



ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK

# ELEMZÉS

A techipar, az e-kereskedelem, a magyar termékek kereskedelme és a kapcsolódó uniós szabályozásának az elemzése

2022.



ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK

# ELEMZÉS

A techipar, az e-kereskedelem, a magyar termékek kereskedelme és a kapcsolódó uniós szabályozásának az elemzése



Engedélyező:

Domokos László  
elnök

## Szerkesztő:

LAJÓ ADRIENN projektvezető

## Az elemzés elkészítését felügyelte:

DR. NÉMETH ERZSÉBET felügyeleti vezető

## Készítették:

LAJÓ ADRIENN projektvezető

GYALAI MÁRTA számvevő

NAGY LÁSZLÓ számvevő

DR. VÉBER EMILIA számvevő

## Kiadja az Állami Számvevőszék

EL- 3274-003/2022.

Az Elemzés  
az interneten  
a [www.asz.hu](http://www.asz.hu)  
oldalon  
olvasható.

## TARTALOMJEGYZÉK

▶	<b>VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ .....</b>	<b>5</b>
▶	<b>BEVEZETÉS.....</b>	<b>6</b>
▶	<b>AZ ELEMZÉS CÉLJA ÉS MÓDSZERE .....</b>	<b>7</b>
▶	<b>1. DIGITÁLIS FEJLŐDÉS.....</b>	<b>9</b>
	1.1. ÚJ TECHNOLÓGIÁK, RENDHAGYÓ FOLYAMATOK ÉS AZ INTERNET .....	9
	1.2. INTERNETES ELŐFIZETÉSEK ALAKULÁSA, INTERNET HASZNÁLAT .....	11
▶	<b>2. E-KERESKEDELEM ÉS A VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ÁTALAKULÁSA .....</b>	<b>15</b>
	2.1. ONLINE VÁSÁRLÁS ÉS E-KERESKEDELEM NEMZETKÖZI ÉS HAZAI TENDENCIÁI .....	15
	2.2. AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELMET FOLYTATÓ SZEREPLŐK HAZAI ÉS NEMZETKÖZI SZINTEN .....	17
	2.3. VÁSÁRLÓI SZOKÁSOK AZ EU-BAN ÉS HAZÁNKBAN .....	20
	2.4. PANDÉMIA HATÁSA AZ ONLINE VÁSÁRLÁSRA ÉS A VÁSÁRLÓI ATTITŰDÖKRE .....	24
	2.5. AZ E-KERESKEDELEM ÉS A SZÁLLÍTMÁNYOZÁSI IPARÁG FÜGGŐSÉGE .....	26
▶	<b>3. A DIGITÁLIS TÉRBEN ZAJLÓ ADAT ÉS ÁRUFORGALOM KIHÍVÁSAI AZ UNIÓS JOGI SZABÁLYOZÁS TERÜLETÉN .....</b>	<b>27</b>
	3.1. ADÓPOLITIKA – KÖZPÉNZÜGYI SZEMPONTBÓL ELŐNYÖS VÁLTOZÁSOK, PROTEKCIONISTA INTÉZKEDÉSEK, CSALÁS ELLENI KÜZDELEM .....	27
	3.2. VERSENYJOGI ÉS FOGYASZTÓVÉDELMI VERSENYJOG – ÚJ MÓDSZEREK A VERSENYJOGI KORLÁTOZÁSOK NYOMÁN, TÖREKVÉS A SZABÁLYOZÁSOK EGYESÍTÉSÉRE .....	29
	3.3. SZEMÉLYES ADATOK VÉDELME – GDPR, AVAGY FIZETŐESZKÖZ-E AZ E-KERESKEDELEMBEN AZ ADAT .....	34
	3.4. KIBERVÉDELEM – ÜGYFÉLKAPCSOLATI ADATOK, ILLEGÁLIS E-KERESKEDELEM .....	35
▶	<b>KÖVETKEZTETÉSEK .....</b>	<b>37</b>
▶	<b>KITEKINTÉS .....</b>	<b>38</b>
▶	<b>FELHASZNÁLT IRODALOM, FORRÁSOK.....</b>	<b>39</b>
▶	<b>ÁBRAJEGYZÉK .....</b>	<b>46</b>
▶	<b>FOGALOMTÁR, RÖVIDÍTÉSJEGYZÉK .....</b>	<b>47</b>
▶	<b>JOGSZABÁLYOK JEGYZÉKE .....</b>	<b>50</b>
▶	<b>1. FÜGGELÉK – E-KERESKEDŐK ÉS FORGALMI ADATAIK ARÁNYA .....</b>	<b>51</b>
▶	<b>2. FÜGGELÉK – TOP E-KERESKEDŐK EU RÓPÁBAN, 2019-BEN .....</b>	<b>52</b>



## VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

Az e-kereskedelem terén az elmúlt tíz év technológia fejlődése forradalmi változásokat hozott. A technológiai forradalom átalakította az e-kereskedelem tranzakcióit: másképp lépünk egymással kapcsolatba, másképpen tájékozódunk és másképpen vásárolunk. Új területek, új szereplők és egyben új kockázatok jelennek meg a piacokon, új üzleti modellek átalakítják a vevő-eladó kapcsolatot, és tágítják a határait annak, hogy mit és hol lehet az online térben értékesíteni. Az elemzés célja, hogy bemutassa az internetes kereskedelemben tapasztalható tendenciákat, a megjelenő új kihívásokat, az azokra adható válaszokat. Az elemzés vizsgálja az e-kereskedelem alapfeltételét jelentő internetes penetrációt, a lakosság eszközellátottságát, az internethasználat jellemzőit, célját és ezek változását.

A pandémia hatásainak lassítása érdekében kereskedelmi és gazdasági korlátozásokat vezettek be, ilyen volt a kiskereskedelmi létesítmény (pl. üzlet, bolt, egyéb árusítóhely), vendéglátó-ipari egységek, nagy forgalmú közösségi terek bezárása is. Felértékelődött az online világ, mint információszerző, ügyintézését lehetővé tevő és vásárlásokat biztosító platform.

Az Európai Unió és az egyes nemzetek digitális célokat határoztak meg, stratégiákat, rendeletek, irányelveket fogadtak el. A szabályozási előrelépésekkel a cél egy biztonságosabb térben zajló tisztességes, kiegyenlített versenyfeltételeken alapuló internetes kereskedelem kialakítása, amely hozzájárul a közpénzügyi helyzet átláthatóságához, a növekvő adóbevételeken keresztül pedig a közpénzügyi helyzet javításához. Az új szabályozások bezárják a „kiskaput” a távol-keleti dömpingtermékek előtt, a fogyasztás helye szerinti adózás előírásával a jogalkotó egyaránt kedvez a hazai gazdálkodóknak és az ilyen irányból érkező költségvetési bevételek növekedésének.

Az e-kereskedelem 2010 és 2020 között folyamatosan, míg 2019-ről 2020-ra ugrásszerűen, közel 35%-kal növekedett. A pandémia idején az online vásárolt termékek közül a legkeresettebb cikkek a számítástechnikai eszközök, a ruházat és a szórakoztató elektronika volt, miközben nőtt az élelmiszervásárlás, barkács és lakberendezési cikkek vásárlása is. A vásárlási szokások pandémiát követő alakulását vizsgáló felmérések azt mutatják, hogy a vásárlók fele ugyanannyit tervez offline vásárlással tölteni, mint az online megrendelésekkel. A járvány első, második és harmadik hullámának enyhülése valamelyest visszarendeződést tett lehetővé a fizikai vásárlások irányába. A fiatalabbak, magasabb iskolai végzettségűek és magasabb jövedelemmel rendelkezők vásárolnak leginkább az interneten, míg a nemek közötti megoszlás azonos volt.

Az online vásárlások elválaszthatatlan részét képezi a szállítmányozás, a csomagküldő szolgáltatások. Növekedett azoknak a száma, akik a futárszolgálattal történő kiszállítás módját választották, és csökkent az üzletekben személyes, illetve a csomagpontokon történő átvételt preferáló aránya.

Az e-kereskedelem elterjedésével új, a vásárlók döntéseit befolyásolni szándékozó, gyakran megtévesztő online kereskedelmi gyakorlatok megjelenésével járt, miközben az uniós szabályozás változása nem mutatott ilyen dinamikát. A szankciók csak a nemzeti szabályozás keretében kerültek kimunkálásra. A vásárlók adatainak védelme érdekében a GDPR-ral egységes tagállami szabályozás lépett életbe, de ezen a területen továbbra is elengedhetetlen a fogyasztók adatvédelmi tudatossága. Az unió két jogalkotási javaslaton dolgozik, amelyek célja a nyílt és biztonságos kibertér kiépítése, azonban az új szabályozás tagállamok általi implementálásáig a fogyasztók biztonsága nem szavatolt elégséges mértékben.

Az elemzés iránymutatást ad a döntéshozók részére az online tér működését befolyásoló tényezők beazonosításához, valamint rámutat arra is, hogy szükséges növelni a vásárlói tudatosságot annak érdekében, hogy a világhálón történő vásárlások során az emberek felelős döntéseket hozzanak.

## BEVEZETÉS

A digitalizáció fejlődésével felértékelődött az információ, amely elválaszthatatlan részét képezi a mindennapi életünknek, a gazdaság fejlesztésének alapvető eszközévé vált. A digitalizációs technológiák gyakorlatilag lerombolják a fizikai korlátokat: kiterjesztik az adatgyűjtést és az interneten keresztül megszerzett tudás révén a korábban csak fizikailag elérhető termékek, szolgáltatások virtuálisan is elérhetővé válnak. Mindezen folyamatok számos esetben versenyképesebbé, gyorsabbá, hatékonyabbá teszik a kereskedelmet, a termelést, a szolgáltatást a fogyasztók számára.



Az EU országai, így hazánk is folyamatosan kiemelt figyelmet fordít a digitalizáció szintjének fejlesztésére. A társadalmi szerepvállalás megjelenését és erősödését tükrözik az információs társadalom, a digitális gazdaság, illetve a digitális ipar fejlesztését szolgáló kormányzati programok, stratégiák megalkotása (többek között a Széchenyi terv, Ipar 4.0, Irinyi Terv, Magyar Információs Társadalom Stratégia (MITS, 2003), Nemzeti Szélessávú Stratégia (2005-2013), Nemzeti Információs Társadalom Stratégia (NITS). Ennek jegyében készült el - az EU céljaival azonosan - az infokommunikációs szektor fejlesztését célzó Nemzeti Infokommunikációs Stratégia (NIS), melynek időtávja 2014-2020-ra vonatkozik, majd ezt követően a Nemzeti Digitalizációs Stratégia (továbbiakban: NDS), amely a 2021-2030-ig terjedő időszak céljait tartalmazza. A Stratégia legfőbb célkitűzése, hogy Magyarország digitális fejlettség

vonatkozásában az európai országok között az első tíz ország közé kerüljön 2030-ra. Kiemelt fókuszterületei a gazdaság, az oktatás, a kutatás-fejlesztés- innováció, illetve a közigazgatás. Fő pillérei a digitális infrastruktúra, a digitális készségek, a digitális gazdaság és digitális állam (ITM, 2020). Az NDS keretein belül kerültek kidolgozásra a Digitális Jóléti Programok (továbbiakban: DJP), amelyek a 2015-től kezdődően támogatják a hazai digitális átalakulás folyamatait. A digitális fejlesztések támogatásával a gazdaság, az állam működésének, a társadalom területeinek közel teljes lefedésének támogatását célozzák meg a digitalizáció fejlesztését célzó programok (DJP, 2021).

A digitális átalakulás világszintű megvalósítása mind társadalmi, mind gazdasági szinten kiemelkedő jelentőségű. Az EU által létrehozott Európai Digitális Stratégia a társadalom és a gazdaság digitalizációja által biztosított lehetőségek kiaknázását, ezen belül a technológiai fejlesztéseket, ezáltal a gazdaság versenyképességének növelését tűzte ki fő célként. Az EU további célja az egységes piac létrehozása, ezért alkotta meg az Európai Digitális Egységes Piaci Stratégiát, amelynek fókuszába az egységes, összekapcsolt digitalizált piac létrehozását helyezte.

A „digitalizációs verseny” nyertesei az online térben is hatékonyan működő, nemzetközi óriásvállalatok lettek. Az internetes kereskedelmi platformok széles körű elterjedésével a kiemelkedés biztosítottá vált a techipar meghatározó szereplői számára is. A szereplők az ágazatot érintő jelentős ún. „mergers and acquisitions” (M&A) tranzakciók által, fúziókon és felvásárlásokon keresztül tovább növekedtek, a techipar óriásává nőtt képviselőivé váltak. (GAFAM - Google Alphabet, Apple, Facebook, Amazon és Microsoft) Növekedésük a pandémia okozta helyzetben is töretlen lendületet mutatott. A növekedés eszközét és platformját az internet, és az erre alapozott e-kereskedelmi tevékenység képezte.

Az országok – így hazánk – törekvései az internetes infrastruktúra, ezen belül az internet-elérés fokozására, egyben gyújtózsínként jelentenek az e- közigazgatáshoz, a banki szolgáltatások igénybeviteléhez, az internetes vásárlásokhoz, az innovatív fizetési módszerekhez és eszközökhöz, az információ szerzéshez vagy akár a nem helyhez kötött munkavégzés, tanuláshoz, e-egészségügyhöz és számos innovatív, a világhálón létrejövő lehetőség megvalósításához.

## AZ ELEMZÉS CÉLJA ÉS MÓDSZERE

Az elemzés célja, hogy az utóbbi évtizedben látható folyamatok nyomán rendelkezésre álló információk és tanulmányok birtokában elénk tárja az internetes kereskedelemben látható - az utóbbi éveket érintő - tendenciákat, a megjelenő új kihívásokat, az azokra adható válaszokat. Cél továbbá, hogy kitekintést adjon az e-kereskedelem gazdasági hatásainak jövőben várható alakulásáról, figyelembe véve a hazai és a nemzetközi szabályozások változásait is, különös tekintettel a közelmúltban bekövetkezett járványügyi hatásokra. Gazdaságpolitikai nézőpontból, az elemzést ilyen módon felhasználva a gazdaság szereplői konkrét példákon keresztül szembesüljenek a működésüket befolyásoló tényezőket, a szabályozási nehézségeket és azok kockázatait. Az elemzés mindeközben rövid kitekintést is ad az elmúlt évtized e-kereskedelemehez kapcsolódó legfontosabb technológiai újításokról, az internet szerepéről – a gazdaság digitális fejlődésének megközelítésével.

Az Állami Számvevőszék már évtizedek óta készíti a stratégiai és közpénzügyi szempontból kiemelt, a közpénzek felhasználása szempontjából fontos területeket értékelő elemzéseket és tanulmányokat. Elemzői szerepvállalását az ÁSZ tv. 5. § (13) bekezdése feladatként is rögzíti, mint a „jól irányított állam” működéséhez való hozzájárulást elősegítő tevékenységet. Tekintettel arra, hogy az e-kereskedelem szabályozásának és a gazdasági hatásainak változása közvetett és közvetlen hatással is bír a magyar költségvetésre nézve, fontos az indokok feltárása, a területek közötti összefüggések bemutatása és a trendek értékelése., Hasonlóan fontos következtetések, valamint a jövőre irányuló kitekintések megfogalmazása. A közpénzügyi nézőpont mozgatórugóinak számbavétele és az ösztönző, esetként akadályozó hatások, a makrogazdasági tényezők közvetlen együtthatóinak szempontjait is érintik.

A digitalizációs törekvések, a szélesedő internet-felhasználás determinálta az elemzés célrendszerét: választ keresünk a kérdésre, hogy a digitális fejlődés hogyan alakította át az internetes és e-kereskedelmi platformot, valamint az online vásárlási szektor tendenciáit az EU-ban, illetve hazánkban. Áttekinteni és elemezni kívánjuk, hogy a pandémia volt-e és milyen hatással az online vásárlások tendenciáira. Az elemzés az uniós és a hazai szabályozás területén történő értékelésének metódusát tekintve, körbe járja a digitális fejlődés e-kereskedelemeire vonatkozó jogi hátterét, a jogszabályok által meghatározott feltételeket, lehetőségeket és az egyre szélesebb körű, valamint újonnan jelentkező kockázatokat.

Az elemzés alapvetően a dokumentumelemzés módszerét alkalmazza, nyilvánosan elérhető és az ÁSZ rendelkezésére álló források feldolgozásával foglalja össze eredményeit, összegzi következtetéseit. A dokumentumelemzés módszerével dolgoztuk fel az ágazatot érintő jogszabályokat, a KSH által gyűjtött adatokat, összeállított statisztikákat. Ezen túlmenően az elemzés áttekinti és értékeli a digitális fejlődéshez és azok nemzetközi és nemzeti ösztönzéséhez kapcsolódó stratégiákat, beazonosítva azokat a tényezőket, amelyek a digitális fejlődés hajtóerejét, eszközrendszerét és platformját alapvetően meghatározzák.

Az elemzés készítése során szekunder piackutatási módszereket használtunk. A nyilvánosan hozzáférhető, aktuális szakirodalmi források mellett a megjelent publikációk, többek között az ÁSZ által korábbi időszakban készített elemzések adatait is figyelembe vettük. A témakörök feldolgozásánál az EU-t érintő adatok vonatkozásában a STATISTA, valamint az EUROSTAT, a hazai statisztikai adatokat érintően a KSH által közzétett kapcsolódó adatokat elemeztük, a digitális környezet - mint kiinduló adottság – értékelése kapcsán.

Az elemzés feldolgozza továbbá a témában elérhető, a téma szempontjából releváns tényezőkre vonatkozó- kutatások – többek között az adatvédelmi tudatosságra vonatkozóan, az NKE által végzett reprezentatív kutatás, valamint a pandémia hatásának az online vásárlásra, valamint a vásárlói attitűdök vonatkozásában végzett felmérések és kutatások eredményeit, illetve épít a területen elérhető hivatalos tájékoztatásokra is. A statisztikai adatok feldolgozását a leíró statisztikai elemzés eszközével végeztük.



Az elemzést korlátozó tényezők között számba kell venni a folyamatban lévő uniós és magyar harmonizációs jogszabályi változásokat, továbbá a nemzeti és nemzetközi stratégia-alkotás ehhez alkalmazkodó változásait és az adatsorok rövidegét egy indikálhatóan gyorsan változó pandémia sújtotta környezetben.

## 1. DIGITÁLIS FEJLŐDÉS

### 1.1. ÚJ TECHNOLÓGIÁK, RENDHAGYÓ FOLYAMATOK ÉS AZ INTERNET

Magyarországon az 1990-es évek elején a kereskedelmi internet szolgáltatás az akadémiai és egyetemi szféra részvételével indult útjára, majd néhány évvel később már a lakosság számára is megnyílt a lehetőség a szolgáltatás igénybevételére. Az ezt követő két évtizedben az internetes infrastruktúra óriási fejlődésen ment keresztül, míg elérte jelenlegi technológiai színvonalát. Napjainkra az adatátviteli sebesség növekedése mind a vezetékes, mind a mobil hálózatokon ugrásszerűen megnövekedett, új lehetőségek nyíltak. A Speedtest Global Index az internet sebessége alapján rangsorolta az országokat, ahol a vezetékes internet esetében Magyarország a nagyon előkelő 11-ik helyet foglalja el, alig lemaradva Franciaországtól. Az index összeállításához több százmillió ember adatait használták fel több mint 190 országból. „A mobil szélessáv tekintetében a 4G+ mobiltechnológiát felváltja az 5G, amely már a jövő technológiai változását vetíti előre (Gadics, 2017). Segítségével Magyarországon a 4G-vel elérhető letöltési sebesség hozzávetőlegesen tízszerese is elérhető. Az 5G technológia kétszer gyorsabb adatátvitelt biztosít, illetve magasabb fokú terhelhetőségével a meglévő hálózatok evolúciójaként további lehetőségek megvalósítására nyújt lehetőséget a valós idejű felhasználás széles spektrumán (Telekom, 2021). A hálózatok terjedése pedig lehetővé tette az online forgalom széles spektrumú és nagyobb volumenű lebonyolítását.

