maxwell, London (2001)

13. Brenn, Christoph: Der elektronische Geschäftsverkehr, Österreichische Juristen-Zeitung 1999. június, 54. évfolyam 13. füzet, 481-490. o.
14. Böröcz Petra: Kaszálnak az internetes áruházak, Napi Gazdaság, 2003/175. (09. 11.), 1. és 4. o.
15. Budai Judit: Az elektronikus szerződések jogi kérdései. A szerződések létrejöttének, teljesítésének szabályai, Gazdaság és Jog 2000/9-10. 24-32. o.
16. Cégvezetés IX. évfolyam 9. szám <http://cegnet.hu/start.php?x=3&rid2890>
17. Crumlish, Christian: Internet a rohanó embereknek, Panem- McGraw-Hill, Budapest (1996)
18. Csécsy György: A franchise-szerződésekről, Gazdaság és Jog 1996/5.
19. Cseke Dóra – Wallacher Lajos: A távollevők között kötött szerződésekről szóló 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet In: Szerződési jog – Fogyasztóvédelem (szerk. Sáriné Simkó Ágnes), HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest (2000)
20. Csenterics Annamária: A szolgáltatók kötelezettsége és felelőssége, Napi Jogász 2001/12., 3-5. o.
21. Csuha Imre (szerk.): Elektronikus kereskedelem, Copyright Krea Kft., Budapest (2001)
22. Dán Judit: A fogyasztóvédelmi és reklámjogi kérdések az on-line piacokon <http://www.pju.hu/prez/internetesEA2.ppt>
23. Dóra Melinda Tünde: Internetes fogyasztóvédelmi törvény összefoglaló, Népszava, 2001. 10. 10., 1. és 5. o.
24. Dósa Imre – Polyák Gábor: Informatikai jogi kézikönyv, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2003)
25. E-business és internethasználat, Népszava, 2001. 08. 29., 5. o.
26. E-kereskedelem és tartalomszolgáltatás, Napi Jogász 2001/9., 10-11. o.
27. Electronic form of contract completion guide <http://www.vipgroup.hu/article.php?cid=33>
28. Erdős István: Elektronikus kereskedelem, elektronikus aláírás, Napi Jogász 2001/9., 7-10. o.
29. Érsek Emese – Csenterics Annamária: Az Interneten folyó gazdasági tevékenységek jogi szabályozásának néhány kérdése, Napi Jogász 2001/2., 14-16. o.
30. E-szótár http://www.axonltd.hu/e_szotar
31. Fazekas Judit: Fogyasztói jogok – fogyasztóvédelem, KJK, Budapest (1995)
32. Felépül-e „e-Európa”?, Figyelő, 1998/46. (11. 12.), 35. o.
33. Fischer Gábor: Elektronikus kereskedelem Magyarországon, <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=200206129>
34. Fogyasztóvédelem az elektronikus kereskedelemben <http://www.fvf.php3?page=20404>
35. Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=econsumer>
36. Froehlich, Jan: Ab wann gilt ein elektronischer Vertrag? <http://www.e-business.de/texte/233.asp>

37. Froehlich, Jan: Der elektronische Geschäftsverkehr – praktische Fragen bei der Nutzung E-commerce, Spam und der Schutz von Werken im Urheberrecht <http://www.jan-froehlich.de>
38. Froehlich, Jan: E-Commerce und Recht <http://195.126.36.242:4501/bmwa/generator/Redaktion/Inhalte/Meldungen/Unternehmer/es-e-commerce-und-recht,did=7470.html>
39. Fuglinszky Ádám: Az elektronikus kereskedelem egyes fogyasztóvédelmi kérdései a német és a magyar jogban, In: „Polgári jogi kodifikáció – korszerűsítés vagy normaváltás”, (szerk.: Bodzási Balázs), Polgári Jogi Tudományos Diákköri Egyesület, Budapest (2001), 183-229. o.
40. Gaal Ilona: A „pont” napja, Figyelő, 2000/15., (04. 13-19.), 32-33. o.
41. Gaal Ilona: Boltháló, Figyelő, 1999/12. (03. 25.), 20-21. o.
42. Gaal Ilona: Karácsonyi álmok, Figyelő, 2001/2. (01. 11-17.), 36-37. o.
43. Gárdos (István) – Benke (Gábor) – Mosonyi (Richárd) – Tomori (Erika) Ügyvédi Iroda: Áttekintés az elektronikus kereskedelem jogáról (2000) <http://www.gmbt.hu/kiad/k00.html>.
44. Gasser, Urs: E-Commerce: Innovation im (Vertrags-)Recht?, Schweizerische Juristen Zeitung 2001/18. 386-391. o.
45. Gergely László: Árufeltöltés előtt az Internet-áruház, Magyar Nemzet, 1998. 03. 23., 6. o.
46. Görög Katalin: Fogyasztói jog az információs társadalomban, Magyar Jog 2003/8. 507-512. o.
47. Graf von Bernstorff, Christoph: Kiválasztott jogi problémák az elektronikus kereskedelem köréből; Magyar Jog 2000/8. 495-500
48. Hance, Olivier: Üzlet és jog az Interneten; Panem Kft., Budapest (1997)
49. Handig, Christian: Europäisches Vertragsrecht, Österreichische Juristen Zeitung 2004/4, 130-134. o.
50. Homoki Péter: Szerződéskötés az elektronikus kereskedelemben – kézirat (2000) <http://www.ormosnet.hu>
51. Indul az eMagyarország, Népszava, 2004. 04. 07., 11. o.
52. Internetrecht http://weberundpartner.de/ratgeber_frame.html
53. Jádi Németh Andrea: Az elektronikus kereskedelmi szerződésekre alkalmazandó jog, Magyar Jog 2004/2. 93-100. o.
54. Jádi Németh Andrea: Az elektronikus kereskedelmi szerződések jogának egységesítésére irányuló nemzetközi törekvések, Magyar Jog 2004/7. 427-437. o.
55. Jászkürt 97/4. <http://www.interj.hu/jaszkuert/97p04szam/c06.html>
56. Jó tudni – elektronikus kereskedelem http://www.ofe.hu/jo_tudni/eker2.htm
57. Kardos Judit: Vásárlás és ajándékozás, Magyar Nemzet, 1999. 12. 03.
58. Kátai Anikó: Merre tovább? Az Európai Unió fogyasztóvédelmi szabályainak továbbfejlesztése, Európai Tükör 2002/1-2.
59. „Kétszintű” a magyar e-kereskedelem, Világgazdaság, 2001. 01. 11., 7. o.

60. Király Miklós: A szerződési jog harmonizálásának határai az Európai Közösségben, Jogtudományi Közlöny, 2001/11., 359-368. o.
61. Király Miklós: Az Európai Közösségek irányelveinek hatása a szerződési jogra a fogyasztóvédelem területén, Magyar Jog 2002/6., 325-338. o.
62. Kolozsi Sándor: Elektronikus kereskedelem, <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=20059>
63. Kolozsi Sándor: Elektronikus kereskedelem, <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=20ecom>
64. Kondricz Péter – Timár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2000)
65. K. Tóth László: Felelős kerestetik, Figyelő, 2002/33-34. (08. 15-28.), 42-43. o.
66. Lábady Tamás: A magyar magánjog (polgári jog) általános része, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs (2002)
67. Langner, Sören D. A.: Electronic commerce – az Interneten keresztül lebonyolított üzleti forgalom a német és a cseh jogban, Magyar Jog 2000/7. 430-433. o.
68. Lassan alakul a hazai digitális gazdaság, Népszava, 2001. 03. 28., 5. o.
69. Lovász Péter: Üzlet a hálón <http://index.hu/tech/uzlet/e-business>
70. Lukács Mónika – Sándor István – Szűcs Brigitta: Új típusú szerződések és azok gyakorlata a gazdasági életben, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest (2003)
71. Marosi Zoltán: A fogyasztó védelme az elektronikus kereskedelemben avagy az Internet a vásárló szemével nézve In: Tudományos Diákköri Dolgozatok 3. kötet (szerk.: Garai Borbála és Takács Péter), Budapest (2001) / [http://www.jogiforum.hu/publikaciok-/marosi_efovd\(jf\).doc](http://www.jogiforum.hu/publikaciok-/marosi_efovd(jf).doc)
72. Mártonffy Zsuzsa: E-üzlet: üzlet-e?, Figyelő, 2002/33-34. (08. 15-28.), 42-43. o.
73. Máté József: Üzlet az interneten: jelen és jövő, Népszabadság, 1999. 10. 07., 14. o.
74. McLure Jr., Charles E. – Corabi, Giampaolo: Az elektronikus kereskedelem adóztatása; KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2001)
75. M. I.: Még megjöhet a neten rendelt ajándék – Népszabadság, 2003. december 20. <http://www.nol.hu>
76. Milassin László: Az elektronikus kereskedelem jogi problémái különös tekintettel az Európai Unió idevonatkozó jogalkotására, Magyar Jog 2001/6., 361-377. o.
77. Mojzes Imre – Talyigás Judit (szerk.): Elektronikus kereskedelem, Technika Alapítvány, Budapest (2000)
78. Molnár István: Az elektronikus úton kötött biztosítási szerződések problémái, Napi Jogász 2001/4. 3-5. o.
79. Mozsik Tibor: Bútor és pizza a világhálóról, Népszabadság, 1999. 04. 24., 11. o.
80. M. T.: Cégek közötti kereskedelem az interneten, Népszabadság, 1997. 10. 16., 15. o.
81. Nagy Éva – Pecze Dóra: Polgári jog I. (Jogi szakvizsga segédkönyv); Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs (2003)
82. Nagy Éva – Pecze Dóra: Polgári jog II. (Jogi szakvizsga segédkönyv); Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs (2004)