A számítógépes hálózatok, informatikai rendszerek fejlődése, a térben és időben egymástól távol eső felhasználói helyek különböző tipológiával összekapcsolt hálózatai által biztosíthatja számunkra a folyamatos online-létet, mind a munkahelyi, mind az otthoni tevékenységünk kapcsán. Bill Gates szavaival jellemezve az informatikai rendszerek működését: „Jelenlegi állapotát, képességeit a Ford T-modellhez hasonlíthatjuk, azaz elkövetkező néhány év olyan hatalmas fejlődést idéz majd elő, mint amekkora a T-modell és egy mai, F1-es versenyautó között mérhető le. Ha ez a fejlődés valóban ilyen dinamikusnak mutatkozik, akkor nem tehetjük meg, hogy nem foglalkozunk a hálózatokkal, különben az élet versenyautója elszáguld mellettünk, mi pedig a múlt szomorúan groteszk mementójaként álldogálunk majd tovább az információs szupersztráda szélén” (Szabó-Márföldi, 2011).

Magyarország az online fizetési szolgáltatások fejlesztése terén az információs szupersztrádán 2020-ban robusztus változáson ment keresztül. 2020. március 2-án elindult az azonnali fizetési rendszer (AFR), mely az utóbbi 30 év legnagyobb magyar pénzügyi innovációjának eredménye. <sup>1</sup> (MNB, 2021) Ez a rendszer lehetővé teszi, hogy a 10 millió forint alatt, elektronikus úton indított egyedi belföldi átutalások az év minden napján, 0-24 óráig, 5 másodperc alatt teljesüljenek, tehát az utalás szinte azonnal megjelenik a kereskedő számláján, ami az egész megrendelési folyamatot akár napokkal lecsökkentheti, aminek azért nagy a jelentősége, mert a hazai internetes vásárlók 71%-a legegyszerűbb fizetési módot keresi <sup>2</sup> (Németh, 2020a).

Minél komplexebbé válik a fizetési szolgáltatások piaca, annál jobban felértékelődik az egyszerű használat és a gyorsaság mellett a biztonság. A hazai internetes vásárlók 87%-nál a fizetési mód kiválasztásakor a legfontosabb szempont a biztonság <sup>3</sup> (Németh, 2020a). Az Európai Központi Bank statisztikája azt mutatja, hogy Magyarország a harmadik legbiztonságosabb ország az EU-ban, az elektronikus fizetésekkel kapcsolatban nagyon kevés visszaélés történik, a bankszektor kellőképpen felkészült a csalások kivédésére. A legtöbb csalás az internetes kártyás vásárlásoknál fordul elő<sup>4</sup> (Ivándi, 2020). 2021. január 1-jétől hazánkban az EU PSD2 irányelvnek megfelelően szigorodtak az előírások, a webes felületeken történő kártyás fizetésnél ún. erős

<sup>1</sup> MNB (2021): Sajtóközlemény: Egy éves az Azonnali Fizetési Rendszer

<https://www.mnb.hu/sajtooszoba/sajtokozlemenyek/2021-evi-sajtokozlemenyek/egy-eves-az-azonnali-fizetesi-rendszer>

<sup>2</sup> Németh M. (2020): Webshopod van? Összegyűjtöttünk 10 hasznos tudnivalót az elektronikus fizetés jövőjéről

<https://fintechzone.hu/webshopod-van-osszegyujtottunk-10-hasznos-tudnivalot-az-elektronikus-fizetes-jovojerol/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

<sup>3</sup> Németh M. (2020): Webshopod van? Összegyűjtöttünk 10 hasznos tudnivalót az elektronikus fizetés jövőjéről <https://fintechzone.hu/webshopod-van-osszegyujtottunk-10-hasznos-tudnivalot-az-elektronikus-fizetes-jovojerol/>

Letöltés dátuma: 2021.09.24.

<sup>4</sup> Iváncsi-Szabó B. (2020): 2021-től változik a kártyás fizetés a netes vásárlások esetében

<https://24.hu/belfold/2020/10/07/internet-es-vasarlas-bankkartya-valtozas-2021/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

ügyfelhitelesítésre (SCA) van szükség, mely biztosítja, hogy bárhol is történik a vásárlás, a kártya használó tára jogosult személy hitelesíti a tranzakciót (SMS-kóddal, tokenel, e-mail visszaigazolással, vagy éppen banki hitelesítő kóddal stb.)

Az azonnali fizetési rendszer és az online fizetések biztonságát szolgáló erős ügyfelhitelesítés számos további új online és mobilfizetési megoldásnak ad alapot<sup>5</sup> (Németh, 2019). Amikor mobilfizetésre gondolunk, akkor valószínűleg bankkártyás fizetésről beszélünk, annál azonban biztonságosabb, mivel a telefon nem tárolja a bankkártya adatait, hanem egy virtuális kártyaszámmal történik a fizetési művelet<sup>6</sup> (Sándorfi, 2019). Az okostelefon, mint digitális pénztárca használata egyre elterjedtebb a világon, a mobilfizetési megoldások (pl. PayPal) évente több trillió USD forgalmat bonyolítanak<sup>7</sup> (Gábor, 2019). Hazánkban még viszonylag kevesen használják, de a 2019-es adatok 320%-os növekedést mutatnak 2018-hoz képest, tehát ezen a területen is várhatóan robbanásszerűen jön meg az áttörés. 2019-ben meghaladta az 500 ezret a mobiltárcákba regisztrált hazai kibocsátású fizetési kártyák száma, a hazai fizetési kártyákkal bonyolított fizetések darabszámának 3%-a (30 millió tranzakció), értékének 2%-a (156 milliárd forint) történt hazai mobiltárcákon keresztül. Vizsgálataink alapján itt azonban szükséges bemutatni a 2020. szeptember 30-án forgalomban lévő készpénzállomány értékét, ami 6925 milliárd forintot tett ki<sup>8</sup> (Csiki, 2020). A fejlődésnek tehát van tere, amit a jegybankok is ösztönöznek.

Fontos megemlíteni, hogy a technológiai fejlődés, az ügyfélmegelégedés felértékelődése és a szabályozó intézkedéseknek köszönhetően rövid idő alatt több száz millió ügyfél vált a digitális pénztárcák felhasználóivá. A bankkártyaadatok közvetlen megadása nélkül fizethetünk az úgynevezett digitális pénztárca megoldással, melynek azért van jelentősége, mert az internetes fizetés során a webshop felületén elegendő a „digitális pénztárcával” fizetési lehetőséget választani és a digitális pénztárca szolgáltatója adja át biztonságos csatornán keresztül a kereskedő fizetési szolgáltatójának a fizetéshez szükséges egyszer használatos tokeneket, amiket hiába szereznének meg az illetéktelenek, azokból a bankkártyaadatok nem visszafejthetők. Az ilyen fizetési eszköz és platform kombináció tehát garantálja a biztonságot, ezért várhatóan egyre népszerűbbé válik.

1. sz. ábra – Grafika a techipar, az e-kereskedelem, a szabályozás fogalmairól



Forrás: ÁSZ szerkesztés

<sup>5</sup> Németh M. (2019): Miért nagy lépés az azonnali fizetési rendszer bevezetése? <https://fintechzone.hu/miert-nagy-lepes-az-azonnali-fizetesi-rendszer-bevezetese-exkluziv-interju/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

<sup>6</sup> Sándorfi Z. (2019): Miért szuper dolog a mobilfizetés? Bankmonitor <https://bankmonitor.hu/cikk/miert-szuper-dolog-a-mobilfizetes/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

<sup>7</sup> Gábor L. (2019): Van már alternatívája a bankkártyának, de még kevesen használják <https://www.origo.hu/gazdasag/20190226-va-nna-k-mar-alternativa-i-a-bankkartyanak-de-meg-kevesen-hasznaljak.html> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

<sup>8</sup> Csiki G. (2020) Megszólalt az MNB a hazai készpénzállományról: nincs szükség azonnali beavatkozásra <https://www.portfolio.hu/bank/20201014/megszolalt-a-z-mnb-a-hazai-keszpenzallomanyrol-nincs-szukseg-az-azonnali-beavatkozásra-452882> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

## 1.2. INTERNETES ELŐFIZETÉSEK ALAKULÁSA, INTERNET HASZNÁLAT

Az utóbbi évek digitális fejlődése a gazdaság és a társadalom legtöbb területén érezteti hatását. A társadalom egyik elengedhetetlen eszköze az internet lett, amely lehetővé teszi a közigazgatási ügyintézés, a banki szolgáltatások igénybevételét, a vásárlást, az információ szerzést vagy akár a nem helyhez kötött munkavégzést.

Az internetes infrastruktúra, ezen belül az internet-elérés fokozására a 2005-2013 időtáv vonatkozásában Nemzeti Szélessávú Stratégia került elfogadásra, amely a digitális felzárkóztatás területén, többek között a szélessávú internet penetráció növelését, valamint a lakossági szélessávú internet hozzáférés lefedettségi szintjének emelését tűzte ki célul (Nyerges, 2005).

A KSH 2019-es felmérése alapján az internethasználók többsége leginkább levelezésre, áruk vagy szolgáltatásokról történő információszerzésre, közösségi oldalak használatára, üzenetküldésre használja az internetet, illetve az utóbbi években kiemelkedően nőtt az internetes telefonálás vagy videómegosztásban résztvevők száma is. 2020-tól a koronavírus által gyakorolt hatás láthatóan átalakította a kommunikációs, infokommunikációs szokásainkat s egyre jelentősebb lett a digitalizáció a társadalomban és a gazdaságban egyaránt (KSH, 2019).

Az internetet a háztartások kétféle módon tudják igénybe venni: a helyhez kötött vezetékes szolgáltatás, illetve a vezeték nélküli (főként 98,2%-ban mobilinternet) szolgáltatás révén. A várakozásokat messze felülmúló fejlődés, hogy a kétezres évek elejétől a vezeték nélküli elérések száma a 120-szorosára nőtt meg hazánkban (1. sz. ábra; KSH, 12.1.1.7.).

A XXI. században a digitalizáció minden ágazatban megjelenik és a fogyasztóknak egyik legfontosabb igénye, hogy bármikor és bárhol rácsatlakozhassanak az internetre, ezt igazolja az is, hogy 2011-től a mobilinternet a leginkább igénybe vett formája az internet elérhetőségnek. A felgyorsult társadalom az információk gyors elavulását generálja, így mindenki első között szeretne az információkhoz hozzáférni, melyhez az e-kereskedelem is alkalmazkodott a rövid ideig elérhető – akár egy napos – akciókkal.

Az internethálózat növekedése teret biztosított az információ és termékek hozzáférhetőségéhez, ezáltal megalapozta az e-kereskedelem elterjedésének lehetőségét. A következő fejezetben megismerhetjük az e-kereskedelem alakulását és az arra ható tényezőket.

Az internet-elérések támogatására a DJP keretein belül a 2017-ben bevezetésre került Digitális Jóléti Alapcsomag társadalompolitikai célokat is szolgál azáltal, hogy a társadalom azon rétegei számára biztosít kedvezményes internet-elérési konstrukciót, akik pénzügyi érzékenységre miatt nem éltek az internet-előfizetés lehetőségével (DJP 2.0.). Ennek továbbvitele a DJP 2.0 stratégiai dokumentum keretein belül megtörtént a Digitális Jóléti Alapcsomag nyomán követésének, valamint módosításainak, kiterjesztésének lehetőségeivel. Továbbá kiegészült a digitális hálózatelérést biztosító Szupergyors Internet Program hálózati infrastruktúra fejlesztési törekvésekkel, amelyek szintén hozzájárulhatnak az internet-előfizetések számának növeléséhez (DJP 2.0.).

Az internet hozzáférés kiterjesztésével a társadalom széles köre előtt megnyílt a lehetőség az elektronikus szolgáltatások igénybevételére. Az elektronikus közigazgatási szolgáltatások közül legismertebb rendszert, az e-szja-t a NAV már 2017-re kifejlesztette, 2019-ben webes felületen 1,4 millió adózó teljesítette az szja-bevallási kötelezettségét<sup>9</sup> (Járdi, 2021). Az e-recept alapjául szolgáló elektronikus egészségügyi szolgáltatási téről szóló rendelet<sup>10</sup> 2016. december 22. napján lépett hatályba, a rendszert jelenleg több mint 26 ezer orvos, illetve több mint 13 ezer gyógyszerértékesítő dolgozó használja<sup>11</sup> (Illés, 2020). A Kormány a Digitális Jólét

<sup>9</sup> Járdi R. Egyre népszerűbb az eSZJA (Világ gazdaság) 2021.03.19

<https://www.vg.hu/vilag-gazdasag-magyar-gazdasag/2021/03/egyre-nepszerubb-az-eszja-2> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

<sup>10</sup> 39/2016. (XII. 21.) EMMI rendelet - az Elektronikus Egészségügyi Szolgáltatási Térrel kapcsolatos részletes szabályokról

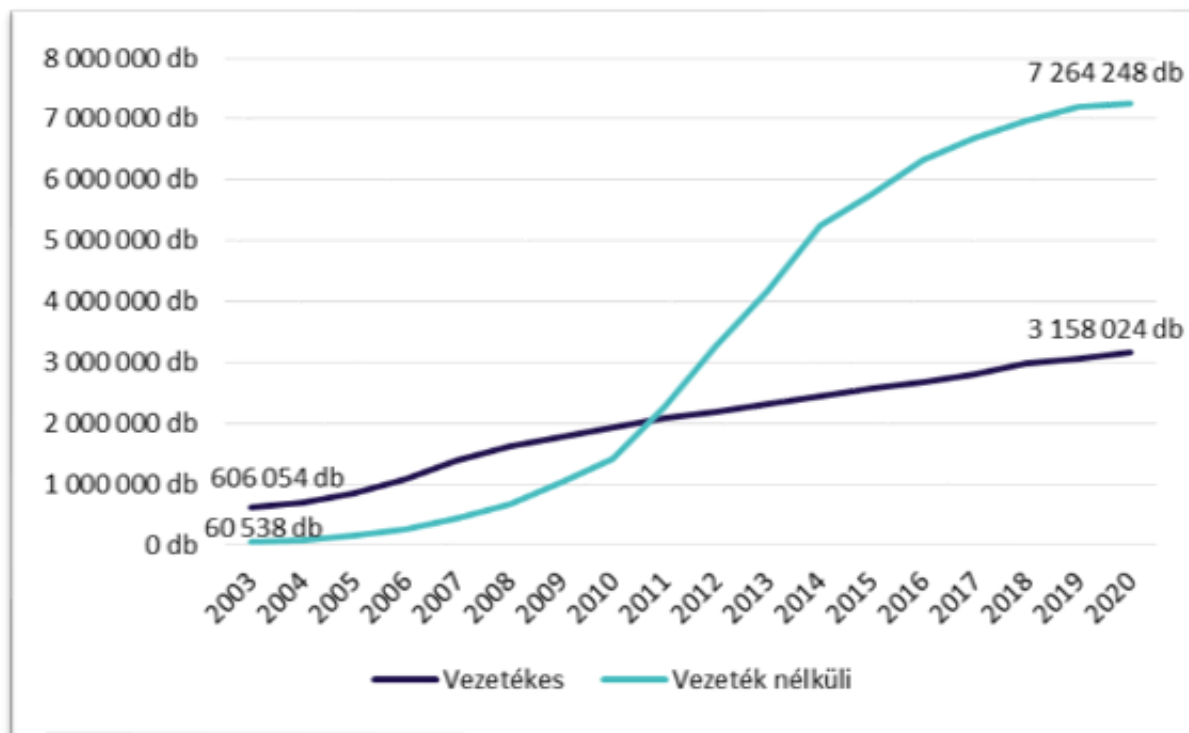
<sup>11</sup> Illés A. Hamarosan eltűnnek a papíralapú receptek (Házipatika.com) 2020. január 29.

<https://www.hazipatika.com/napi-egeszseg/orvosnal/cikkek/hamarosan-eltunnek-a-papiralapu-receptek/20200129104224> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

Program keretében 2016 októberében fogadta el Magyarország Digitális Oktatási Stratégiáját, a digitális oktatás kiterjesztése már évek óta az oktatásügy egyik legfontosabb feladata<sup>12</sup> (Nagy, 2021).

Látható, hogy az internet hozzáférés bővülése az elektronikus szolgáltatások térnyerésének hajtóereje volt, többek között ez tette lehetővé a járvány berobbanásával a gyors átállást, akár az otthoni munkára, akár az online oktatásra. Az Európai Bizottság 2020. decemberében kiadott, a digitális gazdaság és társadalom fejlettségét mérő mutató (DESI), 2020. c. jelentése szerint Magyarország 2020-ban a digitális infrastruktúra tekintetében a hetedik helyen, az uniós átlag fölött állt az EU-s országok között<sup>13</sup> (Flór, 2021).

2. sz. ábra – Internet-előfizetések száma hozzáférési szolgáltatások típusa szerint Magyarországon



Forrás: KSH 12.1.1.7., ÁSZ szerkesztés

2020-ra a vezeték nélküli internet szolgáltatások száma lett a legjelentősebb, amely több mint négyszerese a 2010-es adatának, így elérte a 7,26 millió előfizetést. A vezetékes előfizetések száma 2020-ra kisebb mértékben növekedett (63,25%-kal több) 2010-hez képest, amely 3,16 millió előfizetést jelentett év végére (KSH, 12.1.1.7.).

A KSH felmérése alapján a háztartások internet-hozzáférése szoros összefüggést mutat a háztartások havi nettó jövedelmével, mely szerint a magasabb jövedelemmel rendelkezők nagyobb arányban használják az internetet, mint a szegényebb háztartások. A 2020-as felmérésben a magasabb keresettel rendelkező háztartások majdnem mindegyike rendelkezett internet-hozzáféréssel, azonban ahogy csökkentek a kereseti szintek, úgy csökkent a háztartások internet-hozzáféréseinek aránya is. A legalacsonyabb hozzáféréssel a 150 ezer forint alatt keresők rendelkeztek, ahol már csak a háztartások 60,7%-a rendelkezett digitális infrastruktúrával (2. sz. ábra; KSH, 2021).

Azok a háztartások, amelyek nem rendelkeznek internet-hozzáféréssel leginkább a szükség hiányát („valóban van-e rá szükségem, mire használnám?”) és a digitális képességek, ismeretek hiányát jelölték meg a

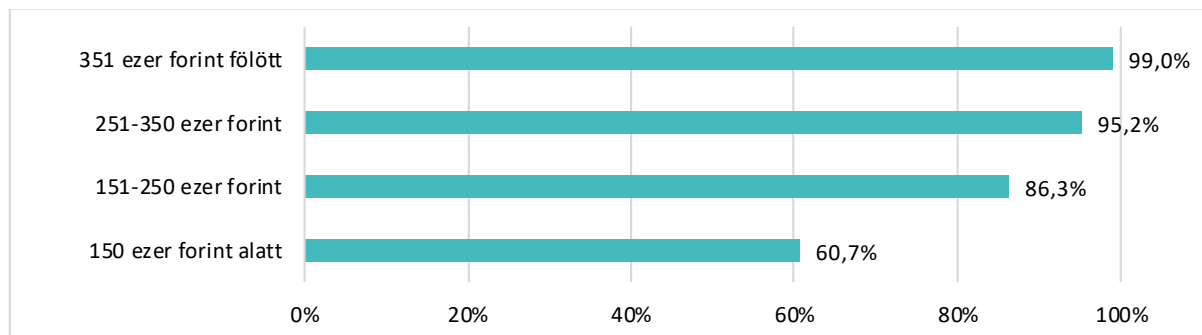
<sup>12</sup> Nagy B. Hamar visszatérhet a digitális oktatás Magyarországon: a szakértő szerint ezekre érdemes felkészülni 2021.09.07. <https://www.penzcentrum.hu/oktat/20210907/hamar-visszaterhet-a-digitalis-oktat-as-magyarorszag-on-a-szakerto-szerint-ezekre-erdemes-felkeszulni-1117568> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

<sup>13</sup> Flór N. Magyarország élen jár az internet hozzáférés tekintetében az Európai Unióban (Oeconomus Gazdaságkutató Alapítvány 2021.01.07) <http://www.oconomus.hu/oecofocus/magyarorszag-elen-jar-az-internet-hozzaferes-tekineteben-az-europai-unio-ban/> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

szolgáltatás igénybevételének hiányaként, majd harmadik tényezőként jelent meg a túl drága csatlakozási- és eszközkiadás (KSH, 2019).

A magán célú internetezők 2020-ban leginkább (90%-uk) a termékekkel vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos információk keresésére vették igénybe az internetet, – amely 10%-kal meghaladta az EU átlagot is, – azonban kiemelkedően magas arányban vették igénybe e-mail küldésre, csevegésre, közösségi oldalak használatára, híroldalak olvasására és internetes telefonálásra, amely mind 80% feletti részvételt mutatott, ezzel is felülmúlva az EU átlagot.

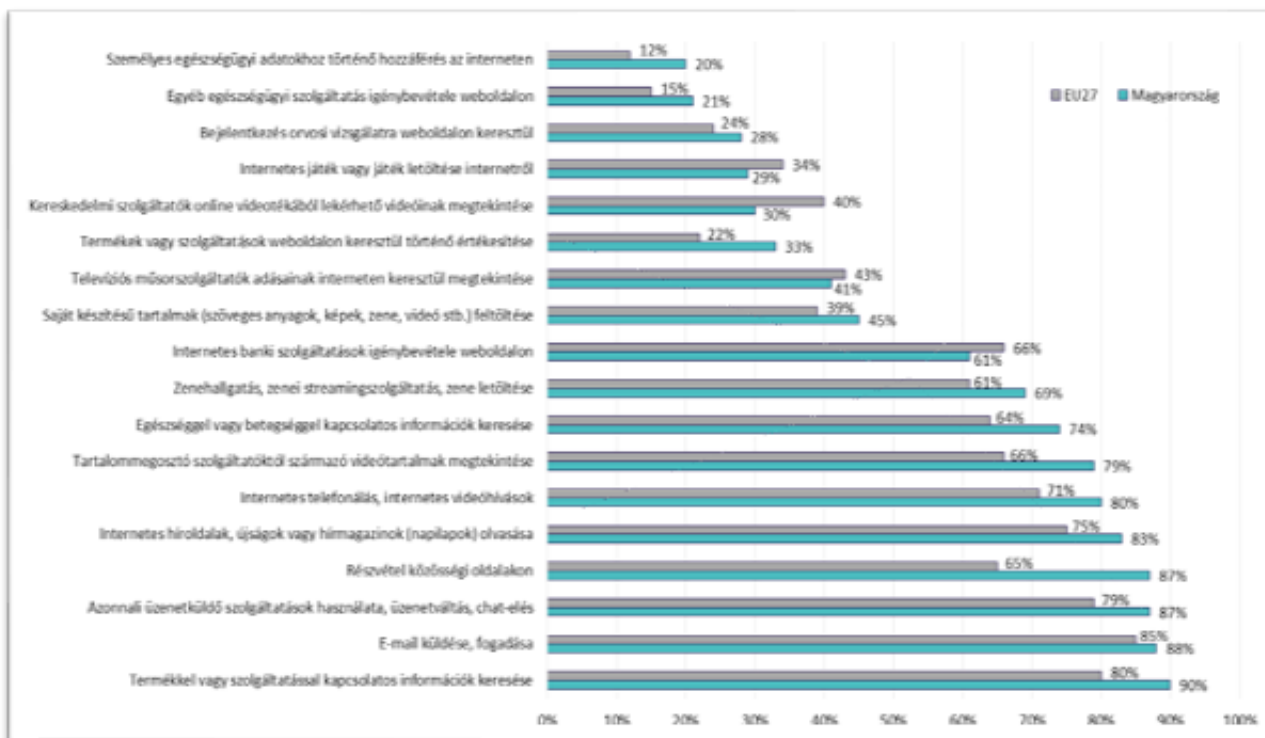
3. sz. ábra – Az internettel rendelkező háztartások aránya jövedelmekategóriák szerint 2020-ban



\*az adott fizetési csoport összlétszámához viszonyított arány  
Forrás: KSH (2021), ÁSZ szerkesztés

Hazánkban – az EU átlaghoz viszonyítva – kevésbé közkedvelt az online felület internetes banki szolgáltatásra, saját készítésű tartalmak feltöltésére vagy online műsorszolgáltatások igénybevételére használni. Viszont a pandémia hatására Magyarországon ugrásszerűen megnőtt az egészségügyi szolgáltatásokra vonatkozó internethasználat (bejelentkezés orvosi vizsgálatra, egészségügyi szolgáltatás igénybevétele, vagy személyes egészségügyi adatok lekérdezése), amellyel átlagosan 5%-kal használták az internetezők többet erre a célra a világhálót (3. sz. ábra; KSH, 2019; 2020a).

4. sz. ábra – A világhálón magán célból végzett tevékenységek aránya a gyakori internetezők körében Magyarországon és az EU-ban (2020, %)



Forrás: KSH (2020; 2021), ÁSZ szerkesztés

A weboldalak látogatottságának valamivel több, mint kétharmadát (70%-át) okostelefonokról bonyolítják a vásárlók, azonban 2020-ban növekedést mutattak a számítógépes és táblagépes látogatások is. Az online vásárlások üteme is egyre inkább az okostelefonokon megy végbe, azonban az effajta vásárlás Dél-Koreában és Ázsiában a legkedveltebb, ahol az online vásárlások 65%-a valósul meg okostelefonon keresztül. A vásárlást megelőzően átlagosan hat terméket néznek meg a fogyasztók, mire döntenek a termékek megvásárlásáról, azonban a vásárlási folyamatok többsége nem végződik tényleges vásárlással, tekintve, hogy 2020-ban a kosárelhagyási arány<sup>14</sup> 90%-os volt (Coppola, 2021).

---

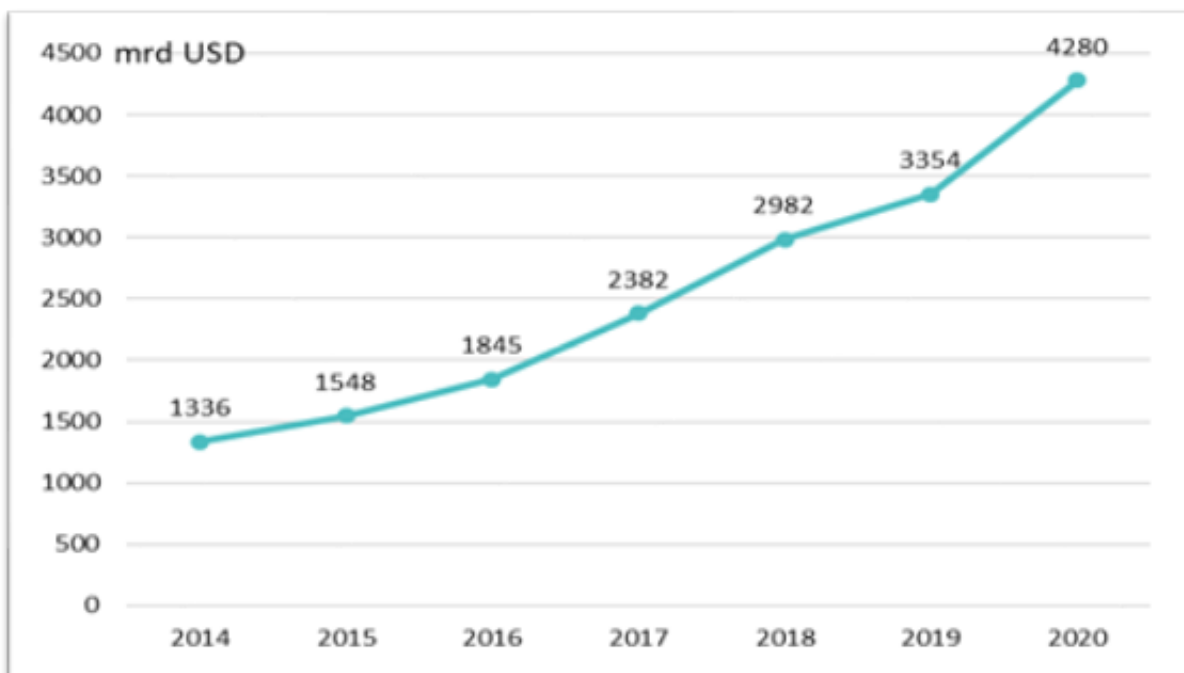
<sup>14</sup> Az a folyamat, amikor az online vásárlás során a fogyasztó berak egy terméket a kosarába, azonban végül nem fejezi be a vásárlást.

## 2. E-KERESKEDELEM ÉS A VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ÁTALAKULÁSA

### 2.1. ONLINE VÁSÁRLÁS ÉS E-KERESKEDELEM NEMZETKÖZI ÉS HAZAI TENDENCIÁI

Az utóbbi években világszerte a digitalizációnak és az internet-hozzáférések növekedésének köszönhetően az e-kereskedelem jelentős fejlődésen ment keresztül, amely közben a kiskereskedelem nélkülözhetetlen eszközévé is vált. A digitális vásárlók száma folyamatosan növekszik, amely 2020-ra meghaladta a kétmilliárd főt és a volumene elérte a 4,3 mrd USD-t. (5.sz. ábra) 2014 és 2020 között az e-kereskedelmi forgalom megháromszorozódott, az utóbbi években a legjelentősebb növekedés Argentína esetében volt mérhető. A legkiugróbb növekedés 2019-ről 2020-ra volt megfigyelhető, aminek oka a pandémia megjelenése volt, melynek hatására – a korlátozások miatt – a fogyasztók egyes szükségleteik egy meghatározó részét csak az online tér által biztosított lehetőségeken keresztül tudták kielégíteni (Coppola, 2021).

5. sz. ábra – A kiskereskedelmi e-kereskedelmi forgalom világszerte 2014 és 2020 között



Forrás: (Coppola 2021), ÁSZ szerkesztés

Évről évre mind az EU-n, mind az EFTA-n belül növekszik azon vállalkozások száma, amelyek kereskedelmi üket online (is) folytatják. Átlagosan 2011-ben a vállalkozások 13%-a folytatott az EU-n belül e-kereskedelmet, amely 2020-ra 5%-kal növekedett. A növekedés Izland, Norvégia, Németország és Luxemburg kivételével minden ország esetében tapasztalható volt. 2011-ben a vállalkozások átlagosan 13%-a folytatott az EU-n belül e-kereskedelmet, amely 4%-kal növekedett 2020-ra, azonban ezzel még az EU átlag alatt helyezkedünk el. Legnagyobb e-kereskedelmi aránnyal – az EU-ban – Dánia rendelkezett 2020-ban, ahol a vállalkozások egyharmada folytatott ilyen típusú értékesítést, míg a legkisebb aránnyal Bulgária rendelkezett, ahol 8% körüli ez az arány. Annak ellenére, hogy hazánk az EU átlag alatt helyezkedik el az e-kereskedelem szereplőinek arányában, a forgalmuk jelentősen meghaladja az EU-átlagot. A vállalkozások e-kereskedelmi forgalmának arányát tekintve hazánk 2011 óta minden évben az EU átlag feletti arányban teljesített. 2011-ben az EU átlag 13% volt, míg Hazánkban 19%, 2020-ban az EU átlag 20%-ot ért el, míg hazánk e-kereskedelmi aránya 23%-os szinten teljesült. A legnagyobb – közel 50%-os – forgalmi aránnyal Írország rendelkezett 2020-ban, míg a legkisebb forgalmi arány Görögország esetében volt mérhető (4%) (1. függelék; Eurostat, 2020b, 2020c).

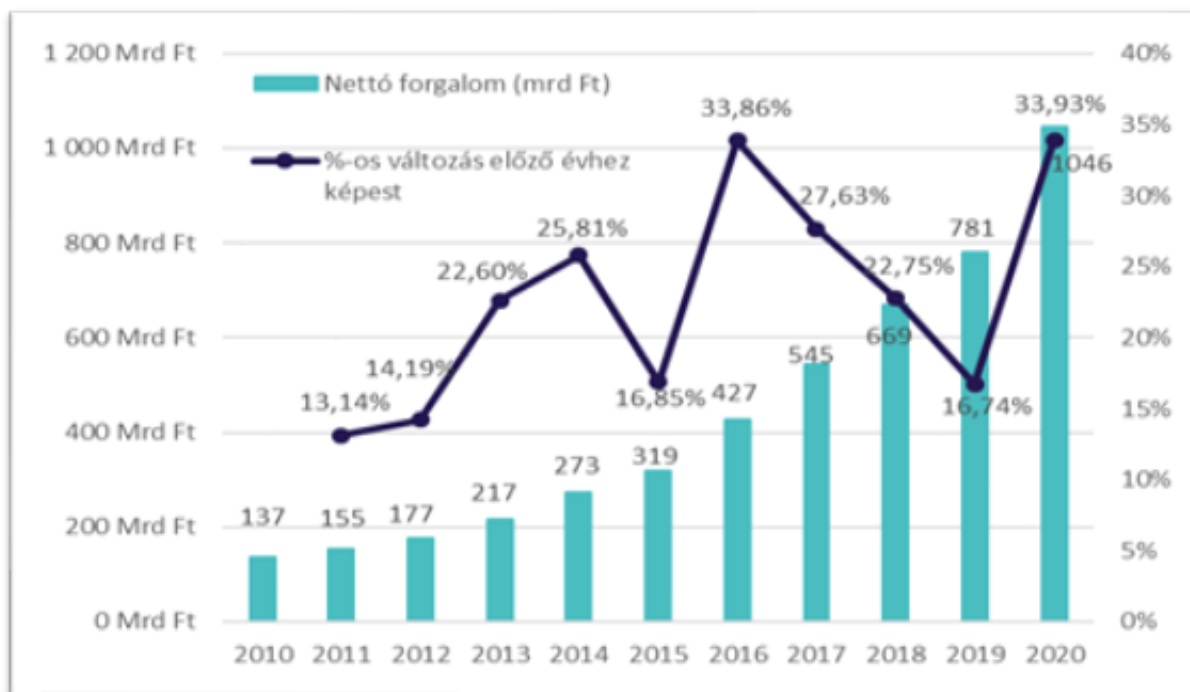


A GKI Digital felmérése szerint a magyarországi e-kereskedelem 2021. I. félévében mintegy egyharmados bővülést produkált: ebben az időszakban 494 Mrd Ft összegű belföldi forgalmat bonyolított. A 2021. I. negyedévi adat volt eddig a legkiemelkedőbb, amikor – az előző év azonos időszakához viszonyítva – az e-kereskedelem forgalma 43,7%-os növekedést generált. Ez többek között az online tranzakcióknak több, mint egyharmaddal történő növekedése mellett az egy főre vetített vásárlási gyakoriság emelkedéséből adódik. A tranzakciókat a termékpaletta folyamatos bővülése, mellett a korlátozások feloldása után is töretlenül növekvő tendencia jellemzi (Hevesi, 2021).

Az online áruházak nettó forgalma Magyarországon elsősorban 2016-ban és 2020-ban mutat kiugró növekedést. (6. sz. ábra) A 2020-as forgalomnövekedés a pandémia hatása, amikor a fogyasztók – a korlátozó intézkedések miatt – csak interneten keresztül tudták szükségleteiket kielégíteni, illetve a pandémia megjelenésekor (2020. márciusában) a fogyasztók pánikszerű vásárlásba kezdtek (Géró, 2020). A pandémia idején a legnagyobb forgalmú termékkategóriák a számítástechnikai eszközök, a ruházat, valamint a szórakoztató elektronika volt. A jelenség megalapozott, hiszen a járvány miatti korlátozások okán nőtt az otthoni munkavégzők, és a távoktatásba kényszerülők száma, ami nyilvánvalóan igényelte a szélesebb számítástechnikai eszközellátottságot (Reacty Digital, 2021). Azonban a 2016. évi növekedésre egyértelmű hatás nem azonosítható, Géró publikációja szerint a forgalomnövekedést indukálhatták az ebben az időszakban a piaci környezetben bekövetkezett változások, többek között új piacra lépő jelentős nemzetközi szereplők megjelenése a hazai online piacon, továbbá a Nemzetgazdasági Minisztérium által meghirdetett e-kereskedelmi stratégiát segítő fejlesztési támogatások (Géró, 2020).

Felmerül a kérdés, hogy ez a növekedési ütem meddig fokozható, meddig tartható fenn? Ezt egyértelműen meghatározni nem lehet, tekintve, hogy a pandémiának még nincs vége, illetve a fejlődési potenciál is jelentős hazánkban, tekintve, hogy 2020-ban a hazai vállalkozások 14%-a folytatott e-kereskedelmet, amelynek volumene 23% volt a teljes kereskedelmi forgalmukhoz viszonyítva. Ezek az arányok már napjainkban más országokban megközelítik az 50%-ot, így várható, hogy ez hazánkra is jellemző lehet, nem számolva a jövőbeni fokozó hatásokkal (1. sz. függelék).

6. sz. ábra – Az online áruházak nettó forgalmának alakulása Magyarországon 2010 és 2020 között



Forrás: Reacty Digital (2021), ÁSZ szerkesztés

A 2021. I. félévében látható online vásárlói számának állandó jellege és az ehhez társuló vásárlási tranzakciószám növekedés továbbra is azt erősíti, hogy egyre több dolgot vesznek a fogyasztók az interneten annak ellenére, hogy ebben az időszakban a járványügyi korlátozások is jelentős enyhülést mutattak, így lehetőség

nyílt az offline vásárlásra is. A fogyasztók továbbra is műszaki cikkeket rendeltek leginkább, azonban az élelmiszerek, barkács és lakásfelszerelési cikkek vásárlásának növekedése meghaladta a 30%-ot. Ez utóbbiakat a Kormány otthon-felújítási programja - 2021. január 1-től - tovább élénkíti. A járvány hatására az ázsiai termelések visszaestek, illetve a nemzetközi tengeri szállítmány is akadozott, így jelenleg áruhiánnyal találkozhatnak a fogyasztók. Ennek hatására a raktározott termékek száma csökken, a növekvő kereslet növeli az értékesítési árat, illetve a beszerzési idők is hosszabbodnak (Hevesi, 2021). A gazdaságélénkítő programok a kereskedelmen belül már nem csak az offline forgalmat fokozzák, hanem jelentősebben élénkítik az online forgalmat is, tekintve, hogy az áruhiány és a növekvő árak az online tér előnyeit erősítik fel, amelyek a kedvezőbb árakban és a termékélérhetőségben öltének testet.