83. Nochta Tibor: A lízingszerződés, Jura 1995/1.
84. Online kislexikon <http://onlinemarketing.hu/om-lexikon.php>
85. Online vásárlási szokások, Népszava, 2001. 05. 23., 5. o.
86. Ormós Zoltán: Az elektronikus kereskedelem jogi háttere (1999) <http://www.ormosnet.hu>
87. Ötvös Zoltán: Bizalmatlanok még az e-vásárlók – Elektronikus kereskedelem Magyarországon – Népszabadság, 2001. szeptember 25. <http://www.nol.hu>
88. Palásti Gábor: Az elektronikus kereskedelem a gazdasági kapcsolatok egyes nemzetközi jogforrásaiban, Jogtudományi Közlöny 2000/10., 395-406. o.
89. Pecze Dóra: A távollevők között kötött szerződések kérdéséhez, JURA 200/1-2. 107-114. o.
90. Petia Csaba: Elektronikus kereskedelem (2003) [http://www.jogiforum.hu/publikaciok/petia_csaba-elektronikus_kereskedelem_szakdolgozat\(jf\).doc](http://www.jogiforum.hu/publikaciok/petia_csaba-elektronikus_kereskedelem_szakdolgozat(jf).doc)
91. Rácz Judit: A magyar virtuális kosár, Magyar Nemzet, 2000. 12. 16., 26. o.
92. Sándor Tünde: Szörföztek az ellenőrök – Népszabadság, 2004. január. 31. <http://www.nol.hu>
93. Sárosi Viktor: Európában is hódít az internetes vásárlás, Népszava, 1999. 11. 02., 5. o.
94. Simits Tímea: Népszerűtlen internetes boltok, Magyar Nemzet, 2003. 06. 03., 1. és 17. o.
95. Soós Andrea: Elektronikus gazdasági kapcsolatok és a fogyasztóvédelem, In: E-kereskedelem (szerk. Zsuffa Ákos), Századvég Kiadó, Budapest (2002), 159-175. o.
96. Szabó Péter: Egy vállalkozás az elektronikus térben <http://www.jogiforum.hu/publikaciok/77.1.0>
97. Szamos P.: Európa e-boom előtt – Népszabadság, 2004. május 27. <http://www.nol.hu>
98. Szilágyi: Terjed az elektronikus kereskedelem, Magyar Nemzet, 1999. 06. 03., 1. és 9. o.
99. Tamás Ferenc: A számítástechnika alapjai – Könyv kezdő informatikusok számára <http://www.jaky.hu/konyv5/tftanul.html>
100. Tamás Lajos: Kereskedelmi jogi alapismeretek, Pécs (2003)
101. Tenczer Gábor: Magyar céginternet: rossz a bizonyítvány, Népszava, 1999. 07. 19., 1. és 11. o.
102. Termékfelelősségi szabályok az Unióban <http://www.halozat.tv/page/cikk/ka/4/170/2>
103. Tudod-e, hogy mi mi? http://www.mimi.hu/informatika/index_informatika.html
104. Várkonyi Péter: Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról szóló törvény tervezetéről, Gazdaság és Jog 2001/11. 15-21. o.
105. Vékás Lajos: Az európai közösségi magánjog sajátos alanyáról: a „fogyasztó” fogalmáról; Európai Jog 2002/5., 3-13. o.
106. Vékás Lajos (szerk.): Európai közösségi elemek a magyar magán-és kereskedelmi jogban KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2001)

107. Vékás Lajos: Európai Közösségi fogyasztóvédelmi magánjog, In: Európai közösségi elemek a magyar magán- és kereskedelmi jogban (szerk. Vékás Lajos), KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2001)
108. Vékás Lajos: Fogyasztóvédelmi magánjog és az új Polgári Törvénykönyv, In: Bérczi Imre Emlékkönyv (szerk.: Tóth Károly), Szeged (2000) 553-562. o.
109. Verebics János: Elektronikus gazdasági kapcsolatok joga, HVG-ORAC Lap-és Könyvkiadó Kft., Budapest (2001)
110. Verebics János: Internet a jog határán (1999) <http://www.extra.hu/verebics/index3.htm>
111. Verebics János: Lex Internetica – A jog szerepének keresése a digitális ezredfordulón (1999) <http://www.extra.hu/verebics/lexinternetica.pdf>
112. Zara László: Az elektronikus kereskedelem, Számvitel, Adó, Könyvvizsgálat, 2001/5., 206-209. o.
113. Zsuffa Ákos: Gondolatok az e-kereskedelem (szabály)rendszeréről (2001) <http://www.europa2002.hu/6th/6thm3.pdf>

[1] A dolgozat lezárásának ideje: 2004. november 30.

[2] Homoki Péter [Szerződéskötés az elektronikus kereskedelemben – kézirat (2000), 12. o., <http://www.ormosnet.hu>] idézi Csanádi Györgyöt [A szerződéskötési szabályok kalandjai, In: Emlékkönyv Beck Salamon 100. évfordulójára, K. n., Budapest (1985), 39. o.].

[3] Amikor az egyik ősember például húst adott a másiknak magvakért cserébe, nem is tudta, hogy csereszerződést köt, vagy ha a szegényebb szomszédjának szörmét adott a télre, fogalma sem volt, hogy ajándékozik.

[4] Gondoljunk csak a reggeli bevásárlásra (adásvétel), a napi buszozásra (szállítási szerződés), a kollégiumi szobánkra (bérlet).

[5] Lukács Mónika – Sándor István – Szűcs Brigitta: Új típusú szerződések és azok gyakorlata a gazdasági életben, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest (2003), 199. o.

[6] Például „a lízingszerződés [...] az adásvétel, a bérlet és a pénzkötelmek (hitelviszony) tényállási elemeit egyaránt hordozza.” [Nagy Éva – Pecze Dóra: Polgári jog II. (Jogi szakvizsga segédkönyv), Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs (2004), 188. o.]

[7] A szindikátusi szerződés együttműködési jellegű szerződés a gazdasági társaságok tagjai között, melyben „a felek arra vállalnak kötelezettséget, hogy a tagsági jogaikat a szindikátusi szerződésben rögzítettek szerint fogják gyakorolni”. [Balásházy Mária: Szindikátusi szerződés a társasági és a polgári jog határán, Gazdaság és Jog 1993/5, 16. o.]

[8] „A lízingszerződés olyan határozott időre szóló szerződés, amely alapján a lízingbe adó köteles valamely ingó vagy ingatlan dolog (lízingtárgy) birtoklására, használatára és hasznosítására vonatkozó jogait a lízingbe vevőre átruházni, aki ellenszolgáltatásként köteles a szerződésben meghatározottaknak megfelelően lízingdíjat fizetni, illetőleg a lízingtárgy tulajdonosát terhelő kötelezettségeket átvállalni.” [Nochta Tibor: A lízingszerződés, Jura 1995/1. 16. o.]

[9] A franchise „olyan névhasználati megállapodást jelent, ahol a legkülönfélébb termékek és szolgáltatások sajátos értékesítési módszere figyelhető meg, melynek keretében független vállalkozók arra szereznek jogot, hogy [...] üzleteiket egy adott rendszerben működtessék” (pl. a Fornetti látványpékség) [Csécsy György: A franchise-szerződésekről, Gazdaság és Jog 1996/5, 14. o.]

[10] Az irányelv egy másodlagos közösségi jogforrás, mely az egyes tagországokat csak az elérendő célok tekintetében köti, de a cél megvalósításának formáját, módját és a nemzeti jogrendbe történő beültetését az egyes tagországokra bízta. A jogharmonizáció egyik legfontosabb eszköze. [Erdős István: Elektronikus kereskedelem, elektronikus aláírás, Napi Jogász, 2001/9., 7. o.]

[11] Ide tartoznak például a csomagküldő szolgáltatóktól, katalógusokból, teleshopping keretében történő vásárlás során megkötött szerződések.

[12] Fontos megjegyezni, hogy elektronikus kereskedelem alatt nemcsak az Interneten keresztül történő kereskedelmet értjük, hanem a telefonon, telefaxon, televízión, zárt rendszereken keresztül lebonyolított kereskedelem is ide tartozik.

[13] Továbbiakban E-ker. tv.

A törvényt az Európai Parlament és a Tanács a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól szóló 2000/31/EK irányelve [Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market] alapján hozta az Országgyűlés.

[14] Ezen belül is elsősorban a Web-oldalakon kötött fogyasztói adásvételi szerződésekről lesz szó.

[15] Egy amerikai felmérés szerint a fogyasztók elsősorban a kényelem miatt választják az elektronikus kereskedelmet. A megkérdezettek 82 %-a az internetes vásárlás egyik, 21 %-a pedig a legfontosabb okaként a kényelmet jelölte meg. [Mojzes Imre – Talyigás Judit (szerk.): Elektronikus kereskedelem Technika Alapítvány, Budapest (2000) 59. o.]

[16] Ma még vita van arról, hogy a fogyasztóvédelem új jogterület-e egyáltalán.

[17] Pecze Dóra: A távollevők között kötött szerződések kérdéséhez, Jura 2000/1-2., 107. o.

[18] Görög Katalin: Fogyasztói jogok az információs társadalomban, Magyar Jog 2003/8., 508. o. [A cikk T. Wilhelmsson Consumer Law in the Information Society című kiadványának ismertetése. A kiadvány az 1999. május 20-22-én Helsinkiben megrendezett 7. fogyasztói világkonferencián elhangzottak alapján készült.]

[19] Fontos azonban megjegyezni, hogy maga a fogyasztóvédelem nem a rendszerváltást követően alakult ki hazánkban, mert már a múlt század elején is jelentek meg fogyasztói érdekeket szolgáló szabályok, a 70-es években pedig a szakirodalom is foglalkozott a témával. [Pecze Dóra: i. m. 107. o.]

[20] Jászkürt 97/4. – <http://www.interj.hu/jaskurt/97p04szam/c06.html>

[21] Várkonyi Péter: Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokról szóló törvény tervezetéről, Gazdaság és Jog 2001/11. 15. o.

[22] Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts

[23] A szabályozás okainak részletes kifejtése a 97/7/EK irányelv preambulumban található.

[24] Kátai Anikó: Merre tovább? Az Európai Unió fogyasztóvédelmi szabályainak továbbfejlesztése, Európai Tükör, 2002/1-2. 105. o.

[25] A belső piac egy nemzetközi határok nélküli terület, ahol biztosított az áruk, személyek, szolgáltatások és tőke szabad áramlása. Ez az Európai Közösség fő célkitűzése. [Sheila Bone (szerk.): Osborn's Concise Law Dictionary Sweet & Maxwell, London (2001), 213. o.]

[26] 97/7/EK irányelv Preambulum (3) bek.

[27] Termékfelelősségi szabályok az Unióban – <http://www.halozat.tv/page/cikk/ka/4/170/2>

[28] 97/7/EK irányelv Preambulum (2) bek.

[29] Ez az egyenlőség azonban korántsem valósult meg az irányelvek ún. minimumszabályozása miatt [Vö.: 97/7/EK irányelv 14. cikk – Minimumzáradék], amely Kátai Anikó

szerint komoly hátrányokkal is jár, mert a tagállamok nem egyformán élnek azzal a lehetőséggel, hogy szigoríthatnak az irányelvhez képest. Ez pedig kereskedelmi akadályt jelenthet, és torzítja a versenyt is. [i. m. 106. o.] Vagyis célszerűbb lenne pontosan rögzíteni a szabályokat, hogy a belső piacon senkit se érjen indokolatlan hátrány, és a szolgáltatások valóban szabadon áramolhassanak, s tényleges lehetősége legyen a távollevőknek szerződéseket kötni anélkül, hogy bármelyik félnek is kára származna ebből a kötelemből. Christian Handig is azt vallja, hogy egy egységes magánjog csökkentené a határokat átlépő kereskedelem bizonytalanságát, mert sok fogyasztó, illetve kis és közepes vállalkozás tart egy idegen jog alkalmazásától, s a belső piac megvalósulását egy egységes polgári jogi szabályozás segítené elő, valamint az, ha a közösségi jogot minden tagállamban ugyanúgy értelmeznék. [Christian Handig: Europäisches Vertragsrecht, Österreichische Juristen Zeitung 2004/4, 130. o.]

Ha a jog egységesítését nem is, de a jogközelítést több szerző is szorgalmazza. Lando szerint a szerződési jogok sokszínűsége a kereskedelmet korlátozó nem-vám jellegű akadály, Kerameus pedig zavar- és bizonytalanságforrásnak nevezi a szabályozás sokféleségét, párhuzamosságát, az esetleges átfedéseket.

Maga a 97/7/EK irányelv is megfogalmazza, hogy az egyes tagállamok távkereskedelem terén hozott eltérő fogyasztóvédelmi szabályozása „káros hatást gyakorol a belső piacon a vállalkozások közötti versenyre, ezért szükséges a minimális közös szabályozás bevezetése”. [97/77/EK Preambulum (4) bek.]

Ugyanakkor érdekes, hogy a gyakorlatban kevésbé érzékelhető a kötelmi jogok eltéréséből adódó kereskedelemkorlátozó hatás. Az Európai Bizottság felmérése szerint a szerződési jogok különbözőségéből fakadó jogbizonytalanság csak a 9. a belső piac megvalósulását akadályozó tényezők között. [Business satisfaction with Internal Market grows but Scoreboard shows Member States still slow to implement – <http://europa.eu.int/dg15/en/update/score>, 2000. 02. 14.]

Más szerzők nem tartják a belső piacot gátló tényezőnek a nem egységes szerződési jogot. Collins szerint a különböző magánjogi normák növelhetik a versenyt, Stuyck pedig úgy véli a túlzott beavatkozás az egységes piacot, a gazdasági szabadságot, a versenyt veszélyezteti. [Nevezett szerzőket idézi Király Miklós: A szerződési jog harmonizálásának határai az Európai Közösségben, Jogtudományi Közlöny, 2001/11., 360. o.]

[30] Az unióban hatékonyabb a fogyasztóvédelem – <http://www.sulinet.hu/tart/cikk/pc/0/13509/1>

[31] A fogyasztóvédelmi célzatú irányelvek még: A Tanács 85/577/EGK irányelve az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről; A Tanács 87/102/EGK irányelve a fogyasztói hitelre vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről; A Tanács 90/314/EGK irányelve a szervezett utazási formákról; A Tanács 93/13/EGK irányelve a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről; Az Európai Parlament és a Tanács 94/47/EK irányelve az ingatlanok időben megosztott használati jogának megszerzésére irányuló szerződések egyes szempontjai vonatkozásában a fogyasztók védelméről; Az Európai Parlament és a Tanács 1999/44/EK irányelve a fogyasztási cikkek adásvételének és a kapcsolódó jótállásnak egyes vonatkozásairól. [Vékás Lajos: Európai Közösségi fogyasztóvédelmi magánjog, In: Európai közösségi elemek a magyar magán-és kereskedelmi jogban (szerk. Vékás Lajos), KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2001), 31-32. o.]

[32] „A tagállamok ezen irányelv által szabályozott területen elfogadhatnak vagy hatályban tarthatnak a Szerződéssel összhangban lévő szigorúbb rendelkezéseket annak érdekében, hogy a fogyasztóknak magasabb szintű védelmet biztosítsanak.” [97/7/EK irányelv 14. cikk]

[33] Ormós Zoltán: Az elektronikus kereskedelem jogi háttere 9. o. – <http://www.ormosnet.hu>

[34] Vékás Lajos: Európai Közösségi fogyasztóvédelmi magánjog, i. m., 32. o.

[35] Vékás Lajos: Fogyasztóvédelmi magánjog és az új Polgári Törvénykönyv, In: Bérczi Imre Emlékkönyv (szerk.: Tóth Károly), Szeged (2000), 553. o.

[36] Herta Däubler-Gmelin, német szövetségi igazságügy-miniszter – elhangzott az Európai Fogyasztók Online c. konferencián, olvasható a német Szövetség Igazságügyminisztérium honlapján, www.bmj.bund.de [Fuglinszky Ádám: Az elektronikus kereskedelem egyes fogyasztóvédelmi kérdései a német és a magyar jogban; In: „Polgári jogi kodifikáció – korszerűsítés vagy normaváltás”, Szerk.: Bodzási Balázs, Budapest (2001), Polgári Jogi Tudományos Diákköri Egyesület]

[37] Fazekas Judit: Fogyasztói jogok – fogyasztóvédelem, KJK, Bp., 1995, 17-18. o.

[38] Az *aquis communautaire* az Európai Közösségek, illetve az EU jogforrásrendszerére épülő joganyag, a közösségi jog [Gárdos – Benke – Mosonyi – Tomori Ügyvédi Iroda: Áttekintés az elektronikus kereskedelem jogáról (2000) 151. o.]

[39] Továbbiakban: Fgytv.

[40] „Felhatalmazást kap a Kormány, hogy a távollevők között kötött szerződésekre vonatkozó részletes szabályokat rendelettel megalkossa.” [Fgytv. 55. § (1) bek. e) pont]

[41] Azonban nem ezek a jogszabályok volt az úttörők a fogyasztóvédelem területén. Megelőzte ezeket a 15/1989 (IX. 7.) KeM rendelet az egyes kereskedelmi tevékenységek gyakorlásáról (ez szólt a csomagküldő szolgáltatókról, mint a távkereskedelem egyik típusáról); az 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról; az 1997. évi LVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenységről; illetve a kormányrendelet előtt kibocsátották még a 4/1998. (IKK. 2.) IKIM közleményt a gyakorlati fogyasztóvédelmi szabályzatról az üzleti telephelyektől távol letárgyalt szerződések esetén című 92/295/EGK ajánlás honosításáról; [Vö.: Cseke Dóra – Wallacher Lajos: A távollevők között kötött szerződésekről szóló 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet In: Szerződési jog – Fogyasztóvédelem (szerk. Sáriné Simkó Ágnes), HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest (2000), 117-119. o.]

[42] Vö.: Pecze Dóra: i. m. 108. o.

[43] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 1. § (1) bek.

A *lex specialis derogat legi generali* elv értelmében a rendelet csak akkor alkalmazható, ha a hatálya alá tartozó szerződésekre vonatkozólag nincs eltérő rendelkezés egy másik jogszabályban. [1. § (2) bek.] A rendelet egyébként csak az 1999. március 1-je után kötött szerződésekre alkalmazandó. [12. § (1)]

[44] E fogyasztófogalom eltér az irányelv által meghatározottól, ott ugyanis a fogyasztón kizárólag természetes személyeket kell érteni [97/7/EK 2. cikk (2)], míg a magyar szabályozás személyről beszél, vagyis nemcsak emberekről, hanem mindazokról, akik gazdasági vagy szakmai tevékenységük körén kívül kötik meg a szóban forgó szerződést. A védelmezett alanyi kör tágítása megfelel a már említett minimális harmonizáció követelményének. Az alanyi kör illetően kiterjesztését Vékás Lajos vitatja, mert „aligha lehet helyeselni, hogy a komoly szervezettel, anyagi és szakmai háttérrel rendelkező tőkeegyesítő társaságok ebben a sajátos kógens normákkal megállapított védelemben részesüljenek. A fogyasztóvédelem kógens magánjoga az erre nyilvánvalóan rászorultak különleges elbánását kell, hogy jelentse.” Ezért helyesebb lenne csupán a természetes személyekre korlátozni az alanyi kört, ahogy ezt az irányelv is teszi, s az Európai Bíróság is kizárja a fogyasztóvédelem köréből a nem természetes személy jogalanyokat. [Vö.: Vékás Lajos: Az európai közösségi

magánjog sajátos alanyáról: a „fogyasztó” fogalmáról; Erópai Jog 2002/5., 4. o.] A német BGB szintén csak a természetes személyeket tekinti fogyasztónak [Verbraucher ist jede natürliche Person – BGB 13. §].

[45] 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről 2. § (2) bek. e) pont.

Ez a jogszabály tágabban határozza meg az alanyi kört, mint az EU definíciója, hiszen az a jogi személyeket kizárja. A Ptk. szerint [685. § d) pont] fogyasztó a gazdasági vagy szakmai tevékenység körén kívül szerződést kötő személy (a közüzemi szerződést megkötő fogyasztó azonban nem tartozik ide). Ez szűkebb, mint az irányelv megfogalmazása, hiszen az nemcsak a szerződést ténylegesen megkötő fogyasztókra vonatkozik [„szerződésekben szakmai tevékenységi körén kívül jár el” 97/7/EK 2. cikk (2)]. A Versenytörvény alkalmazásában fogyasztó a vevő, a megrendelő és a felhasználó [1996. évi LVII. törvény 8. § (1) bek.] Ez tágabb, mint az EU meghatározása, hiszen egyrészt az csak a kereskedelmi lánc végét foglalja magában, másrészt viszont – akárcsak a 97/7/EK irányelv – kizárja a jogi személyeket. Az E-ker. tv. szerint [2. § d) pont] igénybevevő az a természetes, illetve jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet, aki/amely információs társadalommal összefüggő szolgáltatást [elektronikus úton, távollevők részére, ellenszolgáltatás fejében nyújtott szolgáltatás, amelynek igénybevételét a szolgáltatás igénybevevője kezdeményezi – 2. § f) pont] vesz igénybe. [Vö.: Dán Judit: A fogyasztóvédelmi és reklámjogi kérdések az on-line piacereken - <http://www.pjn.hu/prez/internetesEA2.ppt>] A fogyasztó fogalmának tehát jószerével annyiféle definíciója, ahány jogszabály rendelkezik róla, mindegyik értelmezésében más-más személyek tartoznak a fogalomba. [A fogyasztó fogalmának meghatározásáról ld.: Vékás Lajos: Az európai közösségi magánjog sajátos alanyáról: a „fogyasztó” fogalmáról: i. m.]

[46] A Ptk. 685. § c) pontja sorolja fel, mi tartozik a gazdálkodó szervezet gyűjtőfogalom alá, s az egyes gazdálkodó szervezetek pontos meghatározását a Ptk. személyekkel foglalkozó része, valamint más jogszabályok tartalmazzák.

A 97/7/EK irányelv a gazdálkodó szervezet helyett a szállító – minden olyan természetes vagy jogi személy, aki az ezen irányelv szabályozási körébe tartozó szerződésekben szakmai tevékenységi körében jár el – kifejezést használja. [2. cikk (3) bek.] Az, hogy a szállító szakmai tevékenységi körén kívül jár el, a hazai szabályozásban a távollévők között kötött szerződés fogalmába van beépítve.

[47] 15/1989. (IX. 7.) KeM rendelet az egyes kereskedelmi tevékenységek gyakorlásáról 2. § (1) bek. A nyilvántartásba vétel feltételeit a (4) bekezdés tartalmazza.

[48] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 1. § (5) bekezdés.