**A digitális vásárlások száma, ezzel párhuzamosan az e-kereskedelmi forgalom exponenciálisan növekszik, utóbbi az elmúlt közel hét évben megháromszorozódott. Hazánk az e-kereskedelmet folytató vállalkozások szempontjából az EU átlag alatt helyezkedik el. Figyelemre méltó, hogy ennek ellenére az e-kereskedelmet folytató vállalkozások forgalma jelentősen meghaladja az EU átlagot. Az e-kereskedelem töretlen fejlődését mutatja, hogy 2021. I. félévében a pandémiás helyzet enyhülésével, tehát az offline kereskedelem igénybevétele lehetőségének bővülése mellett is tovább növekedett az e-kereskedelmi tranzakciók volumene.**

## 2.2. AZ ELEKTRONIKUS KERESKEDELMET FOLYTATÓ SZEREPLŐK HAZAI ÉS NEMZETKÖZI SZINTEN

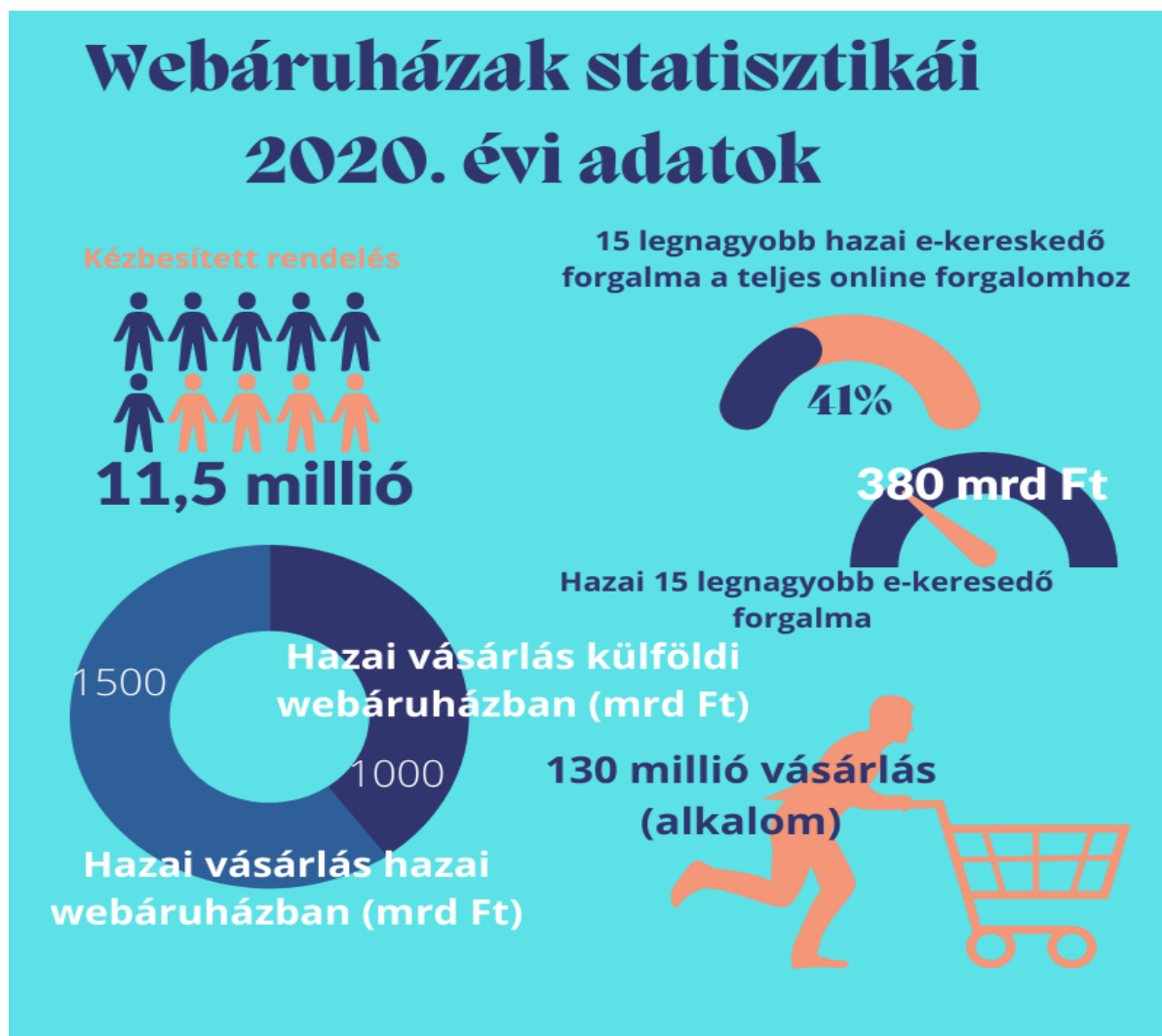
Az online vásárlás és az e-kereskedelem elemzésekor nem hagyható el a szereplők és platformok azonosítása, azok áttanulmányozása sem.

A techipari óriáscégek az Amazon kivételével jellemzően nem kizárólag kereskedelmi tevékenységet folytatnak, hanem egyfajta platformot szolgáltatnak a technológia fejlesztések mentén, akár a kereskedelemnek is. Például a Google többek közt keresőfelületet, a Facebook a közösség hálózat keretén belül akár reklámfelületet és közvetlen marketinget, az Apple fejleszt, tervez, gyárt és forgalmaz fogyasztói elektronikai termékeket és szoftvereket és ezekhez kapcsolódó felhő-szolgáltatásokat, a Microsoft pedig a világ legnagyobb szoftvervállalata. A példák csak a legjelentősebb szereplőket sorolják, de sorra vehetőek nemzetközi szinten a világ egyéb technológiai nagyvállalatai is.

A kizárólag a kereskedelemre koncentráló webáruházak, mint a hazánkban népszerű Alibaba és még nagyobb versenytársa, de nálunk kevésbé ismert a JD.COM, az EBAY vagy Rakuten, de akár a Home Depot egymással versengve nőik túl az előző éves és a tervezett forgalmakat.

Ha a piac hasonló szegmensét hazai viszonylatokban vizsgáljuk, a tendenciák teljesen paralel módon követik a nemzetközi változásokat.

7. sz. ábra – Webáruházak statisztikái 2020.évi adatok



Forrás: GKI Digital (2021), ÁSZ szerkesztés

A hazai webáruházak, mint kiskereskedelmi platformok számának dinamikus növekedése minden statisztikai adtból kitűnik. A webáruházak számára vonatkozóan azonban csak nem egységes, és legfőképpen nem publikus módszertan alapján készült bizonytalan becslések állnak rendelkezésre. Az információk alapján azonban annyi kimondható, hogy a webáruházak száma nagyságrendileg 15 ezerre tehető. Az egyetlen közös pont ezekben az adatgyűjtésekben, hogy mindazokat a szereplőkkel számolnak, akik fogyasztóik számára lehetővé teszik az elektronikus vásárlást is. Áttekintve e tendenciák a nemzetközi aspektusát, kimondható, hogy a digitális gazdaság egyre növekvő részét képezi az EU-ban is a globális digitális platformokon keresztül folytatott kereskedelem.

## 8. sz. ábra – A legnagyobb forgalmú online kereskedők forgalma 2020



Forrás: GKI Digital (2021)

Érdekes, hogy a köznyelvben számos olyan online kereskedői márka van jelen, amely a fogyasztók szemszögéből nézve magyar online kereskedő, miközben a gyakorlatban nem hazai tulajdonú (pl About You), nem klasszikus kereskedelemmel, hanem akár közvetítéssel foglalkozik, mint a Jófogás, vagy éppen nemzetközi szinten a cég szempontjából a magyar piac olyan elenyésző forgalmat produkál, hogy azzal a globálisan értékesítő óriás nem számol, arra stratégiát egyáltalán nem épít (Aliexpressz)

Az online és offline értékesítés vonatkozásában azonban fontos beszélni a megváltozott szerepkörökről és funkciókról is. A koronavírus okozta korlátozások és a már taglalt megváltozott fogyasztói szokások megmutatták, hogy az összetett, ún. többcsatornás működés megvalósítása lehet az új a forgalmak növekedése felé. Az egységes vásárlói élmény érdekében az online és offline értékesítési csatornák között eltűnőben van az alá-fölé rendeltségi viszony, és az egymással szembeni versenyzetés helyett inkább az integrációra és az átjárhatóság megteremtésére, javítására törekszenek a kereskedők. (GKI Digital, 2021)

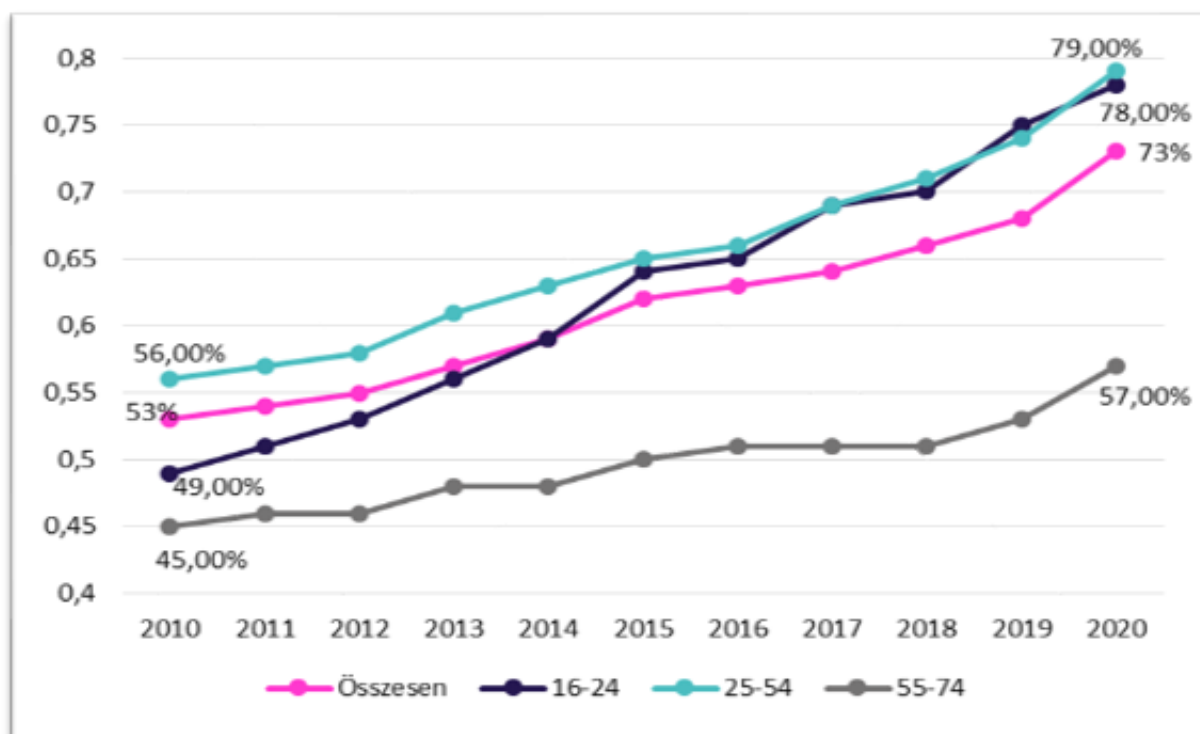
Más szavakkal: **egyrészt azoknak a kereskedőknek van jövője, akik a hagyományos offline vagy bolti értékesítés mellett elérhetővé teszik termékeiket online is. Ugyanakkor a vásárlói élmények megtartása (és persze egyes szegmensek sajátossága okán) miatt a bolti értékesítést is fenntartják. Ezzel felkészülnek mind a változó társadalom és generációs fejlődés elvárásaira, és egyben a világszintű, kereskedelmet és gazdaságot befolyásoló folyamatokra is. A két szegmens közti átjárhatóság a kulcsa a hosszú távú fennmaradásnak.**



## 2.3. VÁSÁRLÓI SZOKÁSOK AZ EU-BAN ÉS HAZÁNKBAN

Az Eurostat adatai alapján 2020-ban az EU-ban leggyakrabban - közel azonos mértékben - a 16-24, illetve a 25-54 közötti korosztály vásárolt online. A legjelentősebb növekedés az 55-74 éves korosztály esetében volt tapasztalható (7. sz. ábra). Ennek oka lehet a pandémia miatt kialakult helyzet, illetve korlátozások, amelyek következtében ez a korosztály is kénytelen volt az e-kereskedelmi platformot igénybe venni. Összességében az internetezők online vásárlásában résztvevők aránya 20%-kal nőtt 2010-hez képest. Az EUROSTAT felmérésben részt vettek elmondták, hogy azért részesítik előnyben az e-kereskedelmet, mert bárhol, bármikor kényelmesen tudnak vásárolni, szélesebb termékválasztékhoz férhetnek hozzá, illetve össze tudják hasonlítani az árakat és meg tudják osztani véleményüket más fogyasztókkal.

9. sz. ábra – Online vásárlók korcsoport szerinti aránya 2010-2020 között az EU-ban\*



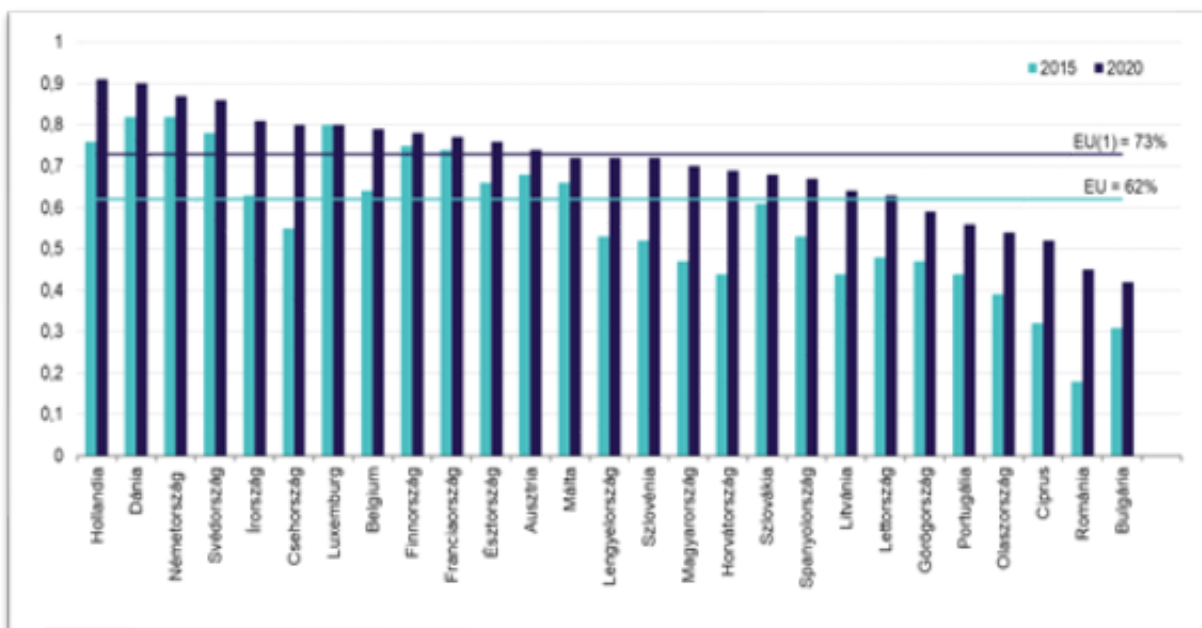
\*(magán célra vásárolt termékek vagy szolgáltatások)

Forrás: Eurostat (2020a), ÁSZ szerkesztés

Az online vásárlások aránya a tagországok között jelentősen eltérő volt 2015-ben és 2020-ban. Hazánkban 2015-ben az online vásárlók aránya jelentősen az EU átlag alatt volt, azonban 2020-ra Magyarország megközelítette az EU átlagot (8. sz. ábra; Eurostat, 2020a). A jelentős növekedés a gazdaságélénkítő programoknak (Növekedési és Hitelprogram, Versenyképességi Program, Nemzeti Reform Program, stb.), a digitalizáció és az internet-elérhetőség javításának elősegítése érdekében meghirdetett állami támogatásoknak (többek között a Széchenyi terv, Ipar 4.0, Irinyi Terv, Magyar Információs Társadalom Stratégia (MITS, 2003), Nemzeti Szélessávú Stratégia (2005-2013), Nemzeti Információs Társadalom Stratégia (NITS), Nemzeti Infokommunikációs Stratégia (NIS, 2014-2020) vagy a Digitális Jóléti Alapcsomag) volt köszönhető, amelyet tovább fokozott a bankolási szokások fejlődése és a pandémia megjelenése is.

A bankolási szokások fejlesztését célozza a DJP2.0 keretein belül kidolgozott Fintech Stratégia is, amely a hazai pénzügyi szektor digitalizációját támogatva, többek között a rendkívül gyorsan fejlődő pénzügyi-technológiai megoldások támogatását tűzte ki célul.

10. sz. ábra – Az EU-ban magáncélra árut vagy szolgáltatást vásárlók aránya – a teljes internethasználókhoz képest – 2015-ben és 2020-ban



<sup>1</sup> Becsült adat

\*Az országok legutolsó adatszolgáltatásai alapján

A felmérés az online vásárlók számát viszonyítja a teljes internethasználók számához ez elmúlt 12 hónap adatai alapján

Forrás: Eurostat (2020a), ÁSZ szerkesztés

A statisztikai megközelítéseken túl aláhúzendő, hogy állami részről a nemzetgazdaság fejlesztéséhez a digitális átalakulás gazdasági aspektusa kiemelt jelentőséggel bír. Ennek jegyében ugyanis a Kormány a hazai vállalkozások digitális fejlesztésének támogatását jelölte meg prioritásként, amely a nemzeti digitális fejlesztést előtérbe helyező Nemzeti Informatikai Stratégia keretében megalkotott DJP-n belül került megfogalmazásra. Gyakorlati jelleggel tehát a fejlesztések által kiemelten szorgalmazta a hazai vállalkozások online úton való kereskedelmének megvalósítását.

11. sz. ábra – A legnépszerűbb online vásárolt termékek megoszlása terméktípusok szerint az EU-ban 2019. IV. negyedévében



Forrás: Reacty Digital 2021, ÁSZ szerkesztés

Hazánkban 2020-ban a ruhaneműk, cipők, kiegészítők, sportcikkek internetes felületen történő megrendelése volt a leggyakoribb. A ruházati cikkek vásárlása azért is lehet vonzó az újonnan vásárlók körében, mert az online vásárolt termék esetében a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 20. §-a alapján a fogyasztónak lehetősége van azt átvételtől számított 14 napon elállnia a vásárlástól, így visszakapja a vásárlás teljes összegét – a szállítási költséget is. A termék visszajuttatását a fogyasztónak kell teljesítenie és a visszaküldés során felmerült költségek a fogyasztót terhelik, azonban ezt a költséget a legtöbb esetben a kereskedők átvállalják a fogyasztótól. Az ételek, italok jelentős mértékű megrendelése a pandémia hatása, mivel a korlátozó intézkedések alatt a vendéglátóegységek zárva tartottak és csak elvitteles vagy online vásárlásokat teljesíthettek<sup>15</sup> (Lásd. 9. sz. ábra; KSH, 2020a).