A nyilatkozattételre alkalmasság fizikai értelemben veendő, s nem azt jelenti, hogy jogilag érvényesen gyakorolható-e a nyilatkozat egy adott eszközön keresztül, illetve megtörténte bizonyítható-e. A fizikai alkalmasság közvetlen továbbítási képességet vagy rögzítési és továbbítási képességet jelent. [Vö.: Cseke Dóra – Wallacher Lajos: i. m. 123. o.]

[49] A rendelet a távközlő eszközöket exemplifikatív sorolja fel („ilyen eszköz különösen”), teret adva ezzel az eszközök bővítése lehetőségének. [1.§ (5) bek.]

[50] Ez a besorolás azonban problémás is lehet, mert az Internet mint médium adta szerződéskötési lehetőségek kezdenek túlnőni a jelen- és távollévők közötti szerződések jogi kategóriáján. Hiszen már ma is van lehetőség arra, hogy az egymástól térben távol lévő személyek között párbeszéd alakuljon ki, s így a térbeli távollét elektronikus jelenlétbe forduljon át. A jelen- illetve távollét kérdése ezzel a közvetlen dialógushelyzettel máris mellérendeltté válik, s új differenciálást tesz szükségessé. [Vö.: Urs Gasser: E-Commerce: Innovation im (Vertrags-)Recht?, Schweizerische Juristen Zeitung 2001/18., 390. o.]

[51] A fogyasztó legfeljebb annyiban dönthet a szerződés tartalmáról, hogy választhat a szállítás (a teljesítés) (pl. futár, posta) és az ellenérték megfizetésének különböző módozatai (utánvét, csekk, átutalás) között.

[52] Erre külön jogszabály vonatkozik: 20/1999. (II. 5.) Korm. rendelet az ingatlanok időben megosztott használati jogának megszerzésére irányuló szerződésekről.

[53] Az ingatlan tulajdonjogának átruházása ügyvédi és földhivatali közreműködést is igényel, ez pedig nyilván nem valósulhat meg az Interneten keresztül.

[54] Görög Katalin: i. m., 507. o.

[55] E-ker. tv. miniszteri indokolása.

[56] Hiszen az internetes kereskedelem – akárcsak a hagyományos – legfontosabb eszköze is a szerződés. [Jan Froehlich: Ab wann gilt ein elektronischer Vertrag? – <http://www.e-business.de/texte/233.asp>]

[57] Vö.: Görög Katalin: i. m. 508. o.

[58] Az Internet “olyan számítógépek és kisebb hálózatok redundánsan összekapcsolt (vagyis a minimálisan szükségesnél sokkal több összeköttetést tartalmazó) rendszere, amelyek hajlandók bizonyos információt megosztani a többiekkel az Internet protokoll, mint lingua franca, “mindenki által ismert nyelv” segítségével. [Christian Crumlish: Internet a rohanó embereknek, Panem- McGraw-Hill, Budapest (1996), 2. o.]

[59] Verebics János szellemesen és találóan az Internet „anyjának” az Információs Társadalmat, „atyjának” magát a globalitást nevezi. [Verebics János: Lex Internetica – A jog szerepének keresése a digitális ezredfordulón (1999) – <http://www.extra.hu/verebics/lexinternetica.pdf>]

[60] Jan Froehlich: E-Commerce und Recht –

<http://www.195.126.36.242:4501/bmwa/generator/Redaktion/Inhalte/Meldungen/Unternehmer/es-e-commerce-und-recht,did=7470.html>

[61] Az Interneten nem kereskedő, csak magukról és termékeikről információkat nyújtó cégek az ún. ’brosúra cégek’, a fizikai üzletekkel is rendelkező, de a világhálót – mint új értékesítési lehetőséget – is kihasználókat ’hibrid’ vagy ’click and mortar’, míg a kizárólag a virtuális valóságban létezőket ’dotcom’ cégek gyűjtőfogalomba sorolja egy közgazdaságtudományi vállalatosztályozási modell.

A hálón jelenlévők egyébként nyithatnak önálló üzletet, tömörülhetnek elektronikus bevásárlóközpontba (e-mall, hub, shopping mall). Sőt még üzlethelyiségek is (jelen esetben inkább tárolóhelyiségek) bérelhetők. [Vö.: Fuglinszky idézi Sági Gyöngyit, i. m. 187. o.; Csuhai Imre (szerk.): Elektronikus kereskedelem, Copyright Krea Kft., Budapest (2001), 16. o. és 22. o.; Mojzes Imre – Talyigás Judit (szerk.): i. m., 55. o., Mozsik Tibor: Bútor és pizza a világhálóról, Népszabadság, 1999. 04. 24., 11. o.]

[62] Elektronikus úton történhet a teljesítés például szoftverek vásárlása, honlapok készítése esetén.

[63] Vö.: Jádi Németh Andrea: Az elektronikus kereskedelmi szerződésekre alkalmazandó jog, Magyar Jog 2004/2. 93. o.

[64] Blahó Miklós: Üzlet az interneten, Népszava, 1999. 07. 24., melléklet

[65] Az Interneten site-ok megnyitásával, bezárásával, valamely felületre való kattintással „hívjuk elő” a reklámokat, hirdetéseket. Ezek ugyanis az oldalakra való fellépéssel automatikusan aktivizálódnak és megjelennek minden látogatónak.

[66] Bolliert idézi Charles E. McLure Jr. [Charles E. McLure Jr. – Giampaolo Corabi: Az elektronikus kereskedelem adóztatása; KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2001) 72. o.]

[67] A gazdaságosság okán már hazánkban is több újság megjelenik elektronikus formában) a hálózaton, de gyakori a lexikonok, szótárak CD-ROM-on való megjelentetése is.

- [68] Molnár István: Az elektronikus úton kötött biztosítási szerződések problémái, Napi Jogász 2001/4., 3. o.
- [69] Máté József: Üzlet az Interneten: jelen és jövő, Népszabadság, 1999. 10. 07., 14. o.
- [70] London School of Economics and Political Science
- [71] Tenczer Gábor: Magyar céginternet: rossza a bizonyítvány, Népszava, 1999. 07. 19., 1. és 11. o.
- [72] Szilágyi: Terjed az elektronikus kereskedelem, Magyar Nemzet, 1999. 06. 03., 9. o.
- [73] Felépül-e „e-Európa”?, Figyelő, 1998/46. (11. 12.), 35. o.
- [74] Budai Judit: Az elektronikus kereskedelmi jog kérdései. A szerződés létrejöttének, teljesítésének szabályai, Gazdaság és Jog 2000/9-10., 25. o.
- [75] Business to Business: két vállalat jogügyleti kapcsolata [Sören D. A. Lagner: Electronic commerce – az Interneten keresztül lebonyolított üzleti forgalom a német és a cseh jogban, Magyar Jog 2000/7., 430. o.]
- [76] Business to Consumer: vállalatok és fogyasztók kapcsolata [Sören D. A. Lagner: i. m. 430. o.]
- [77] Consumer to Consumer: fogyasztó és fogyasztó közötti magán jogügyletek lebonyolítása az Interneten keresztül. [Sören D. A. Lagner: i. m. 430. o.]
- [78] Government to Business: közigazgatás és vállalatok közötti (jog)ügyleti kapcsolatok. Pl. Interneten közlik a pályázati hirdetményeket. [Sören D. A. Lagner: i. m. 430. o.] Ezt a relációt nevezik B2A-nak is (Business to Administration). [Tudod-e, hogy mi mi? – http://www.mimi.hu/informatika/index_informatika.html]
- [79] Egyes szerzők (pl. Lagner is) a G2C (Government to Consumer) és a G2G (Government to Government) kapcsolatokat is az e-kereskedelem részterületének tartják. A G2C [vagy C2A (Consumer to Administration) E-szótár – http://www.axonltd.hu/e_szotar] a fogyasztók és a közigazgatás közötti kapcsolatot jelöli, melynek keretében az emberek az Interneten találhatnak meg űrlapokat, így mellőzhetővé válnak a hatósági utak. A G2G relációban pedig a közigazgatási szervek a hálózaton keresztül tájékoztatják egymást például a törvények megváltozásáról, valamint a rendőrségi körözésekről. [Sören D. A. Lagner: i. m. 430. o.] Ebben azonban nem kereskedelemről, nem üzleti kapcsolatról van szó, hanem elektronikus kormányzásról, elektronikus közigazgatásról van szó.
- [80] Zsuffa Ákos az elektronikus kereskedelem dinamikus megújulásának garanciáját ezen ágazatok időben párhuzamos fejlődésében. [Zsuffa Ákos: Gondolatok az e-kereskedelem (szabály)rendszeréről, <http://www.europa2002.hu/6th/6thm3.pdf>]
- [81] Kondricz Péter – Tímár András: Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2000), 76. o.
- [82] Gárdos – Benke – Mosonyi – Tomori Ügyvédi Iroda: i. m., 4. o.
- [83] A B2B kereskedelem már az Internet előtt létezett, a kereskedők ugyanis a hetvenes-nyolcvanas években megjelenő ún. EDI (Electronic Data Interchange – Elektronikus Adatsere) keretében, zártláncú hálózatokon kötöttek egymással szerződéseket. [Vö.: Marosi Zoltán: A fogyasztó védelme az elektronikus kereskedelemben avagy az Internet a vásárló szemével nézve In: Tudományos Diákköri Dolgozatok 3. kötet (szerk.: Garai Borbála és Takács Péter), Budapest (2001) 203-204. o.]
- Az EDI olyan általánosan elfogadott szabályok összessége, amelyek lehetővé teszik a kereskedelmi ügyletek elektronikus lebonyolítását. Az adatok továbbítása a feladó és a címzett számítógépe közötti közvetlen kapcsolat révén vált lehetségessé, így ezeket a rendszereket csak nagyobb vállalatok használták. A fogyasztók számára a e-kereskedelemben való bekapcsolódás csak az Internet megjelenésével és elterjedésével vált lehetségessé. [Vö.: Petia Csaba: Elektronikus kereskedelem (2003), [http://www.jogiforum.hu/publikaciok/petia_csaba-elektronikus_kereskedelem_szakdolgozat\(jf\).doc](http://www.jogiforum.hu/publikaciok/petia_csaba-elektronikus_kereskedelem_szakdolgozat(jf).doc), 4-5. o.] Az EDI ugyanis előzetesen létező

kapcsolatokat, drága és komplex vevői szoftvereket, kizárólagos kommunikációs csatornákat, szigorúan kompatibilis eszközöket igényelt, ilyen feltételek mellett pedig csak a tőkeerős cégeknek volt lehetőségük a rendszer használatára. Az EDI elsősorban hivatalos okmányok küldésére, az üzletkötés elősegítésére és annak lebonyolítására alkalmas, így az Internet a vállalatok számára is praktikusabb, mert az üzleti folyamatok szélesebb területén használható. Hazánkban 1996 óta alkalmazzák az EDI-t.