12. sz. ábra – A 3 hónapon belüli internetes rendelések megoszlása terméktípusok szerint Magyarországon 2020-ban



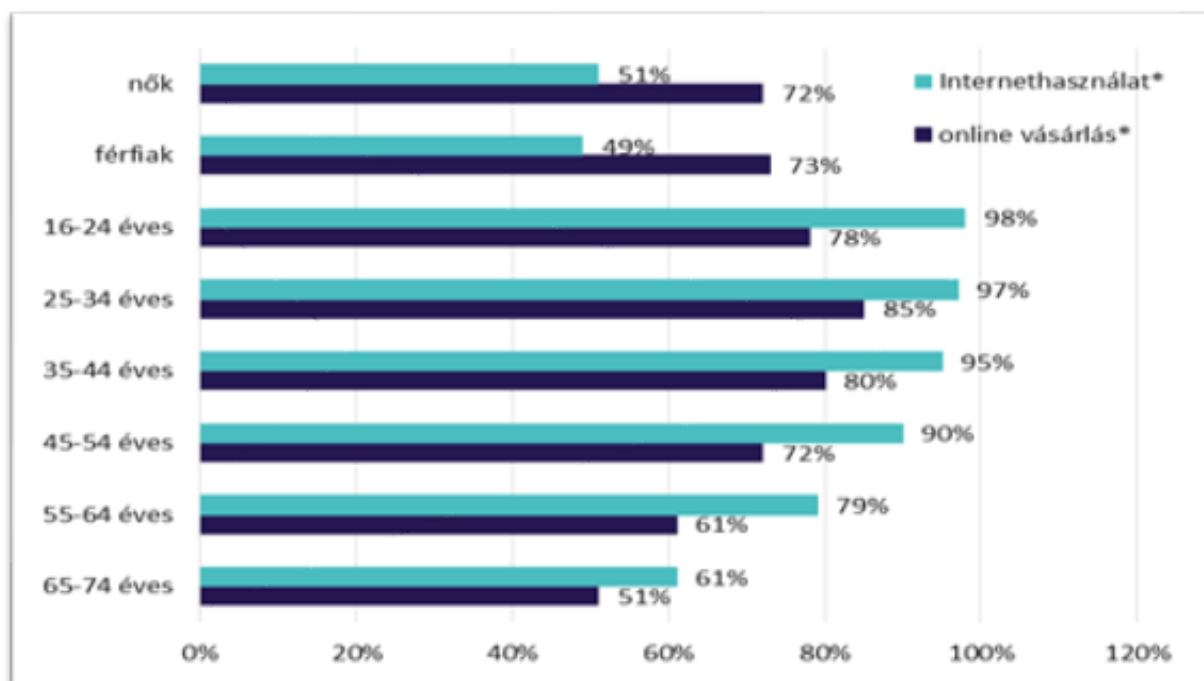
Forrás: KSH (2020a), ÁSZ szerkesztés

<sup>15</sup> <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idosza/ki/ikt/2020/01/index.html> (Letöltés dátuma: 2021. augusztus 17.)

A vásárlási gyakoriságot tekintve az uniós felmérést megelőző három hónapban a vásárlók legnagyobb aránya (35%-a) három-öt alkalommal, míg 34%-uk egy-két alkalommal vásárolt. Az elköltött összeg pedig legnagyobb arányban (44%) 100-499 euró között szóródott és a vásárlók 31% más tagországi eladótól vásárolt (Eurostat, 2020a).

A nem, életkor és iskolai végzettség tekintetében hasonló arányú adatok keletkeztek az online vásárlás témakörében, mint az internethasználat esetében. Közel azonosan arányban vásárolnak a férfiak és nők az interneten, azonban korosztályokat tekintve a legaktívabb online vásárlók a 25-34 éves és a 35-44 éves korosztály (11. sz. ábra, Eurostat (2020a)). Ez utóbbi azért sem meglepő, mert ez a 25-34 éves korosztály az újonnan munkaerőpiacra belépők körét alkotják, illetve nekik kell az állandó életük kialakításához a legtöbb fogyasztási cikket megvásárolni, míg az idősebb korosztály már rendelkezik a tartós fogyasztási cikkek jelentős többségével, nyugdíjcélu megtakarítások növelése, tartalékok gyarapítása jellemzi pénzügyi tranzakcióikat. Másrészt a 35-44 éves korcsoport szocio-társadalmi helyzete (fizetőképes kereslet, digitális érettség) is indokoltá teszi a változást.

13. sz. ábra – Az internethasználat és az online vásárlás nemek és korcsoportok szerinti megoszlása 2019-ben az EU-ban



\*az adott korcsoport összlétszámához viszonyított arány - kivétel a nemek szerinti internethasználat -  
(csoport=100%)

Forrás: Eurostat (2020a), ÁSZ szerkesztés



Hazánk online vásárlási szokásaira és a vásárlók összetételére ugyanazok a trendek jellemzők, mint amit korábban az EU felmérése is feltárt. Magyarországon a nemek közötti internethasználati megoszlás egyenlő, amely megjelenik az online vásárlások arányaiban is. Továbbá az online vásárlás leginkább az internetet gyakran használók, a magasabb iskolai végzettséggel és az átlagnál magasabb jövedelemmel rendelkezők körében a leggyakoribb, tekintve, hogy leginkább ők alkotják az erős fizetőképes keresletet is (NMHH, 2020).



## 2.4. PANDÉMIA HATÁSA AZ ONLINE VÁSÁRLÁSRA ÉS A VÁSÁRLÓI ATTITÚDOKRA

A világvárvány megfékezésére az országok korlátozó intézkedéseket vezettek be, amelynek egyik eleme az – élelmiszer és egyéb az életvitelt biztosító üzletek kivételével – a boltok bezárása volt. Ennek hatására a fogyasztók felmerülő igényeiket a továbbiakban csak online voltak képesek kielégíteni, így a vásárlások gyakorisága 48%-kal nőtt 2020-ban, és az elköltött összeg tekintetében a vásárlók 56%-a többet szánt az online vásárlásra 2020-ban, mint 2019-ben.

Kiemelkedően nőtt 2020-ban a hazai termékeket előnyben részesítő fogyasztók száma. A megkérdezettek 63%-a számára vált fontosabbá ez a szempont a rendelés során. A Loginet felmérése alapján új, eddig nem preferált termék kategóriák kerültek be a fogyasztók kosarába. Így 2020-ban a legkeresettebb termékek listáján a ruházati cikkek, a drogéria és háztartási cikkek, illetve a játék-ajándék is megjelent. Az e-kereskedelemben a fogyasztói között megjelentek a 60 év feletti, akik közül a 83%-uk olyan terméket vett 2020-ban, amit korábban nem vásárolt meg. Ezek leginkább könyvek és egészséggel kapcsolatos termékek voltak (Pintér, 2021).

A felmérésben részt vettek nem érzik úgy, hogy a világvárvány hatására vásárolnának többet az interneten (Pintér, 2021). Azonban az élelmiszer- és meleg étel rendelések aránya egyértelműen növekedést mutatott, tekintve, hogy 2019 áprilisában 22% volt az élelmiszert rendelők aránya, míg ez a szám 2020. áprilisra 5%-kal növekedett.

A meleg ételt rendelők aránya is növekedett, amely 2019-ben 25%-ról 2020 áprilisára 31%-ra nőtt, majd júniusban 4%-os csökkenés mutatkozott, amely csak ideiglenesnek volt tekinthető, mert szeptemberre ismét elérte az áprilisi állapotot (Pintér, 2020).

A megkérdezettek közel fele továbbra is úgy véli, ugyanannyi időt tölt majd a jövőben a személyes (fizikai) vásárlás során, mint az online térben. Leginkább az idősek és az alacsony keresetűek ragaszkodnak a személyes boltban történő vásárláshoz, míg a magas jövedelműek és a 18-29 éves korosztály inkább az online vásárlást részesíti előnyben (12. sz. ábra; Pintér, 2021).

14. sz. ábra – Vásárlói akarat alakulása a pandémia után (2021. éves felmérés eredménye)



Forrás: Pintér R. (2021), ÁSZ szerkesztés

Az ELTE 2020 márciusában elvégzett online kérdőíves felmérése alapján a pandémia hatására Magyarországon a fogyasztók a bevásárlóközpontok helyett inkább a kisebb boltokat, piacokat részesítették előnyben,

illetve csökkentették a vásárlások gyakoriságát és növelték az online vásárlások alkalmának számát. Ugyan az első magyar fertőzöttekről érkező hír csak március 4-én érkezett, azonban a világvárvány hírének hatása hazánkban már 2020. januárban érezhető volt, amikor a háztartások elkezdtek a tartós élelmiszereket és egyéb termékeket felhalmozni. Ennek hatására már januárban 7,6%-kal nőtt a kiskereskedelmi boltok forgalma (előző év azonos időszakához viszonyítva), illetve 30%-kal növekedett a csomagküldő szolgáltatások forgalma (ELTE, 2020).

A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem (továbbiakban: BME) publikációja és a Hashem 2020. évi kutatása szerint a pandémia növelte a magasabb iskolai végzettségűek körében az online vásárlási hajlandóságot. A McKinsey&Company által közölt, 45 országban végzett felmérés azt igazolta, hogy átlagosan 30%-os növekedés jellemezte az online ügyfélkör növekedését. A felmérés alapján a fogyasztók növelték az alapvető termékekre fordított kiadásukat, azonban csökkentették az egyéni célú, ún. diszkrecionális költségekét, ehelyett tartalékot igyekeztek képezni. Az Egyetem publikációja szerint az online vásárlások esetében megnövekedett a beltéri szabadidős tevékenység iránti kereslet, illetve a PWC (2020) felmérése szerint megnövekedett az online vásárolható élelmiszerek iránti kereslet is, amelyet igazol az is, hogy az egyik amerikai webáruház élelmiszerforgalma ötvenszeresére növekedett az év első felében. A felmérés során a megkérdezettek azt válaszolták, hogy azért nem választották a világvárvány előtt az online vásárlást, mert nem szívesen bízzák idegenekre az élelmiszerek kiválasztását, illetve a szállítási költség megdrágítja a vásárlás végösszegét. Hazánkban is megnövekedett az élelmiszerek iránti kereslet, tekintve, hogy a járvány elején a lisztértékesítés 168%-kal, a tartós élelmiszerek iránti kereslet 90%-kal emelkedett. Ez azonban nem volt tartós, egy pánikszerű vásárlásnak volt nevezhető, így a vásárlások aránya e termékek tekintetében csökkenést mutatott (Rózsa, 2020).

Az UPS 2021-es és a „Smart E-commerce Report” jelentése 10 000 fogyasztót kérdeztek meg Európában az online vásárlási szokásaikról. A felmérés rámutatott azokra az előnyökre, amelyek a fogyasztók döntéseit leginkább befolyásolják. Az online vásárlásoknál a fogyasztók a nagyobb kereskedőknél vásárolnak szívesen, azonban fontosnak tartják a kisebb vállalkozások támogatását is. A felmérés rámutatott arra, hogy a járvány megszűnését követően leginkább a 25-34 évesek fognak továbbra is online vásárolni (22%) – tekintve, hogy ők jelenleg is az online vásárlók legnagyobb csoportja – és az 55 év felettiek csupán 10%-a maradna a járvány után is az internetes vásárlás mellett.

Habár az online vásárlások kényelmi funkciója megkérdőjelezhetetlen, a fogyasztók több szubjektív bizonytalansági, kockázati kérdéssel is szembesülhetnek.

A bizonytalansági tényezők között említhető, az eladó honlapján megadott és a leszállított termék közötti méretbeli, vagy minőségbeni különbség, amely ruházati termékek, vagy cipők esetében meghatározó, mivel jellegéből adódóan ez a vásárlási forma nem tud építeni a több érzékszerv által támogatott termék szelekcióra.

Az online vásárlási formától visszatartó tényező lehet ezek mellett a nem megfelelő termék visszajuttatásának nehézsége, illetve a vásárlás értékének visszatérítésével kapcsolatos utánajárás.

A fizetési módok esetében is felmerülhetnek dilemmák, bizonytalansági tényezők, érdekkonfliktusok. Míg a vásárló az utánvételes fizetési módot helyezné előtérbe, addig az eladó főként az előre utalást preferálja. A fogyasztó bizonytalanságát okozhatja annak a kockázata, hogy a megrendelt terméket meg fogja-e kapni, ezért csak a termék átvételekor fizetné ki a terméket. Az előre utalás az eladó számára biztosíték, illetve a visszaküldést követően a visszatérítés idejéig eltelt időszakban számára felhasználható anyagi forrásként jelentkezik.

**Megállapítható, hogy a koronavírus járvány hatására erősödött az e-kereskedelmi aktivitás, a járvány enyhülésének hatására azonban a vásárlói szokások visszarendeződtek, a vásárlók ismét a személyes vásárlást részesítették előnyben. A vásárlók sok esetben továbbra is ragaszkodnak az offline (személyesen az üzletben) történő vásárláshoz, azonban a pandémia során olyan termékeket is vásároltak, amelyet korábban online nem vettek meg, ennek eredményeként az e-kereskedelem arányának fokozatos növekedése tapasztalható. A vásárlói szokások megváltozása olyan megközelítésű értékesítési modell kialakítását követelte meg a vállalkozásoktól, amellyel jelentősen növelhették eladásukat.**



## 2.5. AZ E-KERESKEDELEM ÉS A SZÁLLÍTMÁNYOZÁSI IPARÁG FÜGGŐSÉGE

Az elektronikus kereskedelem elválaszthatatlan részét képezi a szállítványozás, csomagszállítás, tekintve, hogy az online megrendelés végső fázisa, amikor a termékeket a fogyasztók valamilyen szolgáltatás igénybevételével fizikailag kapnak kézhez. Ezek a szállítási módok történhetnek házhozszállítással, csomagpontokra történő kihelyezéssel – ez utóbbi esetben személyesen kell érte mennie fogyasztónak az általa megjelölt szolgáltatóhelyre. A szállítás belföldön többnyire közúton történik, nemzetközi csomagok esetében pedig a vasúti, légi és vízi csomagszállítás valósul meg, vagy ezek valamilyen kombinációi.

Adatok hiányában az elemzés nem tudja bemutatni, hogy az e-kereskedelem melyik áruszállítási módot veszi a leginkább igénybe és annak milyen arányát teszi ki, azonban a vasúti áruszállítás a nagy súllyal rendelkező és hosszú útvonalat igénybe vevő szállítási módszerek egyik legkedvezőbb formája, míg az e-kereskedelemben legrugalmasabb eszköze a közúti szállítás, amelynek legnagyobb előnye a háztól-házig történő szolgáltatás, illetve a kisebb méretű és könnyebb súlyú termékek szállítása.

Az e-kereskedelemben a szállítási módok a vásárlási szokásokat is befolyásolják, melyet az UPS 2021-es és a „Smart E-commerce Report” felmérése is igazol, amely szerint a fogyasztók 85%-a számára fontos a vásárlás során alkalmazott házhozszállítási partner kiléte (Műszaki Magazin, 2021).

A vásárlás során a termékátvételi módok is átalakulást mutattak. Növekedett (2019. április 78%-ról, 2020. áprilisra 80%-ra, szeptemberre 84%-ra) azoknak a száma is, akik az online vásárlás során a futárszolgáltatással történő kiszállítás módját preferálták leginkább, és csökkent az üzletekben (a 2019. évi 32%-ról, 2020-ra 21%-ra) személyes átvételi módot preferálók aránya, illetve csökkent a csomagpontok átvételi népszerűsége is (Pintér, 2020).

A csomagkézbesítés a jövőben nagy változásokon mehet át, amelyet nagymértékben befolyásol a nyersanyagok és a munkaerő jelentős költségdrágulása. A Portfolio Bengyel Ádámmal – az egyik vezető csomagautomata szolgáltató vezérigazgatójával – folytatott beszélgetést, aki felhívja a figyelmet arra, hogy a növekvő e-kereskedelemben a fogyasztóknak napjában már nem csak egyszer lesz szükséges csomagot átvenni, hanem akár 3-4 alkalommal különböző szolgáltatóktól, amely a fogyasztó számára a telefonos egyeztetések miatt kényelmetlenné válhat. Továbbá fontos szempont, hogy sokan munkaidőben szállítanak, így egyes fogyasztók nehezen tudják megoldani a futártól történő átvételt, így kényelmesebb alternatívává válhatnak a csomagautomaták. Jelentős előnyük, hogy a szállítás költségének csak 50%-át teszi ki az üzemenyag és a munkaerő költsége, így a működésük és ezáltal szolgáltatásuk ára versenyképesebben tud maradni, továbbá a vásárló a neki legkényelmesebb időpontban – akár hétvégén is – átveheti a termékét. Természetesen a nagyobb méretű csomagok átvétele még ilyen módon nem megoldott, azonban az e-kereskedelemben termékeinek jelentős többségét a kis és közepes méretű termékek alkotják (Ditróy-Pásztor, 2021).

A csomagautomata szegmens egy olyan üzletág, amelynek a kiépítése rendkívül tőkeigényes, a havi fenntartásához is magas költségeket hordoz. Ezért a piaci szegmest birtokló, azon osztozó szereplők száma jelenleg is véges és a jövőben is várhatóan az marad. A robotizáció és az automatizáció előretörése kettős hatású lehet, egyrészt a konkurenciaként működő „futárszolgáltatások” munkaerejét válthatja le részben, másrészt véget vethet a fizikai, élő munkás átadó-kézbesítő alternatíváknak. A Kínából beérkező, kísértékű vám és áfa-köteles termékek automatába történő rendelése új távlatokat nyit a piac előtt.



**Az e-kereskedelemben a szállítási módok és az innovatív termékátvételi módok is egyre nagyobb befolyást gyakorolnak a vásárlási szokásokra. Az árukiszállítás területén a csomagautomaták fokozott térnyerése figyelhető meg, lévén az emberek a világjárvány első két hulláma alatt a házhozszállítást preferálták, a némileg visszarendeződő munkakörnyezet azonban e területen is változást hozott: a csomagautomaták a napi 24 órás hozzáféréssel, és az automaták áru visszaküldési funkciójával közkedvelt és népszerű szolgáltatásnak bizonyulnak.**

### 3. A DIGITÁLIS TÉRBE ZAJLÓ ADAT ÉS ÁRUFORGALOM KIHÍVÁSAI AZ UNIÓS JOGI SZABÁLYOZÁS TERÜLETÉN

Ahogy arra az ÁSZ a 2020. májusában közzétett „Az internetes kereskedelem bővülésének közpénzügyi szempontjai” c. elemzésében rámutatott, a hazai jogszabályi környezet folyamatosan fejlődik, lépést tart az uniós szabályozással. (Állami Számvevőszék, 2020). Az ÁSZ akkori álláspontja szerint mind a közösségi és EU-s, mind a hazai szabályozási környezet változásai csökkentették az adó- és vámbeszedés területén fennálló kockázatokat, azonban azokat teljes egészében nem tudták megszüntetni. A korábbi elemzés óta eltelt egy évben a hazai jogrendszerben törvénymódosítás<sup>16</sup> - mint jogharmonizációs lépés - az e-kereskedelemre vonatkozó áfa csomag kapcsán történt, melynek hazánk maradéktalanul eleget tett. Jelen elemzés megírásakor még nem áll rendelkezésre adat arról, hogy az adó- és vámbeszedés területén fennálló kockázatok milyen mértékben szorultak vissza, azonban az uniós szabályozás ismeretében kialakított álláspont az, hogy a jogharmonizációval Magyarország hozzájárul a hazai termékek versenyképességének védelméhez, és az e-kereskedelem kapcsán felmerülő kockázatok, visszaélések minimalizálásához.

Az EU 2000-ben fogadta el az E-kereskedelmi direktívát<sup>17</sup>. Ezt követően a digitális tér jelentősen átalakult, melynek következtében szélesebb körű, mély és folyamatosan frissülő, a változásokhoz alkalmazkodó szabályozásra van szükség. A pandémia rámutatott, hogy az offline világ szabályozási eszközei (pl. ÁSZF, Ptk. adásvételi szerződés általános szabályai) esetenként meghaladtak; látható azonban, hogy az uniós szabályozás reagál a kihívásokra, az adópolitika, a fogyasztói versenyjog, a kibervédelem területén megindult egy új, stratégiai alapokon nyugvó szabályozás, amely megalapozza és előirányozza az online környezet korszerűsítésére tett törekvéseket, az online tér biztonságosabbá tételét, egyben hozzájárul az uniós online kereskedelmi piac tér megbízhatóságának növeléséhez, ezáltal a tagállamok, köztük Magyarország közpénzügyi helyzetének átláthatóságát, tervezhetőségét is elősegíti.

Az online kereskedelem szabályai még a határokon átnyúló értékesítések fellendülése előtti időkből, a klaszterizált „katalógusos” értékesítésekre kerültek megalkotásra<sup>18</sup> (Nagy, 2020). Időszerű a szabályozások frissítése, az uniós és nem uniós vállalkozások közötti tisztességes verseny, valamint az áfacsalás elleni küzdelem támogatása érdekében is elengedhetetlen.