Az EDI szerződés az alábbiakat foglalja magába: az üzenetekre alkalmazott technikai szabványok és az üzenet továbbítás gyakorlati technikáját, módszereit; az üzenetek kézhezvételének elismerését, az üzenetek feldolgozását és biztonságát; az üzenet rögzítését és tárolását; közvetítő személyek belépését, harmadik fél által végzett hitelesítést; az üzenetek bizonyítékként való figyelembe vehetőségét és bizonyító erejét; a személyi adatok védelmét; az alkalmazandó jogot és a jogviták rendezését. [Vö.: Csuha Imre (szerk.): i. m., 20-21. o. ill. 233. o.]

A cégek közötti kapcsolat létesíthető egy speciális szoftver segítségével is. Az előfizető eladási, vételi, befektetési ajánlatot tesz, és megadja a keresett partner földrajzi paramétereit. Ajánlata bekerül egy adatbázisba, s ha a rendszer talál egy megfelelő partnert, e-mailben vagy faxon jelzi. [M. T. Cégek közötti kereskedelem, Népszabadság, 1997. okt. 16., 15. o.]

[84] Ezt „e-tailing”-nek is nevezik, a „retailing” (kiskereskedelmi eladás) angol szó után. [Marosi Zoltán: A fogyasztó védelme az elektronikus kereskedelemben, avagy az Internet a vásárló szemével nézve (2001) – [http://www.jogiforum.hu/publikaciok/marosi_efovd\(jf\).doc](http://www.jogiforum.hu/publikaciok/marosi_efovd(jf).doc), 3. o.]

[85] Az elektronikus kereskedelemnek vannak még más reláció is.

[86] E-business alatt a köznyelvben az elektronikus kereskedelem egészét értik, de az gazdasági, jogi értelemben csak a gazdálkodók közötti kapcsolatot jelenti.

[87] Görög Katalin: i. m. 508. o.

[88] „Zárt ciklus alatt azt értjük, amikor az eladó és a vevő között a kapcsolat adott, a szereplők egymás számára – legalábbis elektronikus formában – ismertek, és a tranzakció általában újra és újra létrejön.” [Mojzes Imre – Talyigás Judit (szerk.), i. m. 29. o.]

[89] „A nyitott ciklusú e-kereskedelemben [...] állandóan újabb és újabb vevőket kell megszerezni és lehetőség szerint odaszoktatni. [...] A szereplők [...] általában nem ismerik egymást.” [Mojzes Imre – Talyigás Judit (szerk.), i. m. 30. o.]

[90] Az e-commerce egy elektronikus hálózat használata szerződéses kapcsolat létrehozása céljából. [Sheila Bone (szerk.): i. m., 145. o.]

[91] Görög Katalin: i. m. 508. o.

[92] Urs Gasser: i. m. 387. o.

[93] Az Internet megjelenésével lehetségessé vált az EDI hátrányainak – pl. meglévő összefüggésekre utalás szükségessége, magánszemélyek kapcsolódásának költségessége, az interaktivitás hiánya – kiküszöbölése. [Vö.: Charles E. McLure Jr. – Giampaolo Corabi: i. m. 74. o.]

[94] Akác Zoltán: Az e-kereskedelem, In: E-kereskedelem (szerk. Zsuffa Ákos) Századvég Kiadó, Budapest (2002), 19. o.

[95] 1977-ben Ken Olson, a Digital Equipment Corporation (a világ egyik legnagyobb elektronikai cége) alapítója és első elnöke még így nyilatkozott: „Kizárt dolog, hogy magánemberek computereket akarjanak vásárolni abból a célból, hogy lakásukban használják őket.” [Baumgartner Adél: Forgalmobiztonság az elektronikus kereskedelemben (2001) – [http://www.jogiforum.hu/publikaciok/baumgartner_eker\(jf\).doc](http://www.jogiforum.hu/publikaciok/baumgartner_eker(jf).doc), 3. o.]

[96] Az Internet terjedési sebessége majdnem nyolcszor nagyobb, mint a rádióé egykoron, s duplája a kábeltelevízióénak. [Gaal Ilona: Boltháló, Figyelő 1999/12. (03. 25.), 20. o.]

[97] Gaal Ilona: A „pont” napja, Figyelő, 2000/15., (04. 13-19.), 32-33. o.

- [98] A cég az e-business fogalmába sorolja a telefonon és faxon lebonyolított tranzakciókat is.
- [99] Petia Csaba: i. m., 7. o.
- [100] Petia Csaba: i. m., 7. o.
- [101] Petia Csaba: i. m., 7. o.
- [102] Petia Csaba: i. m., 7. o.
- [103] Fuglinszky idézi Ságít: i. m., 184. o.
- [104] Szamos P.: Európa e-boom előtt – Népszabadság, 2004. május 27.
- [105] Petia Csaba: i. m., 8. o.
- [106] Fuglinszky idézi Ságít: i. m. 184. o.
- [107] Fuglinszky idézi Roth-Schulzét és Bleiweisst: i. m. 184. o.
- [108] Fuglinszky idézi Ságít i. m., 184. o.
- [109] Bár a kollégiumokban, oktatási intézményekben, könyvárakban, Internet-kávézókban már mindenki hozzáférhet – ha nem is feltétlenül ingyen – a nethez. Sőt idén elindult az eMagyarország program is, melynek keretében hazánk forgalmas helyein „eMagyarország kioszkokat” fognak létesíteni. Ez azt jelenti, hogy 80 pályaudvaron és valamennyi egyetemen, főiskolán lesz internetkapcsolat 24 órás hozzáférhetőséggel. (Érden a gyermekjóléti szolgálatnál mér meg is alakult az ország első kioszkpontja.) Emellett megkezdtek a Közháló missziót is, melynek keretében egy nagy sáv szélességű, országos kiterjedésű hálózatot akarnak kiépíteni, s melynek célja a minden közintézményben elérhető, olcsó netszolgáltatás. [Indul az eMagyarország, Népszava, 2004. 04. 07., 11. o.] A világháló honi elterjedése, a közösségi pontokon való ingyenes vagy kedvező árú használati lehetősége mindenképpen kedvezni fog az elektronikus kereskedelem térhódításának. Ezek a webkioszkok az Egyesült Államokban már korábban megjelentek, s ott a virtuális kereskedelem forgalma már olyannyira megnőtt, hogy megelőzte a gépkocsiipar eladását is. [A boltokba is bekerül a világháló, Népszava, 2001. 03. 28., 14. o.]
- [110] Csehországban ez az arány 14, míg Lengyelországban 3%. [Fuglinszky idézi Ságít: i. m. 184. o.] Tehát még a környező országokban is elterjedtebb az on-line vásárlás, mint hazánkban. Az IDC tanulmánya szerint 2004-re 150 millió dollárra nőhet a hazai elektronikus kereskedelem forgalma, akkorra a csehek 215 millió dollárnál tartanak majd. A lemaradás magyarázata Ötvös Zoltán szerint az, hogy a hazai kis- és középvállalkozások egyelőre idegenkednek az új technológiától, az egyéni vásárlók pedig bizalmatlanok az elektronikus fizetéssel szemben, illetve a netre merészkedő hazai vásárlók legalább 10-15 százalékos kedvezményt várnak el, márpedig nem biztos, hogy ennyit felkínálnak az eladók. [Ötvös Zoltán: Bizalmatlanok még az e-vásárlók – Elektronikus kereskedelem Magyarországon – Népszabadság, 2001. szeptember 25.]
- [111] E-business és internethasználat, Népszava, 2001. 08. 29., 5. o.
- [112] „Kétszintű” a magyar e-kereskedelem fejlődése, Világgazdaság, 2001. 01. 11., 7. o.
- [113] E-business és internethasználat, i. m.
- [114] M. I.: Még megjöhet a neten rendelt ajándék – Népszabadság, 2003. december 20.
- [115] Ormós Zoltán: i. m., 10. o.
- [116] Magyarország vezető stratégiai Internet-tanácsadó vállalkozása. [Kardos Judit: Vásárlás és ajándékozás, Magyar Nemzet, 1999. 12. 03.]
- [117] Petia Csaba: i. m. 8-9. o.
- [118] Böröcz Petra: Kaszálnak az internetes áruházak, Napi Gazdaság, 2003/175., 1. és 4. o.
- [119] „Kétszintű” a magyar e-kereskedelem fejlődése, i. m.
- [120] A kormányzat is támogatja az új gazdaságot, igyekszik előmozdítani az elterjedését. A Nemzeti Fejlesztési Terv alapján 2004 és 2006 között több mint 58 milliárd forintot költenek az információs társadalom fejlesztésére, s ebből az összegből 27 milliárd forintot az elektronikus gazdaság és az elektronikus kereskedelem ösztönzésére. [Bihari László: Drasztikusan nő a hazai internetezők száma – Népszabadság, 2003. szeptember 25.]

- [121] Kolozsi Sándor: Elektronikus kereskedelem –
<http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=20059>
- [122] M. I.: i. m.
- [123] Jádi Németh Andrea: i. m. 94. o.
- [124] Egyes szakemberek úgy vélik az elektronikus gazdaságot új szabályrendszer jellemzi, paradigmaváltásra van szükség, mert a fejlődés nem magyarázható a régi törvényekkel. [Csuha Imre: i. m. 18. o.]
- [125] Az E-ker. tv. miniszteri indokolása.
- [126] Suba Ferenc, a MEH Informatikai Kormánybiztosság Jogszabály-előkészítő Főosztálya vezetője [Az elektronikus kereskedelmi törvény születése – interjú - www.e-ker.hu/news.php?id=1284]
- [127] Ptk. 207. § (2) bek.
- [128] Ptk. 205. § (3) bek.
- [129] Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen – az általános feltételekről szóló törvény
- [130] AGBG 2. § (1) bek.
- [131] AGBG 6. § (2) bek.
- [132] Gárdos – Benke – Mosonyi – Tomori: i. m., 20. o.
- [133] Az alábbiakban ismertetett nézetek forrása: Fuglinszky Ádám: i. m.
- [134] Egyes szakirodalmi nézetek szerint az Internetező fogyasztónak általában magasabb a szellemi kvalitása. Ezt korábban statisztikai adatokkal is alátámasztották. Ezzel szemben Meents azon az állásponton van, hogy az átlagos intelligenciájú fogyasztóból kell kiindulni, mert az Internetet ma már szinte mindenki használja. De legyen a világhálón szörföző fogyasztó akár magasabb intelligenciájú, akár átlagos, egyetérthetünk Fuglinszkyval abban, hogy „az internetes vásárlás során a fogyasztó időbeli nyomás alatt nem áll, az számára rendkívül kényelmes, illetve a számítógép e célra történő használta egyfajta világszemlélet, életmódot és életszínvonalat feltételez.” Éppen ezért „a ma még sokszor indokolt szigorú fogyasztóvédelmet [...] a magyar bíróságoknak is enyhíteniük kell majd, s az »értelmes fogyasztó« modelljéből kiindulni a finoman szólva »butuska magyar fogyasztó« modellje helyett.” De újabban már Európai Bíróság is azon arra az álláspontra helyezkedett, hogy a fogyasztót nem szabad ügyetlen, járatlan, elveszett személynek tekinteni. [Vékás Lajos idézi (Az európai közösségi magánjog sajátos alanyáról: a „fogyasztó” fogalmáról, i. m., 3. o.) Norbert Reichet]
- [135] Hoeren/Oberscheidt, Köhler, Waldenberger
- [136] Vö.: Dósa Imre – Polyák Gábor: Informatikai jogi kézikönyv, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest (2003), 236. o.
- [137] Ptk. 4. § (4) bek. 2. mondat – Nemo suam turpitudinem allegans auditur
- [138] Lábady Tamás: A magyar magánjog (polgári jog) általános része, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs (2002), 144-145. o.
- [139] Ptk. 5. § (1)-(2) bek.
- [140] Ptk. 4. § (4) bek. 1. mondat
- [141] Ptk. 209. § (1)
- [142] Ptk. 209/A. §
- [143] Ptk. 209/B. § (1) bek.
- [144] 18/1999. (II. 5.) Korm. rend. 1. § (1) a)-i)
- [145] 18/1999. (II. 5.) Korm. rend. 1. § (1) „különösen” kitétel
- [146] E-ker tv. 3. § (1) bek.
- [147] E-ker. tv. 3. § (2) bek.
- [148] A világsztrádán kötött szerződésektől való félelmet részben ez a személytelenség kelti a fogyasztókban. Sándor István nagyon találóan úgy fogalmaz, hogy „a szerződő felek gyakran