A terület legszámottevőbb összefüggései az adójog, a versenyjog, a fogyasztóvédelmi versenyjog, az adatvédelem és a kibervédelem területén észlelhetőek.

#### 3.1. ADÓPOLITIKA – KÖZPÉNZÜGYI SZEMPONTBÓL ELŐNYÖS VÁLTOZÁSOK, PROTEKCIONISTA INTÉZKEDÉSEK, CSALÁS ELLENI KÜZDELEM

Az uniós adójogi szabályozás<sup>19</sup> változásai 2021. júliusában léptek életbe, és a nemzetközi megnevezésen hozzáadott-érték adót (HÉA) vagyis az általános forgalmi adót (áfa) vették célba. Ennek oka az, hogy a korábbi uniós jogszabályi környezetben az alacsonyabb áfa kulcsot alkalmazó ország webáruháza könnyen versenyelőnybe kerülhetett egy olyan tagállamból értékesítő webáruházzal szemben, ahol magasabb az áfa kulcs (*Laczka-Aracsi, 2020*). Ez a szabályozás hazánkat különösen hátrányosan érintette, hiszen a legtöbb termék és szolgáltatás esetében alkalmazott 27%-os áfa kulcs, az uniós egyik legmagasabb áfa kulcsa. Vagyis, ha egy német vállalkozás webshopon keresztül értékesített Magyarországra, lehetősége volt a saját országában megfizetni az áfát mindaddig, amíg az éves értékesítéseinek összege Magyarországon el nem érte a 35 000 eurós értékhatárt. Ezáltal a megfizetett áfa egyrészt nem a magyar költségvetést gyarapította, másrészt pedig a német vállalat 19%-os német ÁFÁ-t fizetett, amennyiben a magyar vállalat élt az eladó országa

<sup>16</sup> 2021. évi LXIX. törvény egyes adótörvények módosításáról

<sup>17</sup> Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve (2000. június 8.) a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól (Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv)

<sup>18</sup> Ecommerce Hungary: Webshopokat is érintő adózási szabályok változása 2021-től (2020.11.04)

<sup>19</sup> A TANÁCS 2006/112/EK IRÁNYELVE 2006. november 28. a közös hozzáadottértékadó-rendszerrel (HÉA-irányelv)

szerinti fizetési lehetőséggel, akkor a magyar vállalatnak 27%-os áfát kellett megfizetnie, tehát magasabb közteherviselési kötelezettség miatt kevesebb bevétel maradt a kezében.

A 2021. júliusában életbe lépő jogszabályváltozás értelmében, ha a webshop EU-n belüli távértékesítéseinek összesített értéke a folyó naptári év és azt megelőző naptári év során meghaladja a 10 000 eurós (áfa tv. 256. § (3) bekezdése alapján 3,1 millió Ft) értéket, akkor a vevő országának adókulcsával kell áfát fizetni. A korábbi szabályozás is ismerte az ún. fogyasztó letelepedési helye szerinti adózást, de csak meghatározott értékhatárt (a tagállam választása szerint évente 35 ezer eurót, vagy 100 ezer eurót) meghaladó értékesítések esetén. Tehát a jelenlegi új szabályozás az értékhatár csökkentésével növeli a vevő országának költségvetésébe fizetendő áfa összegét, emiatt közpénzügyi szempontból Magyarország számára kedvezően hathat (Nagy, 2020).

Az uniós jogalkotók további - a hazai termékek szempontjából protekcionista - célja volt csökkenteni az uniós kereskedők olcsó, távol-keleti dömpingtermékeket forgalmazó cégekkel szembeni versenyhátrányát. (*Store Insider, 2020*). A korábbi szabályozás szerint az EU-n kívülről érkező áruk 22 eurós összeghatárig vám- és áfa mentesek, míg a 22 és 150 euró közöttiek vámmentesek voltak, de áfát kellett fizetni utánuk. A vámhatáron átnyúló online kereskedelem korábbi szabályozása súlyos bevételkiesést eredményezett az EU és a tagállamok költségvetésében, az unión kívüli kereskedőket pedig jogosulatlan előnyhöz juttatta, továbbá az alulértékesítés és az ajándékként történő behozatal révén teret adott az áfa csalásnak. 2021. július 1-jétől megszűnt az unión kívülről érkező 22 euró alatti áruk áfa mentessége, 150 eurós értékig azonban a termékek behozatala továbbra is vámmentes marad <sup>20</sup> (NAV, 2021b).

Szintén közpénzügyi célok, pontosabban az áfa csalások elleni küzdelem indokolta azt, hogy az Unió adófizetési kötelezettséget írt elő az online piacterek, platformok számára. Ezen platformok (pl. eBay, eMag) elősegítik a felületükön történő, harmadik országbeli eladók tagállami, így magyarországi termékértékesítését. Korábban az online piacterek üzemeltetője nem volt felelősségre vonható, ha a kereskedő a piactéren értékesített termék után nem fizette meg az áfát. Ez év júliusától a platform köteles ezen ügyletek után az áfa megfizetésre, mivel az online piactereket az értékesítési lánc köztes szereplőjének tekinti az új szabályozás (*Store Insider, 2020*).

Az áfa csomag a határon átnyúló kereskedelem adminisztrációs terheit is enyhíteni célozza. 2021. július 1-jétől működésbe lépett az egyablakos rendszer (OSS rendszer), amely egyszerű, hatékony elektronikus ügyintézési lehetőséget rejt magában. Az egyablakos rendszert a szűkített/mini egyablakos rendszer (MOSS) kibővítésével hozták létre. Kialakítását és működtetésének szabályszerűségét az ÁSZ 2017-ben ellenőrizte.<sup>21</sup>

A rendszer alkalmazása a vállalkozások számára csak lehetőség, nem kötelező (NAV, 2021a). Az egyablakos rendszer alaptényállása az, hogy ha egy vállalkozás a Közösség valamely más tagállamában nem adóalanyoknak nyújt szolgáltatásokat, Közösségen belüli távértékesítést teljesít, vagy importált termékek távértékesítését végzi, akkor a fogyasztó, vevő letelepedése, illetve a termék rendeltetési helye szerinti tagállamban adózni kell. Egyablakos rendszer hiányában a vállalkozásnak minden egyes vevő tagállama szerinti adóhatósághoz külön-külön be kell jelentkeznie, majd az egyes tagállamokban az ott érvényes szabályok szerint bevallásokat kell készítenie, és befizetéseket kell teljesítenie (NAV, 2021a).

Ha a vállalkozás regisztrál az egyablakos rendszerbe, akkor elegendő bevallási időszakonként egy egységes bevallást benyújtania minden tagállamra vonatkozóan, melyeket a NAV továbbít azoknak a tagállamoknak, amelyeket a vállalkozás a bevallásában feltüntet. Az adófizetés egy összevont utalással teljesíthető, amelyet a NAV a bevallásnak megfelelően továbbít a teljesítés helye szerinti tagállamoknak. (NAV, 2021a)

<sup>20</sup> Nemzeti Adó és Vámhivatal: Megszűnik a 22 eurós áfa-mentességi értékhatár (2021.04.08.)

<sup>21</sup> Az ellenőrzést az ÁSZ a 2015-2016. I. negyedévi, a Nemzeti Adó és Vámhivatal informatikai rendszereinek ellenőrzéséhez bekért adatok alapján végezte. Az Állami Számvevőszék (2017) jelentésében megállapította, hogy „a távolról is nyújtható szolgáltatások bevallás-feldolgozási rendszerét (MOSS) 2015. évben a NAV az EU Bizottság specifikációja alapján alakította ki. A távolról nyújtható szolgáltatások után befizetett HÉA feldolgozása során az informatikai rendszer szabályszerűen biztosította a mindenkor aktuális HÉA-kulcsok alkalmazását, a beérkező befizetések tagállamok közötti felosztását, a hibák és eltérések kezelését.



**Megállapítható, hogy a HÉA irányelv 2021. július 1-jétől hatályba lépett módosítása a külföldről (nem EU államból) rendelt áru utáni kötelező áfa fizetés elrendelésével bezárja a kiskaput a távol keleti dömping-termékek előtt, a fogyasztás helye szerinti adózás előírásával pedig egyaránt kedvez a hazai gazdálkodóknak és a költségvetési bevételek növekedésének.<sup>22</sup>**

Költségvetési bevételek szempontjából a e-kereskedelem és az adózás kapcsolatának másik megközelítése, hogy - mint arra az Állami Számvevőszék *A digitális gazdaság megadóztatásának aktuális kérdéseiről* című elemzése is rámutatott - a digitális gazdaság esetében adózási szempontból alapvető problémát jelent, hogy a digitális szolgáltatást nyújtó világcégek nyereségük arányában sokkal kevesebbet adóznak, mint a hagyományos gazdaság szereplői, és nem ott adóznak, ahol hozzáadott értéket teremtenek. Ennek oka, hogy az adózás a fizikai jelenlétén alapul. Ezáltal számos ország – így Magyarország is – sokkal kevesebb adóbevételhez jut globális és határokon átnyúló digitális szolgáltatást nyújtó vállalatok tevékenysége után, mint ami méltányos lenne. Érthető, hogy ezért Magyarország elkötelezett egy olyan adójogszabályi változásban, de akár új adónem bevezetésében, amik biztosítják számára, hogy a globális digitális szolgáltatást nyújtó vállalatok adóelkerülési lehetőségei csökkenjenek. (ÁSZ, 2020)

### 3.2. VERSENYJOGI ÉS FOGYASZTÓVÉDELMI VERSENYJOG – ÚJ MÓDSZEREK A VERSENYJOGI KORLÁTOZÁSOK NYOMÁN, TÖREKVÉS A SZABÁLYOZÁSOK EGYESÍTÉSÉRE

Az internetes értékesítés elterjedése olyan új piaci megoldások kialakulásához vezetett, amelyek számos kérdést vetnek fel nemcsak adójogi, hanem versenyjogi és fogyasztóvédelmi szempontból is. Az EU kiemelt célja az európai egységes digitális piac kialakítása, aminek az egyik sarokköve a tagállami határokon átnyúló internetes kereskedelem (Európai Tanács, 2021). E cél elérése érdekében az uniós versenyjog<sup>23</sup> az online piacterek, platformok által vállalkozókkal szemben alkalmazott korlátozások felszámolására törekszik.

A versenykorlátozás egyik legtipikusabb példája az, amikor a gyártó és a forgalmazó megállapodtak abban, hogy a forgalmazó nem értékesít más nemzetiségű vagy tartózkodási helyű személyeknek online. A 2018-ban életbe lépett Geoblocking<sup>24</sup> rendelet már megtiltotta a vevők indokolatlan és hátrányos megkülönböztetését az állampolgárságukra, lakóhelyükre vagy letelepedési helyükre hivatkozva (Göndöcz, 2018).

Verseny korlátozása valósul meg akkor is, ha gyártók azt írják elő a kereskedőik számára, hogy online piacon nem kínálhatják az adott terméket, vagy rögzítik az online értékesíthető termékek minimum árait. Mind a piacra lépés korlátozását, mind pedig a minimális vagy fix viszonteladási árak meghatározását is tiltja az uniós versenyjog. Az árrögzítések, illetve a legkisebb ár előírása mellett, hogy korlátozzák az árcsökkenő versenyt, új kihívások elé is állítják az uniós szabályozást. A platformok a rögzített árak megtartását ugyanis algoritmusokkal ellenőrzik. Azonban a platformok által használt algoritmusok ma már összehangolt „gondolkodásra” is képesek, tehát több esetben algoritmusok rögzítik a magasabb árakat és ezzel kartellit valósítanak meg (Marosi, 2021). Az uniós versenyjog legújabb kihívása a robotkartellek szabályozása. Ebben az esetben a vállalatok nem közvetlenül játszanak össze, nem egyeztetnek egymással, hanem az algoritmusokat úgy állítják be, hogy azok "önmaguk" dönthessenek a versenytársakkal való összehangolt árazás mellett. (Domokos, 2020) Kérdésként merül fel, hogy hogyan tudja kezelni a jog azt a helyzetet, ha kartellek mögött nem az ügyvezetés (nem a felek kifejezett megállapodása) áll, hanem azt algoritmusok idézik elő

<sup>22</sup> Csiki Gergely: Jönnek a könnyítések – Így adózunk 2021-ben (Portfolio, 2020.10.16) <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20201016/jonnek-a-konnyitesek-igy-adozunk-2021-ben-452940> Letöltés dátuma: 2021.09.07.

<sup>23</sup> Az Európai Unió működéséről szóló szerződés (a továbbiakban: EUMSZ.) 101., illetve 102. cikke tartalmazza a versenyszabályok t. Magyarországon az e cikke hatálya alá tartozó 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló törvény rendelkezéseit kell alkalmazni.

<sup>24</sup> AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS (EU) 2018/302 RENDELETE (2018. február 28.) a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról

(Marosi, 2021). Szintén jogi kérdéseket vet fel annak megítélése, hogy az algoritmus marad-e az azt alkalmazó platform irányítása alatt, illetve az algoritmust fejlesztő és az abból profitáló vállalkozások együttese n, vagy egyénileg felelnek-e (Autorité de le concurrence, 2020.).

15. sz. ábra – Az egységes uniós szabályozás előnyei



Forrás: ÁSZ szerkesztés

A határon átnyúló szolgáltatások terjedését az eltérő tagállami szabályozások is akadályozzák. Jelenleg több mint 10.000 online platform működik az Unió tagállamaiban, amelyek 90 %-a kis és középvállalkozás. Számukra a tagállamokként eltérő szabályozásnak való megfelelés erőforrás igényes, és az ellehetleníti terjeszkedésüket. A kis és középvállalkozások kiszorításával egyidejűleg nem kapnak teret az innovatív forgalmazási módszerek sem, így a tagállami szinten eltérő szabályozás egyúttal az innovációt is akadályozza (Németh, 2021).

Az egységes szabályozás segíti a vállalkozásokat a piacra lépésben. Ezt jól mutatja az itthon 2018.január 3. napján a hazai törvényben történt átültetéssel életbe lépett PSD2 (Payment Services Directive/Pénzforgalmi szolgáltatásokról szóló) irányelv<sup>25</sup>, amely megreformálta az európai elektronikus fizetési piacot (Turzó, 2019). A PSD2 elsősorban a verseny és innováció elősegítését célozza a pénzügyi szolgáltatások terén. A PSD2 képes volt arra, hogy megnyissa a piacot az új belépők előtt azáltal, hogy lehetővé tette azt, hogy fizetéskezdeményezési szolgáltatón keresztül az ügyfelek pénzforgalmi számlájukról anélkül kezdeményezzenek fizetést, hogy bankjuk online csatornáját használnák (Deloitte, 2016).

Az egységes szabályozás hiánya a fogyasztói oldalon az illegális tartalmak, a termékeket, szolgáltatásokat érintő félrevezető tartalmak elleni védekezést és a hatékony szankcionálást is nehezíti (Németh, 2021), ezért a versenyjognak ma már a fogyasztóvédelemben is szerepet kell vállalnia, hiszen ezen platformokon az üzleti vállalkozások és a fogyasztók is kiszolgáltatottak.

Mivel az online platformok a versenytársaitól és a fogyasztóktól függetlenül képesek meghatározni az adott piacon a kereskedelmi feltételeket, az unió sem késlekedhetett a szabályozással (Németh, 2021).

2020 decemberében benyújtott javaslat csomag – a Digital Market Acts (DMA) és a párja a Digital Services Act (DSA)<sup>26</sup> nem klasszikus versenyjogi szabályokat tartalmaznak, hanem úgynevezett -ex ante, előzetes

<sup>25</sup> A belső piaci pénzforgalmi szolgáltatásokról és a 2002/65/EK, a 2009/110/EK és a 2013/36/EU irányelv és a 1093/2010/EU rendelet módosításáról, valamint a 2007/64/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló 2015. november 25-i (EU) 2015/2366 európai parlamenti és tanácsi irányelv

<sup>26</sup> Javaslat - Az Európai Parlament és a Tanács rendelete a digitális ágazat vonatkozásában a megtámadható és méltányos piacokról (digitális piacokról szóló jogszabály) és a digitális szolgáltatások egységes piacáról (digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály)

előírásokat. A szabályozásban nincs releváns piac meghatározás, nem használja az erőfölény szót. Szabályozási metódusa az, hogy meghatározza a piac szereplőit, és előzetesen előír számukra bizonyos kötelezettségeket, amelyek a platformok működését szabályozzák. Ezek még csak rendelet tervezetek, még folyik a vita róluk (Marosi, 2021).

A szabályozás célja, hogy a digitális térben a tájékozódást, vásárlást, kommunikációt biztonságossá, megbízhatóvá tegye, ezáltal kisebb vállalkozások és a fogyasztók ne kerülhessenek hátrányos helyzetbe (Németh, 2021).

Ha a vásárlási folyamat oldaláról közelítjük meg a veszélyeknek való kitettséget, akkor a vásárlói tudatosságot hangsúlyozni szükséges már a net használat védettségénél, majd a honlap megbízhatóságánál is. Nyilvánvalóan többek között nem mindegy, engedéllyel rendelkező kereskedőtől vásárolunk-e és hogy böngészőnket mennyiben védjük le, az online tevékenységünket mennyiben tesszük publikussá, mások számára láthatóvá. Fontos számba venni az online kínálat hitelességét is. A fényképek nem téveszthetik meg a fogyasztókat, ügyelnünk kell a termékről közzétett információk hitelességére és teljességére is. Az irreálisan magas árak alkalmazása a fogyasztók megtévesztése, a vásárlók becsapása lehet. A megrendeléseknél a pénzügyi adatok és információk védettségét kell magunkénak tudni, az árura vonatkozó szállítási felteleket, és biztosítási információkat kell ismerni. Tisztában lenni a szállítás idejével, a vonatkozó szállítási- és termékgaranciákkal. Publikusnak kell lennie a visszaküldési feltételeknek, a szerződéstől való elállási jognak és fontos tudni, hogy a vélt sérelem esetén hova fordulhatunk fogyasztóvédelmi lépésként. Mindezek a vásárlói tudatosság ismérvei, melyekkel rendelkeznie kell az online térben vásárlónak és melyek sérülékennyé teszik a nem tudatos vásárlót.

**A gyakorlat oldaláról látni szükséges, hogy bár a fogyasztók közül sokan nem szívesen élnek ezzel a vásárlási móddal, a világjárvány hatására rákényszerültek az internetes vásárlási lehetőségek használatára. Egyrészt az „új belépők” felkészültsége nem minden esetben megfelelő, ami jelentős kockázatot hordoz. Technikai tájékozottság és tudás hiánya sérülékennyé teszi a vásárlót.**

**Emellett pedig a digitális felkészültség sem minden esetben jelent vásárlói tudatosságot, a fiatalok közül sokan – bár kiemelkedő digitális jártassággal rendelkeznek – nem elég érettek az online vásárláshoz, sokkal kitettebbek az adataikkal való visszaélésnek.**

Figyelmet érdemel az online kereskedelem keretében lebonyolított illegális kereskedelem területe is. Jó példa a fegyverkereskedelem, amely sok más termék mellett – a biztonsági kockázatok fennállásával - gazdasági károkat okoz a központi költségvetésnek és a piac szereplőinek, mivel az ezen a csatornán beszerzett fegyverek olcsóbbak a Magyarországon kaphatóknál, hiszen magánimportként a minisztérium haditechnikai engedélye nélkül érkeznek, és az alacsonyabb 19-20 százalékos külföldi áfa-kulcs alá esnek. (Magyar Idők, 2021).