abban a képzetben vannak, hogy nem is emberekkel, hanem csak egy géppel tartanak fenn kapcsolatot”. [i. m. 231. o.]

[149] Kolozsi Sándor: Elektronikus kereskedelem – <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page>

[150] Ptk. 18. § (1) bek.

[151] Ptk. 19. §

[152] Ptk. 18. § (2) bek.

[153] Ptk. 28. § (2) bek.

[154] Lukács Mónika – Sándor István – Szűcs Brigitta: i. m. 231. o.

[155] Ptk. 11. § (1) bek.

[156] Ptk. 11. § (2) bek.

[157] A korlátozottan cselekvőképes és a cselekvőképtelen személyek köréről, valamint az általuk érvényesen tehető jognyilatkozatok köréről a Ptk. II. fejezete rendelkezik.

[158] Az internetes áruházak lényegében olyan adatbázisok, amelyekben egyszerre lehet nyilvántartani a forgalmazott termékek, szolgáltatások egyedi jellemzőit és magukat a megrendeléseket, valamint az ehhez kapcsolódó információkat. [Akác Zoltán: i. m. 15. o.]

[159] Ez – mint a törvényből kitűnik – az ún. információs társadalommal összefüggő szolgáltatással kapcsolatos adatszolgáltatás.

[160] Ptk. 4. § (1) bek.

[161] Ptk. 205. § (4) bek.

[162] E-ker. tv. 5. § (1) bek.

[163] Ptk. 209./C §

[164] Nagy Éva – Pecze Dóra: Polgári jog I.; Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs (2003), 260-261. o.

[165] A tisztességtelen feltételek generál klauzuláját a Ptk. 209/B. § jelenti, ezt részletezi a fogyasztóval kötött szerződésben tisztességtelennek minősülő feltételekről szóló. a 18/1999. (II. 5.) Korm. rendeletet. Vö.: Kolozsi Sándor: Elektronikus kereskedelem – <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page>

[166] A Vision International People Group cég honlapján nemcsak azt tüntetik fel, hogy 24 órán belül iktatják a szerződést, hanem azt is, hogy csak hétköznap iktatják.

[<http://www.vipgroup.hu/article.php?cid=33>]

[167] E-ker. tv. 5. § (2) bekezdés a)-c) pontig. Ezeken kívül tájékoztatást kell adnia a szerződés megkötésének, valamint a szerződésnek a nyelvről; arról a - szolgáltatási tevékenységére vonatkozó - magatartási kódexről, amelynek az adott szolgáltatás tekintetében aláveti magát, amennyiben van ilyen; továbbá arról, hogy ez a magatartási kódex elektronikus úton hol hozzáférhető.

[168] E-ker. tv. 6. § (1) bek.

[169] Várkonyi Péter: i. m., 15. o.

[170] Lukács Mónika – Sándor István – Szűcs Brigitta: i. m. 262. o.

[171] E-ker. tv. 4. § (2) bekezdés; illetve ezzel összhangban rendelkezik az ellenértékről és a szállítási költségekről a 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 2. § (1) bek. c)-d) pont

[172] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 2. § (1) bek. h) pont

[173] E-ker. tv. 4. § (3) bek.

[174] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 2. § (1) bek. b) pont

[175] Ilyen pl. egy könyvnél a mérete, az oldalszáma, a kötés típusa, a tartalom rövid ismertetése; egy dvd-nél a tartalom ismertetése, a régiókód feltüntetése; egy ruhánál az anyaga, a hossza, mérete.

[176] Fgytv. 8. § a)-b) pont

[177] Az online katalógus szélesebb tömegekhez eljuttatható, hiszen míg a papírkatalógusokat meghatározott címre kell eljuttatni, addig ezek a webkatalógusok bárki számára

hozzáférhető, könnyebb az aktualizálásuk, sok termék tüntethető fel bennük, lehetőség van áruk paraméteres keresésére.

[178] Charles E. McLure Jr. – Giampaolo Corabi: i. m. 71. o.

[179] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 2. § (1) bek.

[180] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 2. § (2) bek.

[181] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 10. §

[182] Az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület 2002-ben felmérést készített a magyar internetes vásárlások helyzetéről a Nemzetközi Fogyasztóvédelmi Szervezet (Consumer International) megbízásából egy nemzetközi felmérés részeként. Vásárlással egybekötve 14 boltot vizsgáltak meg, és mintegy 50 helyen látogatóként nézték meg a célkitűzésben szereplő szempontok érvényesülését. A felmérés eredménye sajnos nem túl biztató, ugyanis az internetes üzletek nem sokat törődnek a fogyasztók tisztességés tájékoztatásával. A magyar internetes áruházak nagy része nem rendelkezik nyilvánosan elérhető üzletszabályzattal. A meglátogatott boltok közül egy-kettő ha akadt, amelyik jól látható helyen, könnyen elérhető módon közzétette szabályzatát. Egy-két helyen volt használati útmutató "infó" "Énoldal" és egyéb fedőnevek mögött. Az oldalak általában nem fektettek nagy hangsúlyt a rendeléshez való segítségnyújtásra. A meglátogatott oldalak közül egy hívta fel a figyelmet még a vásárlás előtt arra, hogy vannak szerződési feltételek és rögtön linkkel el is lehetett jutni odáig. A szabályzatok, információs oldalak vagy utalások nem foglalkoztak tételesen a szállítás és a fizetés módjával, de ezeket egy kivételtől eltekintve a kívánt árucikknél mindig megjelölték. Sok helyen nem jelölték meg, ki felelős az üzletért, hol van a telephelye, milyen címen, telefonszámon lehet elérni, általában megelégedtek egy info@valami e-mail címmel. Két helyen említették a szavatosságot, egy helyen az elállási jogot. Gyakran nehéz a kívánt terméket megtalálni, nem törődnek a fogyasztó panaszainak megválaszolásával. [Fischer Gábor: Elektronikus kereskedelem

Magyarországon, <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=200206129> illetve

Egy korábbi, hasonló felmérés során is negatív tapasztalatokat gyűjtöttek a felmérők. A vizsgált 20 elektronikus üzletben a nyilvántartásba vételi számot és az elállási jog lehetőségét és tartalmát az üzletek 0, a fogyasztói kifogás megtételének helyét 50, a szavatosság és jótállás feltételeit 40, az üzlet fizikai címét 95 %-a adta meg. [Kolozsi Sándor: Elektronikus kereskedelem, <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=20ecom>] Sajnos elkeserítő, hogy két év elteltével még mindig nem megfelelő a fogyasztók tájékoztatása, de úgy tűnik semmivel nem is kényszeríti a gazdálkodó szervezeteket arra, hogy eleget tegyenek a kötelezettségüknek. Szintén egy 2000-es felmérés során derült ki, hogy az OFE munkatársai kevés helyen találtak termékismertetőket. [Rácz Judit: A magyar virtuális kosár, Magyar Nemzet, 2000. 12. 16., 26. o.]

Egy 2003 év végén végzett felmérés eredményei sem mutattak változást, sőt a felügyelők olyan negatív tapasztalatokat gyűjtöttek, hogy már be is jelentették, hamarosan újabb vizsgálatokat végeznek. A vizsgált ötven üzlet közül 30 nem említi az indokolás nélküli elállási jogot, még több a szavatosságot, a jótállás jogát valamint adószámukat, 20 % elhallgatja a megrendeléssel együtt járó többletköltségeket (pl.:posta-, futár-, csomagolási költség). [Sándor Tünde: Szörföztek az ellenőrök – Népszabadság 2004. január. 31.]

[183] Ptk. 198. § (1) bek.

[184] A 4/1997. (I. 22.) Korm. rendelet az üzletek működéséről és a belkereskedelmi tevékenység feltételeiről; a 17/1999. (II. 10.) FVM-EÜM együttes rendelet az élelmiszerek előállításának és forgalmazásának élelmiszerhigiéniai feltételeiről; a 124/1993. (IX. 22.) Korm. rendelet a közbiztonságra különösen veszélyes eszközökről; a 2000. évi XXXV. törvény a növényvédelemről.

- [185] Kaye Caldwell a hálózaton folytatott kereskedelmet „elektronikus vásárlás”-nak, Charles E. McLure „webrendelés”-nek nevezi. [i. m. 71. o.]
- [186] Vö.: Alexander Schaub: Az elektronikus piacterek versenyjogi problémái az Európai Bizottság szempontjából; Jogtudományi Közlöny, 2001/11. 483. o.
- [187] A tengerentúlon az egyik legtöbbet rendelt árucikk az autó, minden ötödik gépkocsit az Interneten keresztül vásárolják. [Gaal Ilona: Boltháló, i. m.]
- [188] Sárosi Viktor: Európában is hódít az internetes vásárlás, Népszava, 1999. 11. 02., 5. o.
- [189] Ptk. 216. § (1) bekezdés
- [190] A e-mailben kötött szerződéseket elfogadják írásban kötöttnek, bár az elektronikus úton továbbított adatok nem a hagyományos írásos alakot öltik, hanem digitalizált bináris kódok formájában léteznek. [Lukács Mónika – Sándor István – Szűcs Brigitta: i. m. 247. o.]
- [191] De például ha a felek telefonon kommunikálnak, értelemszerűen szóban kötik a szerződés (a telefonon kötött szerződések is a távszerződések közé tartoznak). Ebben az esetben a felhívás a televízióban történik, majd a vevő lényegében egy üzenetrögzítővel megköti a szerződést (ez az ún. teleshopping).
- [192] Ptk. 372. § (1) bekezdés
- [193] BH1994. 207.
- [194] Ha nem ott kötik, akkor már nem beszélhetünk e-szerződésekről.
- [195] Milassin László: Az elektronikus kereskedelem jogi problémái, különös tekintettel az Európai Unió ide vonatkozó jogalkotására, Magyar Jog 2001/6., 361. o.
- [196] Palásti Gábor: Az elektronikus kereskedelem a gazdasági kapcsolatok egyes nemzetközi jogforrásaiban, Jogtudományi Közlöny 2000/10. 397. o.
- [197] Olivier Hance: Üzlet és jog az Interneten; Panem Kft., Budapest (1997), 123. o.
- [198] Ptk. 205. § (1) bek.
- [199] Az ajánlat olyan megállapodást kezdeményező nyilatkozatot jelent, amely legalább a lényegesnek tekintett szerződése elemeket tartalmazza, és egyértelműen kitér belőle, hogy az abban foglaltak ügyletkötési akaratot tükröznek, tehát a nyilatkozó – elfogadás esetén – azt magára nézve kötelezőnek ismeri el. [Nagy Éva – Pecze Dóra: Polgári jog I., i. m. 268. o.]
- [200] Nagy Éva – Pecze Dóra: Polgári jog I., i. m., 268. o.
- [201] „Az e-mail (elektronikus levél) [...] olyan üzenet, amely alfanumerikus karakterekből áll, nincs merev formákhoz kötve, s amit távközlési eszközökkel juttatnak el [...] egyik számítógépről a másikra.” [Balogh Zsolt György: Jogügyletek a hálózaton: az elektronikus kereskedelem, Jura 2000/1-2. 61. o.]
- [202] Ezek a kereskedelmi weboldalak, melyek elektronikus kirakatok, céljuk a látogató vásárlóvá változtatása. Beszélhetünk még a piacbefolyásolási weboldalról, melynek funkciója a kínálat népszerűsítése, információk nyújtása. (Ezek a marketing weboldalak alfajtai.) [Csuha Imre: i. m. 84. o.]
- [203] Mehrings az áru kínálatot meghatározatlan személyekhez intézett, kötőerővel bíró ajánlatnak (offerendum ad incertis personis) tekinti. Meents szerint pedig ha az átlagos fogyasztó objektív mérlegelési horizontja szerint az eladó joghatályos ajánlatot tett, akkor ajánlatról van szó, egyébként felhívásról. [Fuglinszky Ádám: i. m. 199. o.] Véleményem szerint nem lenne helyes a fogyasztó egyéni mérlegelésére bízni a választást.
- [204] A vevőhöz intézett vételi ajánlattételre szóló felhívás lényegében egy hirdetés. [Dán Judit: i. m.]
- [205] A felhívásra általában ráutaló magatartással lehet reagálni, de előfordulhat, hogy írásban (e-mail) vagy szóban (a megadott telefonszámot) kell megtennünk az ajánlatot. A szóbeli reagálás esetében a szerződés már nem az Interneten köttetetik, hanem csupán távollevők között, hiszen a telefonálással kilépünk a virtuális világ közegéből.
- [206] Ptk. 214. § (3) bekezdés

[207] Amikor megkapjuk az elfogadó nyilatkozatot a gazdálkodó szervezettől, abban általában felhívnak (vagy legalábbis fel kellene, hogy hívjanak) bennünket arra, hogy amennyiben nem mi rendeltük a megnevezett termékeket, úgy valaki visszaélt az adatainkkal, s az erre az e-mail címre küldött nyilatkozattal jelezhetjük, hogy ne teljesítsenek, mert mi nem tettünk ajánlatot.

[208] E-ker. tv. 6. § (1)-(2) bekezdés

[209] Az e-mail cím hiánya miatt a visszaigazolás nem lehetséges, ezzel pedig a kereskedő megsérti az E-ker tv. 6. § (2) bekezdését.

[210] Ezen kívül van még három elmélet a szerződés létrejöttének idejével és helyével kapcsolatban.

A megfogalmazási elmélet szerint a szerződés akkor jön létre, amikor a címzett e-mail üzenetét, vagyis elfogadó nyilatkozatát megfogalmazta, de még nem küldte el. E nézet meglehetősen problémás, hiszen úgy beszélünk szerződésről, hogy az ajánlattevő még nem is értesült arról, hogy elfogadták-e az ajánlatát, s az elfogadó nem is biztos, hogy elküldi, valamint a megfogalmazás időpontjának meghatározása eléggé nehézkes, így nehezen bizonyítható, hogy létrejött a szerződés.

Az elküldési elmélet értelmében az elfogadó nyilatkozat elküldésekor jön létre a szerződés, azonban ez sem megfelelő, hiszen az, hogy valaki elküld egy nyilatkozatot az Interneten még nem biztos, hogy meg is érkezik, s amíg nem szereznek róla tudomást nincs is jelentősége.

A megérkezési elmélet szerint akkor beszélünk szerződésről, ha a nyilatkozat megérkezik az ajánlattevőhöz, vagyis amikor a „postaládába dobják”, de az ajánlattevő tudomása még ekkor is hiányzik.

Az 1980-as Bécsi Egyezmény a megérkezési elméletet fogadta el az áruk nemzetközi adásvételére vonatkozóan. [Olivier Hance: i. m. 127-129. o.]

[211] Ptk. 214. § (1) bekezdés

[212] E-ker. tv. 6. § (3) bekezdés

[213] Ptk. 213. § (3) bekezdés

[214] A teljes bizonyító erővel rendelkező magánokirat az ellenkező bizonyításig teljes bizonyítékul szolgál arra, hogy a kiállítója az abban foglalt nyilatkozatot megtette, elfogadta, illetőleg magára kötelezőnek ismerte el. [Pp. 196. § (1) bek.]

[215] Persze ebből nekik általában nem származik hátrányuk, mert ha nem veszik át a távkereskedelem során megrendelt árut, akkor nem kell ellenszolgáltatást sem nyújtaniuk. Egyes termékek átvétele és a csomagolás felbontása azonban már nem teszi lehetővé a visszaküldést.

[216] Directive 1999/93/EC of the European Parliament and of the Council of 13 December 1999 on a Community framework for electronic signatures

[217] A fokozott biztonságú elektronikus aláírás alkalmas az aláíró azonosítására és egyedülállóan hozzá köthető, olyan eszközzel hozták létre, mely kizárólag az aláíró befolyása alatt áll, a dokumentum tartalmához olyan módon kapcsolódik, hogy minden - az aláírás elhelyezését követően az iraton, illetve dokumentumon tett - módosítás érzékelhető. [2001. évi XXXV. törvény az elektronikus aláírásról 2. § 15. pont]

[218] A minősített elektronikus aláírás olyan - fokozott biztonságú - elektronikus aláírás, amely biztonságos aláírás-létrehozó eszközzel készült, és amelynek hitelesítése céljából minősített tanúsítványt bocsátottak ki. [2001. évi XXXV. tv. 2. § 17. pont]

[219] A titkos kulcs egy aláírás-létrehozó adat: olyan egyedi adat (jellemzően kriptográfiai magánkulcs), melyet az aláíró az elektronikus aláírás létrehozásához használ. [2001. évi XXXV. tv. 2. § 1. pont]

[220] A nyilvános kulcs egy aláírás-ellenőrző adat: olyan egyedi adat (jellemzően kriptográfiai nyilvános kulcs), melyet az elektronikus iratot vagy dokumentumot megismerő személy az elektronikus aláírás ellenőrzésére használ. [2001. évi XXXV. tv. 2. § 2. pont]

[221] Az aláíró az a természetes személy, akihez az elektronikus aláírás hitelesítés-szolgáltató által közzétett aláírás-ellenőrző adatok jegyzéke szerint az aláírás-ellenőrző adat kapcsolódik. [2001. évi XXXV. tv. 2. § 4. pont]

[222] Jan Froehlich: Ab wann gilt ein elektronischer Vertrag?, i. m.

Jan Froehlich – az elektronikus kereskedelemmel foglalkozó berlini ügyvéd – szerint az elektronikus aláírásnak három fontos funkciója van: bizonyítja az okirat hitelességét, eredetiségét – vagyis, hogy nem változtattak rajta útközben – és következtetni lehet belőle az okirat szerzőjére (die Authentizität, die Integrität und der Verfasser der Urkunde). [Jan Froehlich: Der elektronische Geschäftsverkehr – praktische Fragen bei der Nutzung E-commerce, Spam und der Schutz von Werken im Urheberrecht – <http://www.jan-froehlich.de>]

[223] Szabó Péter: Egy vállalkozás az elektronikus térben: <http://www.jogiforum.hu/publikaciok/77.1.0>

[224] Az elektronikus dokumentumoknak azonban van egy másodlagos felhasználási lehetősége is. Előfordulhat ugyanis, hogy a távügyletből valamilyen jogvita keletkezik, s a dokumentumot polgári eljárásban bizonyítási eszközként kell felhasználni. [Vö.: Lukács Mónika – Sándor István – Szűcs Brigitta: i. m. 238-239. o.] Ez pedig minden további nélkül lehetséges, mert a 2001. évi XXXV. törvény Pp-t. módosító záró rendelkezése értelmében az elektronikus okirat teljes bizonyító erejű magánokiratnak minősül [Pp. 196. §. (1) bekezdés e) és f) pontok].

[225] Simó György – De jure, 2000/11

[226] Legalábbis nagyobb az esély arra, hogy nem manipulálják a dokumentumokat, hiszen ahogyan ma már titkosítani lehet az elektronikus iratokat, a hozzáértők ugyanúgy fel is törhetik azokat.

[227] Vö.: Ormós Zoltán: i. m., 4. o.

[228] Ezt az elektronikus aláírásról szóló törvény nem említi.

[229] Erdős István: i. m. 7-8. o.

[230] Ormós Zoltán: i. m., 4. o.

[231] Ptk. 277. § (1) bek.

[232] Ptk. 277. § (2)-(3) bek.

[233] Például ha futárral szállítatunk és az esti órákra kértük a szállítást elvárható, hogy legyen otthon valaki, aki átveszi a megrendelt árut, hogy nem várakoztatjuk meg a futárt, hogy mindent megteszünk azért, hogy egyértelmű legyen, melyik házba kell becsöngetnie, ha esetleg váratlanul el kell mennünk, jelezzük egy üzenettel, hogy a szomszédunk átveszi helyettünk. De nyilván a futártól is elvárható, hogy megtegyen minden tőle elvárhatót azért, hogy át tudja adni az árut. A vevőnek pedig meg kell fizetnie az ellenértéket a szerződésben meghatározott módon.

[234] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 7. § (1) bek.

[235] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 7. § (2)-(3) bek.