Nem elhanyagolhatóak a hamis gyógyszerek és gyógyszernek látszó készítmények internetes kereskedelmének gazdasági és jogi következményei sem. (PTE, 2020) Európában évente 17 milliárd doboz gyógyszer kerül forgalomba – az ÁSZ külön elemzésben foglalkozik a gyógyszer-túlfogyasztás problémájával -, ebből minden tizedik doboz hamis. Magyarországnak 10 százalék részesedése van az európai gyógyszerpiacból. Hazánkban régebben főként életmódszereket, potencianövelő és fogyasztó szereket, ma már viszont bármilyen készítményt hamisítanak<sup>27</sup> (Ilku, 2018). Évente mintegy 130 milliárd forint kárt okoznak a hamis gyógyszerek Magyarországon, ez a teljes hazai gyógyszerforgalom 13 százaléka, az EU-ban regisztrált hamis készítményeknek pedig a 4 százaléka.<sup>28</sup> (Glanz, 2016).

<sup>27</sup>Ilku L Btk módosítással az illegális gyógyszerkereskedelem ellen OrientPress (2018.01.16) [https://www.orientpress.hu/cikk/2018-04-05\\_egy-ev-bortonbuntetest-is-kaphatnak-az-ill-egalis-gyogyszer-kereskedok](https://www.orientpress.hu/cikk/2018-04-05_egy-ev-bortonbuntetest-is-kaphatnak-az-ill-egalis-gyogyszer-kereskedok) (Letöltés dátuma: 2021.09.16)

<sup>28</sup>Glanz J. A hamis gyógyszerek 130 milliárd forint kárt okoznak Magyarországon Infomed (2016.11.03) <https://www.infomed.hu/beteg-segek/pharmacology/a-hamis-gyogyszerek-130-milliard-forint-kart-okoznak-magyarorszagon-209983.html> (Letöltés dátuma: 2021.09.16)



A gyógyszer bizalmi termék, mert a beteg nem tudja megítélni a termék hatását. A legális termék minőségét a gyártó, a forgalmazó, illetve a hatóság által nyújtott garancia biztosítja. Az interneten vásárolható gyógyszerek többsége azonban kikerül e zárt láncból<sup>29</sup> (Fittler, 2016).

Magyarországon interneten keresztül csak vény nélkül kiadható, közfinanszírozásban nem részesülő készítmények igényelhetők,<sup>30</sup> és legálisan internetes gyógyszerértékesítést csak gyógyszerterek végezhetnek, melyekről az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet (OGYÉI) listát vezet.<sup>31</sup> Az EU területén a gyógyszerek interneten keresztüli forgalmazásának alapjait az Európai Parlament és a Tanács 2001/83/EK irányelve<sup>32</sup> határozza meg, amely kimondja, hogy az Unió területén interneten keresztül csak az forgalmazhat gyógyszert, aki az adott tagállamban rendelkezik gyógyszerforgalmazási engedéllyel<sup>33</sup> (HGYSZ, 2019).

A gyógyszerkereskedelmet az OGYÉI felügyeli, amely bejelentés alapján jár el. Bejelentés esetén a gyógyszerészeti államigazgatási szerv határozatával elrendeli a kifogásolt oldal, vagy termék ideiglenes eltávolítását a honlapról. A tárhelyszolgáltató a határozat vele történő közlését követő egy munkanapon belül köteles ennek eleget tenni, különben az OGYÉI 100 ezer forinttól 1 millió forintig terjedő bírsággal sújthatja.<sup>34</sup> Az OGYÉI a blokkolt hirdetéseket, illetve weboldalakat közzé is teszi.<sup>35</sup> A határozatok kiadmányozásával egyidejűleg az OGYÉI feljelentést is tesz ismeretlen tettes ellen<sup>36</sup> (HENT, 2015). A Btk.<sup>37</sup> 2019. január 1-től bünteti külön tényállás alapján a gyógyszerhamisítást, és a gyógyszerhamisításra irányuló előkészületet is. Kimondja, hogy a hamis, meghamisított vagy Magyarországon nem engedélyezett gyógyszerek forgalmazása, az azzal való kereskedés bűncselekmény, melynek büntetési tétele alapesetben 3 év.<sup>38</sup> A tényállásnak szabálysértési alakzata is van, amennyiben nyomozás során bűncselekmény elkövetése nem állapítható meg: aki engedély nélkül forgalmaz gyógyszert, az gyógyszerrendészeti szabálysértést követ el.<sup>39</sup>

Az illegális internetes gyógyszerforgalmazás veszélye, hogy a megrendelt gyógyszer eredetiségét, minőségét nem lehet garantálni. A fogyasztók részére fontos kapaszkodót jelent a 2015. júliusától bevezetett kattintható, közös uniós logó, amelyet valamennyi az EU-ban legálisan működő online gyógyszertárnak és gyógyszerkereskedőnek fel kell tüntetnie a honlapon<sup>40</sup> (HGYSZ, 2018).

A közös uniós logó, valamint a gyógyszerterekről, illetve a blokkolt weboldalokról vezetett listák azonban csak a tudatos vásárlókat segítik. Külföldről rendelt gyógyszerek esetében a nemzeti hatóságok nem tudják szavatolni a gyógyszerek biztonságosságát, és arra vonatkozóan sem tudnak iránymutatással élni, hogy hogyan lehet megbizonyosodni az adott honlap jogszabályszerű működéséről és az értékesített gyógyszer minőségéről.<sup>41</sup> (OGYÉI, 2020)

A fentieket gyakorlati oldalról tekintve tehát, ha valaki csodát ígérő gyógyszerként forgalmazott „készítményt” vagy éppen egészségre káros, Magyarországon nem engedélyezett tömegnövelő szerrel találkozik a neten – egy egyszerű netes-keresés eredményeképpen (a példa nem elrugaszkodott, hiszen csak a „fat burner” kifejezésre a Google 69,7 millió találatot hoz fel), úgy mind a tartalom-szolgáltatónál, mind az OGYÉI-

<sup>29</sup> Fittler A. Virágzik Magyarországon az illegális online gyógyszerkereskedelem HVG (2016.02.08)

[https://hvg.hu/plazs/20160208\\_Viragzik\\_Magyarorszagon\\_az\\_illegalis\\_onnline\\_gyogyszerkereskedelem](https://hvg.hu/plazs/20160208_Viragzik_Magyarorszagon_az_illegalis_onnline_gyogyszerkereskedelem) (Letöltés dátuma: 2021.09.16)

<sup>30</sup> 44/2004. (IV. 28.) ESzCsM rendelet - az emberi felhasználásra kerülő gyógyszerek rendeléséről és kiadásáról 21/A.§ (1) bek.

<sup>31</sup> Internetes gyógyszerkereskedelmet folytató gyógyszerterek hivatalos listája

<https://ogyei.gov.hu/gyogyszertar kereso&action=search> (Letöltés dátuma: 2021.09.16)

<sup>32</sup> Európai Parlament és a Tanács 2001/83/EK irányelve az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek engedélyezésére, behozatalára és gyártására vonatkozó uniós szabályokról

<sup>33</sup> HGYSZ: Erre hivatkozz, ha illegális gyógyszerforgalmazást tapasztalsz (2019.05.06) <https://hgysz.hu/blog/erre-hivatkozz-ha-illegalis-gyogyszer-forgalmazast-tapasztalsz/> (Letöltés dátuma: 2021.09.16)

<sup>34</sup> 2005. évi XCV. törvény - az emberi alkalmazásra kerülő gyógyszerekről és egyéb, a gyógyszerpiacot szabályozó törvények módosításáról 20/A.§

<sup>35</sup> Az OGYÉI álláspontja szerint a fogyasztók számára egészségügyi kockázatot jelentő termékeket hirdető weboldalak listája (2021.04.23.) <https://www.ogyei.gov.hu/egyeb-nyilvantartasok-listak> (Letöltés dátuma: 2021.09.16)

<sup>36</sup> Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (HENT) Új eszközök a gyógyszerhamisítás elleni küzdelemben (2015.11.04)

<http://www.hamisitasellen.hu/2015/11/uj-eszkozok-a-gyogyszerhamisitas-elleni-kuzdelemben/> (Letöltés dátuma 2021.09.16)

<sup>37</sup> Büntető Törvénykönyv (2012. évi C. törvény - a Büntető Törvénykönyvről)

<sup>38</sup> 2012. évi C. törvény - a Büntető Törvénykönyvről 185/A. §

<sup>39</sup> 2012. évi II. törvény - a szabálysértésekről, a szabálysértési eljárásról és a szabálysértési nyilvántartási rendszerről 199/A. §

<sup>40</sup> A gyógyszereket lakossági távértékesítésre kínáló személyek azonosítására szolgáló közös logó mintájáról, valamint a közös logó hitelességének értékelését lehetővé tevő műszaki, elektronikai és kriptográfiai követelményekről szóló az Európai Bizottság 699/2014/EU végrehajtási rendelet

<sup>41</sup> OGYÉI: Internetes gyógyszer-kereskedelem (2020.06.3) <https://ogyei.gov.hu/internetes-gyogyszer-kereskedelem/> (Letöltés dátuma:2021.09.16)

nél tehet bejelentést, amennyiben szabálytalanságot tapasztal. Ez a lehetőség azonban értelemszerűen csak a tudatos vásárlót védi, laikusként és jóhiszeműen az egyszerű felhasználó kiszolgáltatott a weboldalak tartalmainak és ígéreteinek.

Az új (DSA és DMA) szabályozás alapján a digitális térben működő kisebb vállalkozások egyszerű, hatékony módszerrel jelölhetik majd az illegális vagy pl. a szellemi tulajdonhoz fűződő jogukat sértő tartalmakat és termékeket, azon szolgáltatásokat, ahol meglátásuk szerint felmerül a tisztességtelen verseny lehetősége, az online platformok pedig kötelesek lesznek az illegális tartalmat eltávolítani az oldalukról. Az óriás online piacterek számára kötelező lesz az eladó kilétét azonosítani mielőtt a platformokra felengedik<sup>42</sup> (Németh, 2021).

Az online térben újonnan jelentek meg a fogyasztók döntésének befolyásolására irányuló, rájuk pszichológiai nyomást gyakorló üzenetek. A fogyasztói versenyjog olyan új fogalmakkal ismerkedett meg, mint például a scarcity bias, a FOMO hatás, vagy a dark patterns. Ezek az online vásárlás során felbukkanó üzenetek (utolsó darabok, ha kimaradsz, lemaradsz) a kínálat szűkösségét, vagy a lemaradás érzetét keltik a fogyasztóban. Ezen gyakorlatokra még nincs szabályozás, tagállami bíróságok előtt vannak az ügyek, azzal a kérdéssel, hogy vajon megtévesztő reklámnak minősülnek-e. Hazánkban az akciók során a kedvezmény százalékos értéke elé tett „akár” kifejezéssel próbálták meg befolyásolni a fogyasztók döntését, azonban a meghirdetett kedvezmény vagy jóval alacsonyabb volt, vagy olyan termékre vonatkozott, amely iránt az adott akcióban nem volt kereslet. A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) akként foglalt állást, hogy akciók során az „akár” kifejezés csak az akció szempontjából releváns termékeknél alkalmazható, ahol a kedvezmény vonatkozik legalább a termékek 10%-ra. (Marosi, 2021) Látható, hogy a fogyasztóvédelmi versenyjog kevésbé jogszabályban, inkább tagállamok bíróságainak vagy tagállamok hatóságainak döntései révén precedensekben ölt testet.

Szükséges még a versenyjog területén szót ejteni a fúziókkal létrejött dominanciáról. A monopóliumok hajtóanyaga az online kereskedelemben az adat, az információ, és a technológia. Az online térben monopóliumra pedig az a vállalat tehet szert, aki technológiai újítást hajt végre, fogyasztói élményt nyújt, és a viszonteladókkal való együttműködés révén közvetítővé válik. A fúziókontroll területén a fő kérdés az, hogy meddig tartható fenn a növekedés. Dominanciáját egy vállalat addig tudja növelni, amíg a bevétele nő, ezt pedig az eddig kiaknázatlan területek meghódításával, innovációval, fogyasztók egyre magasabb minőségben történő kiszolgálásával, illetve a meglévő vásárlóinak további vásárlásokra való ösztönzésével tudja fenntartani (Bohner, 2021). A monopóliumok árát a piac és társadalom fizeti meg, azonban az e-kereskedelem terén a dominancia hatása jelen állás szerint sem uniós, sem hazai szinten nem becsülhető. Mind az uniós, mind pedig a hazai szabályozás akkor tiltja meg az összefonódást, ha az jelentős mértékben csökkenti a versenyt, ellenkező esetben a GVH az összefonódást hatásvizsgálat elvégzését követően tudomásul veszi (GVH, 2010).

**„Az e-kereskedelem fontossá vált a fogyasztók számára, és jelentős hatást gyakorol a vállalkozások üzletvitelére és stratégiájára.<sup>43</sup> Jelen elemzésben a fogyasztói versenyjog területén kerültek azonosításra olyan új, a vásárlók döntéseinek befolyásolását célzó online kereskedelmi gyakorlatok, amelyekre nincs még kialakult szabályozás, sem szankciórendszer. Egyes termékek esetében, pl. az illegális online gyógyszerkereskedelem területén a fogyasztók még mindig nagyon kiszolgáltatottak, az uniós szabályozás 2001 óta az irányelv szintjén maradt, nincs rendeleti szintű közösségi szabályozás. A szankciók csak a nemzeti szabályozás keretében, az elmúlt években lettek kimunkálva.**

<sup>42</sup> Németh M. (2021): Kemény világ jön a Facebook, Twitter, Google és társaik számára Európában

<sup>43</sup> Margrethe Vestager versenyjogi biztos in Sajtóközlemény 2016.09.15 Antitrósz: A Bizottság közzétette az e-kereskedelmi ágazati vizsgálat első eredményeit [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP\\_16\\_3017](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_16_3017) Letöltés dátuma: 2021.09.07.

### 3.3. SZEMÉLYES ADATOK VÉDELME – GDPR, AVAGY FIZETŐESZKÖZ-E AZ E-KERESKEDELEMBEN AZ ADAT

A Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság (továbbiakban: NAIH) meghatározása alapján személyes adatnak minősül „bármely meghatározott, azonosított vagy azonosítható természetes személlyel [érintett] kapcsolatba hozható adat és az adatból levonható, az érintettre vonatkozó következtetés. A személyes adat az adatkezelés során mindaddig megőrzi e minőségét, amíg kapcsolata az érintettel helyreállítható. Az érintettel akkor helyreállítható a kapcsolat, ha az adatkezelő rendelkezik azokkal a technikai feltételekkel, amelyek a helyreállításhoz szükségesek” (NAIH, 2021).

Az online platformok magatartása a digitális térben a verseny feltételeit alapvetően meghatározza, de nem csupán az árazáson, vagy a piacra lépés akadályozásán keresztül, hanem a nagy mennyiségű adaton át. Jelentős előnyre tehetnek szert a fogyasztói bázisokról rendelkezésre álló valós idejű adatok felhasználásával, vagy akár vissza is élhetnek erőfölényükkel (Németh, 2021).

2018. május 25-től az unió adatvédelmi szabályait a GDPR<sup>44</sup> tartalmazza. A GDPR jelentősége többek között a tagállami szabályozások egységesítésében áll. Az online értékesítőknek nem kell 28 különböző ország eltérő adatvédelmi előírásait ismerni. A szabályozással azonban nem csupán az egységesítés volt a cél. A GDPR számos új adatvédelmi kötelezettséget vezetett be az e-kereskedők számára. Ilyen előírás például az, hogy a személyes adatok kezeléséről és továbbításáról olyan részletes belső nyilvántartást kell vezetni, melyből egyértelműen meg lehet különböztetni a szervezeten belül végrehajtott különböző adatkezelési műveleteket. Felhasználói profilok készítéséhez külön erre vonatkozó hozzájárulás szükséges, és az adatkezelési műveletek előtt adatvédelmi hatásvizsgálatot kell végezni. A GDPR megszegése esetén a bírság elérheti a 20 millió eurót vagy az éves forgalom 4%-át (Domokos, 2017).

A fogyasztók, magánszemélyként is egyre több olyan helyzettel találhatják szembe magukat, amikor személyes adatuk biztonsága megkérdőjeleződik. Rengeteg alkalmazás kéri az engedélyt a lokáció követéshez, hozzáférést névjegyzékhez, galériához, melynek eredményeként a fogyasztók személyre szóló hirdetést kapnak (Crosssec Solutions, 2018). A fogyasztók online tevékenysége során az általuk pl. regisztráció során megadott adatokból a teljes személyiségük felvázolható. (Bajusz, 2018) Figyelik a fogyasztók szokásait, profiloznak és ennek alapján küldenek hirdetéseket, ezért pedig pénzt kapnak attól, akitől a fogyasztó vásárolt (Crosssec Solutions, 2018). A cégek az adatokból élnek, a fogyasztók pedig - pl. egy regisztráció által - a saját személyes adataikkal fizetnek. Az elmúlt években az adatvédelmi tudatosság növekedése figyelhető meg (Crosssec Solutions, 2018), azonban az e-kereskedelem folyamán az adatvédelem terén napról napra új jelenségek bukkanak fel, így egyre erősebb elvárásként fogalmazható meg a GDPR naprakész ismerete.

Az Eurostat 2016. évi felmérése alapján, az EU-n belüli internethasználók 31%-a nem adott meg semmilyen személyes adatot az interneten – a legnagyobb arány Románia esetében volt tapasztalható, amely 70% körüli arány volt, és a legalacsonyabb, 8% Luxemburgban volt. Az internethasználók közel fele megadott valamilyen személyes adatát közösségi oldalakon, azonban ennek csak kevesebb mint 38%-a korlátozta a profilját, vagy annak hozzáférhetőségét. A felmérés rámutatott arra is, hogy a 16-74 éves korosztály 71%-ának volt ismerete arról, hogy a cookie-k felhasználhatóak az tevékenységek nyomonkövetésére (Eurostat, 2020d; 2016).

A Nemzeti Közszerológati Egyetem Információs Társadalom Kutatóintézete által végzett felmérés szerint az országokban a megkérdezettek közel 50%-a foglalkozik az adatai védelmével. (Magyarországon a megkérdezettek 46,9%-a, a csehek 47%-a, a lengyelek 40%-a, a románok 55%-a nem állított még soha az adatvédelmi beállításain a Facebookon.) Az adatvédelmi tudatosság leginkább a fiatalok (18-29 éves korosztály) körében jellemző, míg a kor előrehaladtával ez a tudatosság folyamatosan csökken. A Facebook adatok iránti bizalmatlanság hazánkban volt a legnagyobb arányú 2019. novemberében, amely 41,8% volt, míg a csehek

<sup>44</sup> EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS (EU) 2016/679 RENDELETE (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet)

esetében 24%, lengyelek esetében 22,9%, románok esetében 35,5% volt ugyanez az arány (Török-Rab-Szikora, 2019).

### 3.4. KIBERVÉDELEM – ÜGYFÉLKAPCSOLATI ADATOK, ILLEGÁLIS E-KERESKEDELEM

A kereskedelem digitalizálásával ügyfélkapcsolati eljárások elektronikus csatornára terelődtek át. (Jalovszky-Sipos, 2021) Bár a digitalizáció hatalmas lehetőségeket kínál, de egyúttal a gazdaságot és a társadalmat is kiberfenyegetésnek teszi ki (Európai Tanács, 2021).