[236] Helyettesítő áruval csak akkor lehet teljesíteni, ha az a szerződésben is benne foglaltatott, ld.: „a szerződésben meghatározott módon”

[237] A szerződéstől való elállásra jogszabály vagy a felek szerződése alapján kerülhet sor. Az elállás a szerződés egyoldalú megszüntetése, a szerződés megkötésére visszaható hatállyal (ex tunc), amit az elállásra jogosult a másik félhez intézett nyilatkozattal gyakorolhat. [Ptk. 320. § (1) bekezdés]

[238] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 4. § (1)-(2) bek.

[239] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 4. § (3)-(4) bek.

[240] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 4. § (5) bek.

[241] Nagyon szemléletes példa található http://weberundpartner.de/ratgeber_frame.html (Internetrecht) honlapon az Interneten megkötött szerződések során elkövetett tévedésekkel kapcsolatban. A nem szabad akaratából Porsche-tulajdonossá váló Müller úrnak nem kell a világot körberepülnie és nem kell tucatszor ugyanazt a könyvet elolvasnia, mert a szerződéstől elállhat, csak ki kell fizetnie a szállítási költségeket.

[242] Itt már nem az elállási jog gyakorlásáról lenne a szó, hanem – ahogyan Cseke Dóra és Wallacher Lajos fogalmaz – egy olyan kötelemből való szabadulásról, amelynek tárgyát a szolgáltató már elkezdte teljesíteni.

[243] Az internetes dvd árusítókra jellemző, hogy külön, személyes megrendelésre igyekeznek dvd-t beszerezni. Ha valaki tehát személyes kérelemmel fordul egy ilyen gazdálkodóhoz, s az beszerzi neki a terméket, etikátlan lenne, ha ezek után elállhatna a szerződéstől.

[244] Itt nyilván olyan szolgáltatásról van szó, amely nem tartós fogyasztásra rendelt, s a visszaszolgáltatás a dolog elfogyasztása miatt lehetetlen.

[245] Ha ugyanis ezeknek a csomagolását valaki már felbontotta, már használhatott egy olyan terméket, amely szerzői jogvédelem alá esik, s így a szellemi termék tulajdonosát díjazás illeti, valamint a terméket védő másolásgátló kódot is feltörhette, s így a szoftver, felvételt szabadon árusíthatja.

[246] A szerencsejátékban benne van a kockázat is, így nem lehet elállni.

[247] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 5. §

[248] 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet 8. § (1)-(2) bek.

[249] Olivier Hance: i. m. 132-133. o.

[250] Olivier Hance: i. m. 134. o.

[251] Vö.: Jádi Németh Andrea: i.m. 95-98. o.

[252] II. cím, 3. cikk (1) bek.

[253] Jádi Németh Andrea: i. m. 96. o.

[254] II. cím 5. cikk (2) bek.

[255] Jádi Németh Andrea: i. m. 97. o.

[256] 1979. évi 13. tvr. 28/A. § a) pont

[257] Ez a származási ország elve – Az elektronikus kereskedelmi törvény születése – interjú Suba Ferencsel, i. m.

[258] Ez a hatásvé – Az elektronikus kereskedelmi törvény születése: i. m.

[259] E-ker. tv. 1. § (1) bek. a) pont

[260] E-ker. tv. 1. § (2) bek.

[261] Várkonyi Péter: i. m., 17. o.

[262] E-ker. tv. 2. § g)-h) pont

[263] Várkonyi Péter: i. m., 17. o.

[264] II. cím 4. cikk (1)-(2) bek.

[265] Az elektronikus kereskedelem jelenleg több helyütt szabályozott. Egyrészt mivel az elektronikus kereskedelemről, szerződéskötésről alkottak külön jogszabályt (E-ker. tv.), elsődlegesen nyilván ez szabályoz, ugyanakkor az e-szerződések a távszerződések egyik fajtájának tekintendők, így az E-ker. törvényben nem szabályozott kérdésekben a 17/1999 (II. 5.) Korm. rendeletben foglaltak irányadók. Valamint – hiszen itt fogyasztói szerződésekről is szó lehet – az Fgytv.-t sem szabad figyelmen kívül hagyni. A Polgári Törvénykönyv kötelmi jogi része pedig háttér-joganyagként áll rendelkezésünkre. Az Interneten kötött szerződés tehát igen összetett jelensége a jognak: nyilván mindenekelőtt kötelelem, aztán specifikumait tekintve távszerződés, s annak is egy speciális közegben történő megkötése, s nemkülönben – bár nem feltétlenül, de a B2C relációban mindenképp – fogyasztói szerződés.

[266] Steve Smithson [Tenczer Gábor: i. m., 1. és 11. o.]

- [267] Milassin László: i. m., 361. o., Kezdeményezések 9. pontja, COM (97), 157.
[268] Balogh Zsolt György: i. m. 64. o.
[269] Csuha Imre: i. m., 215. o.
[270] Zara László: Az elektronikus kereskedelem, Számvitel, Adó, Könyvvizsgálat, 2001/5., 207. o.
[271] Csuha Imre: i. m., 216. o.

A funkcionális ekvivalencia az elektronikus kereskedelem szabályozásának egyik alapelve. További alapelvek: általános elismerés (az elektronikus jognyilatkozat az írásbelivel azonos értékű, elektronikus mivolta nem ok a diszkriminációra), elektronikus kereskedelem szabadságának elve (lehetőséget biztosítani az elektronikus kereskedelem szabad gyakorlására), szubszidiaritás, technológisemlegesség, funkcionális ekvivalencia, nemzetköziség (a fejlődés, a globalizáció megköveteli a jogi eltérések egységesítését, az elektronikus kereskedelem kezdettől fogva nemz. összefogással zajlik). [Csuha 214-216. o.]

- [272] Vö.: Zara László: i. m., 207. o.
[273] Csuha Imre: i. m., 214. o.
[274] E-ker. tv. miniszteri indokolása
[275] Érsek Emese – Csenterics Annamária: Az Interneten folyó gazdasági tevékenységek jogi szabályozásának néhány kérdése, Napi Jogász 2001/2., 16. o.
[276] A németországi törvényalkotók először különálló törvényben – a Fernabsatzgesetz-ben – szabályozták az elektronikus szerződések jogát, a 2001. január 1-jével azonban a törvény szövegét a BGB-be integrálták.
[277] Baranyi Bertold: Az elektronikus szerződéskötés (2003)
http://www.jogiforum.hu/publikaciok/baranyi_bertold_elektronikus_szerzodeskotes.rtf, 10. o.
[278] Vö.: Gárdos – Benke – Mosonyi – Tomori: i. m. 34. o.
[279] A szerződés létrehozó kölcsönös, egybehangzó akaratnyilatkozat itt is szükséges, akárcsak az ajánlattétel és az elfogadás, jelen körülmények között létrejött kötelek is vagyoni jogviszonyokat szabályoznak stb.
[280] Ide tartozik még például az elektronikus posta és a spamming (kéretlen reklámok), online banktevékenység. Az Internet a hagyományos életviszonyokban például a következő területeken jelenik meg: szólásszabadság, jogválasztás, joghatóság, bűncselekmények. A kizárólag az Interneten jelentkező, technikai alapú problémák közé tartoznak többek között a digitális aláírás, a domain nevek. [Verebics János: Lex Internetica: i. m.]
[281] Az új Polgári Törvénykönyv Konceptiója – A Kodifikációs Főbizottság 2001. november 8-i ülésén elfogadott formában.
[282] Az új Polgári Törvénykönyv Konceptiója – A Kodifikációs Főbizottság 2001. november 8-i ülésén elfogadott formában.
[283] Kolozsi Sándor: Elektronikus kereskedelem, <http://www.fvf.hu/fvf.php3?page=20059>
[284] Érdekes azonban, hogy a kedvezményeket az emberek nem tartják soknak, s úgy vélik, nem elég ahhoz, hogy érdemes legyen a világhálón vásárolni. A fogyasztók ugyanis 10-15 %-os, kisebb értékű árucikknél pedig akár 20-30 %-os engedményt várnak el, ennek az igénynek azonban a kereskedők nem tudnak megfelelni. [Online vásárlási szokások: i. m.] Ugyanakkor érdemes megjegyezni, hogy egyes on-line üzletekben bizonyos termékek akár 80 %-os árengedménnyel is kaphatók. Tehát érdemes alaposan körülnézni, hogy megtaláljuk, hol lehet valóban kedvezően vásárolni.
[285] A Libri Online Könyvbirodalom vevőinek 60 %-a vidéki volt a 2002 őszi-karácsonyi időszakban. [Böröcz Petra: i. m.]
[286] Persze mindettől függetlenül biztosítani kell nekik a lehetőséget arra, hogy ők is ugyanúgy vásárolhassanak a valós üzletekben.
[287] M. I.: Még megjöhet a neten rendelt ajándék: i. m.

[288] Marosi Zoltán: i. m. 200. o.

[289] Balogh Zsolt György: i. m., 59. o.

[290] Online vásárlási szokások: i. m.

[291] Egyrészt az E-ker tv. a vásárlók könyve „virtuális” változatának biztosítására kötelezi a kereskedőt. A szolgáltató ugyanis köteles közzétenni a szolgáltatását igénybevevőkkel való kapcsolattartásra szolgáló, rendszeresen használt e-mail címét. [E-ker. tv. 4. § (1) c.]

Másrészt pedig a belföldi kereskedők ellen a területileg illetékes fogyasztóvédelmi felügyelőségnél, a magyarországi székhellyel, telephellyel, képvisellel nem rendelkező szolgáltató ellen pedig a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség weboldalán (www.fvf.hu) van lehetőség panasztételre. A Federal Trade Commission által gondozott econsumer.gov elnevezésű program egyik célja az elektronikus kereskedelmi tevékenységek során felmerülő fogyasztói panaszok, észrevételek összegyűjtése, továbbá az ilyen irányú tapasztalatok feldolgozása és megosztása a többi résztvevővel. A fogyasztó panasa angolul az econsumer.gov adatbázisába kerül. (A panasz bejelentésére szolgáló űrlap a www.fvf.hu internetes oldalon megtalálható) A panaszok alapján feltárhatóak a legtöbb problémát jelentő típuspanaszok, és olyan módszerek dolgozhatók ki, melyek segítségével a jövőben elkerülhetőek lesznek a problémák. [Ld.: Kolozsi Sándor: Az elektronikus kereskedelem speciális panaszforumai – <http://www.fvf.hu/nyomtat.php3?page=20020602> valamint <http://www.fvf.hu/nyomtat.php3?econsumer>] Kathi Attila, a FVF Reklámfelügyeleti osztályának vezetője 2003-ban úgy nyilatkozott, hogy a reklamációk többnyire a megfelelő tájékoztatás hiányát kifogásolják. [Simits Tímea: i. m.]

[292] William J. Clinton [Marosi Zoltán: i. m. 197. o.]

[293] Vö.: Olivier Hance: i. m. 9. o.