A kiberbűnözők ellophatnak vagy megsérthetnek személyes adatokat, illegális tartalmakat terjeszthetnek, tiltott árukkal kereskedhetnek. Az uniós kiberbiztonsági jogszabály<sup>45</sup> 2019 júniusában lépett hatályba, és az EU egészére kiterjedő tanúsítási rendszert vezetett be. A járványhelyzet azonban megmutatta a terület gyengeségeit, **közel 300 százalékkal nőtt a kibertámadások száma a koronavírus-járvány alatt** (Pellion, 2020). Ez jól mutatja, hogy szükséges a szabályozás további elmélyítése, és a szakemberképzés. 2020 decemberében az Európai Bizottság új uniós kiberbiztonsági stratégiát<sup>46</sup> terjesztett elő, amelynek célja, *„hogy megerősödjön Európa kiberfenyegetésekkal szembeni rezilienciája, valamint, hogy minden polgár és vállalkozás megbízható szolgáltatásokat és digitális eszközöket vehessen igénybe, és ezek előnyeit teljes mértékben ki tudja használni”* (Európai Tanács, 2021).

Jelenleg az EU két jogalkotási javaslaton is dolgozik a hálózati és információs rendszerek hatékonyabb védelmét szolgáló aktualizált irányelven, és a kritikus fontosságú szervezetek ellenállóképességéről szóló új irányelven. Az új szabályozások kidolgozása során már figyelembe veszik a járvány által felgyorsított digitális átalakulást. A javaslatok célja, hogy szigorítsák a vállalkozások biztonsági kötelezettségeit, és védjék az ellátási láncok biztonságát. Az új szabályozások szigorúbb felügyeleti intézkedéseket fognak bevezetni a nemzeti hatóságok számára, az információ megosztás és az együttműködés fokozásán keresztül pedig hozzájárulhatnak a nyílt és biztonságos kibertér kiépítéséhez, amely által nőhet a bizalom a digitális eszközök és szolgáltatások iránt (Európai Tanács, 2021).

**„A piaci szolgáltatások fejlődése a fix platformokról kiterjed az online platformokra, és e szolgáltatások egyre inkább a mindennapok részévé válnak. <sup>47</sup> A személyes adatok védelme érdekében a GDPR rendelet több kedvező változást hozott, de ezen a területen még mindig sok múlik a fogyasztók adatvédelmi tudatosságán. Akárcsak a kibervédelem terén, ahol az új szabályozás tagállamok általi implementálásáig a kiberbűnözők lépéselőnyben vannak.**

Az e-kereskedelem közpénzügyi hatása a magyar költségvetésre leginkább az áfa és vám bevételek növekedésén keresztül hat. E hatást azonban mérsékeli, hogy a digitális teret a techipar óriásai uralják, a termékeket és szolgáltatásokat ők áramoltatják, profitmaximalizáló magatartásuk, erőfölényük befolyással van nemcsak az fogyasztókra, a kis és közép vállalatokra, hanem az államok gazdaságára is. Az uniós szabályozás előtt két nagy kihívás áll: az adóelkerülés, a piaci erőfölénnyel való visszaélés, a kiberfenyegetettség visszaszorítására, adatvédelem erősítésére irányuló szabályozás megalkotása úgy, hogy közben érvényesüljön az áruk és szolgáltatások szabad áramlása uniós alapelv. A másik kihívás pedig a szabályozás mikéntjében áll, ugyanis a digitalizáció olyan mértékű előnyt adott a techiparnak, hogy a szabályozásnak nem elég lekövetnie a változásokat, hanem a jogszabályokat a jövőre fókuszálva kell megalkotni.

<sup>45</sup> Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/881 rendelete (2019. április 17.) az ENISA-ról (az Európai Unió Kiberbiztonsági Ügynökségéről) és az információs és kommunikációs technológiák kiberbiztonsági tanúsításáról, valamint az 526/2013/EU rendelet hatályon kívül helyezéséről (kiberbiztonsági jogszabály)

<sup>46</sup> A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, az Európai Tanácsnak, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a biztonsági unióra vonatkozó uniós stratégia (2020.07.24.)

<sup>47</sup> Christina Ratcliff / Barbara Martinello / Amy McGourty: A mindenütt jelen lévő digitális egységes piac 2021. március <https://www.euro-parl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/43/a-mindenutt-jelen-levo-digitalis-egyseges-piac> Letöltés dátuma: 2021.09.07.

A digitális térben zajló, az e-kereskedelemmel összefüggő szabályozási kihívások legjelentősebb változásai az elmúlt években az adópolitika, az egyablakos rendszer specifikumai és tendenciái, a versenyjog és a fogyasztóvédelem, ezeken belül az e-kartellek, és a fogyasztói adatvédelem vonatkozásában észlelhetők.

Ahogy az az elemzésben bemutatásra került, az új uniós, és a harmonizált magyar szabályozás elősegítik a csalásmentes, kiber- és adatvédelem szempontjából is biztonságos online térben való tisztességes kereskedelmet. Mindez hozzájárul a magyar közpénzügyi helyzet átláthatóságához, a növekvő adóbevételeken keresztül pedig annak erősítéséhez.

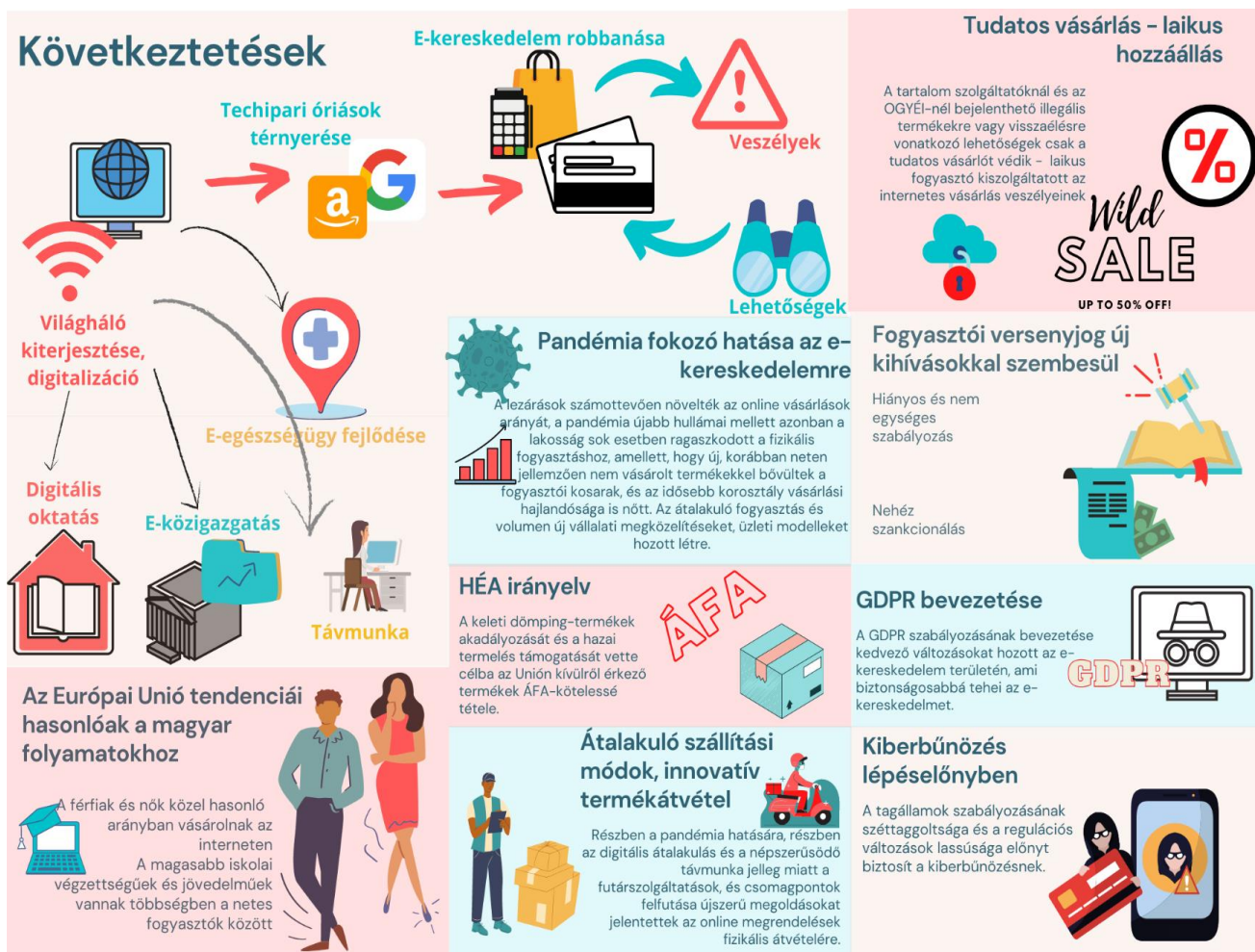
A tanulmány összegző megállapításai a világháló nyitotta lehetőségekről és innovatív fejlődésről, a magyar és uniós folyamatok összehangjáról, a pandémia fokozó hatásáról, az átalakuló szállítási módokról, a kiberkockázatokról, a tudatos vásárlás fontosságáról, a szabályozásai törekvésekről a következő fejezetben egy infografikán kerültek összefoglalásra.

Jól látható, hogy a

- ▶ technológia fejlődésével az internet kiterjesztésével a területek digitalizációja robbanásszerűen fejlődik
- ▶ e hatást a pandémia erősíti, gyorsítja; markánsabbá teszi az oktatásban, egészségügyben, a közigazgatásban, és még sok területen
- ▶ ahogy a vásárlási „utak” változnak, úgy változnak a szállítási platformok is
- ▶ Az Európai Unió folyamatok és a hazai, internethez kapcsolódó szabályozási kockázatok nagyon hasonlóak hazánkéhoz, a jogharmonizáció mégis okoz problémákat
- ▶ a fogyasztók védelme és a veszély tudatosítása két, kiemelt jelentőségű probléma, mely vonatkozásában a GDPR bevezetése kedvező változást hozott
- ▶ A kiberbűnözés és a társadalom kitettsége, továbbá a káros gazdasági hatások minden ország akut problémájaként definiálhatók

## KÖVETKEZTETÉSEK

16. sz. ábra – Az elemzés következtetése



Forrás: ÁSZ szerkesztés

## KITEKINTÉS

Az elemzés fontos célja, hogy a techipar-e-kereskedelem-digitális fejlődés lehetőségeinek és kockázatainak bemutatása mellett, ill. azok tovább gondolásával, rámutasson az internetes kereskedelem szereplői előtt megjelenő új kihívásokra. Irányt mutasson a kihívásokra adható válaszok tekintetében és kitekintést biztosítson az e-kereskedelem hatásainak jövőben várható alakulásához. Az elemzés ezért figyelembe veszi a hazai és a nemzetközi szabályozások változásait, különös tekintettel a közelmúltban bekövetkező járványügyi hatásokra. Az elemzés szándéka szerint támpontot biztosít mind a jogalkotók, mind pedig a gazdaság és a kereskedelmi szektor szereplői számára az online tér működését befolyásoló tényezők beazonosításához, amelyekre fókuszálva új irányok jelölhetők ki a gazdaság élénkítése és védelme érdekében.

17. sz. ábra – Lehetőségek a továbblépésre – kitekintés

**NEMZETKÖZI IRÁNYELVEK IMPLEMENTÁLÁSA**

Kiemelt fontosságú a felkészülés a DMA/DSA, és a kibervédelmi irányelvek implementálására a magyar szabályozói és jogrendszerben

**ILLEGÁLIS TERMÉKKERESKEDELEM SZABÁLYOZÁS**

Elengedhetlenné válik az illegális termékek kereskedelmének szankcionáló és reagáló szabályozása, társadalmi párbeszéd kezdeményezése az illegális gyógyszerekről, fogyasztószerekről

**TUDATOS ONLINE VÁSÁRLÁS**

A fogyasztóvédelem szempontjából fontos lehet az e-kereskedelmet érintően kialakult új fogyasztói magatartások elemzése; és ennek hatására a kockázatokra és veszélyekre való figyelmefelhívás, "vásárolj tudatosan" kampányok indítása; továbbá az adat-és kibervédelmi tudatosság erősítése

**ELEKTRONIKUS FIZETÉS ÖSZTÖNZÉS**

Célzott tájékoztatás és ösztönzés az egyes társadalmi rétegek számára a biztonságos elektronikus fizetési eszközök használatára

Forrás: ÁSZ szerkesztés

## FELHASZNÁLT IRODALOM, FORRÁSOK

Állami Számvevőszék (2020): ELEMZÉS – A digitális gazdaság megadóztatásának aktuális kérdéseiről, a modern gazdasághoz illeszkedő új uniós adószabályokról értékelő elemzés figyelemmel a terület ellenőrizhetőségére (Pulay, Gy. Z., Teski N.)

[https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2020/a\\_digitalis\\_gazdasag\\_megadozt\\_tasa\\_20200313.pdf](https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2020/a_digitalis_gazdasag_megadozt_tasa_20200313.pdf) Letöltés dátuma: 2021. 12. 11.

Állami Számvevőszék (2017): A Nemzeti Adó- és Vámhivatal informatikai rendszereinek ellenőrzése (2017.05.21)

<https://www.asz.hu/storage/files/files/jelentes/2017/17086.pdf?ctid=1125>

Letöltés dátuma: 2021. 08. 26.

Állami Számvevőszék (2021): ELEMZÉS - Gyógyszerek és étrend kiegészítők, kockázatok és mellékhatások (Vargha, B., Pálmai G.)

[https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2021/E2118\\_Gyogyszertulfogyasztas.pdf?ctid=1307](https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2021/E2118_Gyogyszertulfogyasztas.pdf?ctid=1307)

Letöltés dátuma: 2021.10.27.

Állami Számvevőszék (2020): ELEMZÉS – Az internetes kereskedelem bővülésének közpénzügyi szempontjai (Pulay, Gy. Z., Kádár K.)

[https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2020/az\\_internetes\\_kereskedelem\\_bovulesenek\\_kozpenzugyi\\_szempontjai\\_20200508.pdf?ctid=1296](https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2020/az_internetes_kereskedelem_bovulesenek_kozpenzugyi_szempontjai_20200508.pdf?ctid=1296) Letöltés dátuma: 2021. 06. 30.

Autorité de le concurrence (2020): The International Competition Network presents a scoping paper on “Big Data and Cartels” analyzing the impact of digitalization in cartel enforcement (2020.06.30)

<https://www.autoritedelaconurrence.fr/en/press-release/international-competition-network-presents-scoping-paper-big-data-and-cartels> Letöltés dátuma: 2021. 08. 30.

Bartha L.: Elérhetővé vált az online fizetés (MNB)

<https://www.mnb.hu/azonnalifizetes> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

Bohner A. (2021): Egy monopólium nyomában: Meddig nőhet az Amazon?

<https://capitalblog.hu/post/egy-monopoli-um-nyomaban-meddig-nohet-az-amazon> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Crosssec Solutions (2018): Az adatvédelmi tudatosság erősödik

<https://blog.crosssec.com/az-adatvedelmi-tudatossag-erosodik> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Coppola D. (2021): Statistics and facts about global e-commerce

<https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#dossier-chapter1> Letöltés dátuma: 2021.08.11.

Csiki G. (2020) Megszólalt az MNB a hazai készpénzállományról: nincs szükség azonnali beavatkozásra

<https://www.portfolio.hu/bank/20201014/megszolalt-az-mnb-a-hazai-keszpenzallomanyrol-nincs-szukse-g-azonnali-beavatkozasa-ra-452882> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

Deloitte (2016): Lehetőségek a PSD2 kapcsán: Pénzforgalmi szolgáltatásokról szóló irányelv

<https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/penzintezetek/articles/psd2.html> Letöltés dátuma: 2021.08.18.



Ditróy G., Pásztor R. (2021): A csomagszállítás jövője? – Ma még többen várják inkább, pedig tud várni a csomag is

<https://www.portfolio.hu/ingatlan/20210721/a-csomagszallitas-jovoje-ma-meg-tobben-varjak-inkabb-pedig-tud-varni-a-csomag-is-493292> Letöltés dátuma: 2021.08.25.

Digitális Jólét Program: Rólunk

<https://digitalisjoletprogram.hu/hu/rolunk> Letöltés dátuma: 2021. 08. 18.

Digitális Jólét Program 2.0

<https://digitalisjoletprogram.hu/files/58/f4/58f45e44c4ebd9e53f82f56d5f44c824.pdf> Letöltés dátuma: 2021. 08. 18.

Domokos L. (2020): Egyre több olyan magatartás került célkeresztbe, amely kartellnek minősülhet

<https://www.napi.hu/magyar-vallalatok/kartell-gyanus-osszejatszas-vallalkozas.719792.html> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Domokos M. (2017): Új jogi kihívások az e-kereskedelemben

<https://kosa.rtek.hu/uzemeltetes/uj-jogi-kihivasok-az-e-kereskedelemben/> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Draskovich E. (2019): Országgyűlés Hivatala Infójegyzet - Egy éves az általános adatvédelmi rendelet (GDPR) – 2019/10. szám

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi2qYai49DyAhVWg\\_0HhVN5DK8QFnoECAYQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.parlament.hu%2Fdocuments%2F10181%2F1789217%2FInfójegyzet\\_2019\\_10\\_GDPR.pdf%2F0dbb4b10-321a-c361-2e2f-3a5e7526e26f&usg=AOvVaw3rg9GiAvas8OSuawJCo2gK](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi2qYai49DyAhVWg_0HhVN5DK8QFnoECAYQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.parlament.hu%2Fdocuments%2F10181%2F1789217%2FInfójegyzet_2019_10_GDPR.pdf%2F0dbb4b10-321a-c361-2e2f-3a5e7526e26f&usg=AOvVaw3rg9GiAvas8OSuawJCo2gK) Letöltés dátuma: 2021.08.26.

Géror I. (2020): E-kereskedelem fejlődése Magyarországon II.

[https://wsuf.hu/media/attachments/acta\\_wekerleensis/2020/Dr-Gero-Imre-E-kereskedelem-fejlolese-Magyarorszagon-II.pdf](https://wsuf.hu/media/attachments/acta_wekerleensis/2020/Dr-Gero-Imre-E-kereskedelem-fejlolese-Magyarorszagon-II.pdf) Letöltés dátuma: 2021. 09. 06.

Göndöcz P. (2018): Komoly változások jöhetnek az e-kereskedelem szabályozásában

<https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/jog/articles/komoly-valtozasok-ekereskedelem.html> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Laczka S., Aracsi B. (2020): Készülhetnek a webáruházak, jönnek az új áfa szabályok

<https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/ado/articles/webaruhazak-uj-afa-szabalyok.html> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Európai Tanács (2021): Kiberbiztonság: Hogyan kezeli az EU a kiberfenyegetéseket?

<https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/cybersecurity/> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Eurostat (2016): Privacy and protection of personal information (until 2016)

[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_cisci\\_prv/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_cisci_prv/default/table?lang=en) Letöltés dátuma: 2021. 08. 26.

Eurostat (2020a): E-commerce statistics for individuals

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce\\_statistics\\_for\\_individuals](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals) Letöltés dátuma: 2021.08.03.

Eurostat (2020b): E-commerce sales

[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_eseln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_eseln2/default/table?lang=en) Letöltés dátuma: 2021.08.11. Eurostat (2020c): Share of enterprises' turnover on e-commerce - %

Eurostat (2020c): Share of enterprises' turnover on e-commerce - %  
<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00110/default/table?lang=en> Letöltés dátuma: 2021.08.11.

Eurostat (2020d): A digitális gazdaságra és társadalomra vonatkozó statisztikák – háztartások és magán-személyek  
[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital\\_economy\\_and\\_society\\_statistics\\_-\\_households\\_and\\_individuals&action=statexp-seat&lang=hu#Mag.C3.A1n.C3.A9let\\_.C3.A9s\\_a\\_szem.C3.A9lyazo-noss.C3.A1g\\_v.C3.A9delme\\_.282016-os\\_felm.C3.A9r.C3.A9s.29](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals&action=statexp-seat&lang=hu#Mag.C3.A1n.C3.A9let_.C3.A9s_a_szem.C3.A9lyazo-noss.C3.A1g_v.C3.A9delme_.282016-os_felm.C3.A9r.C3.A9s.29) Letöltés dátuma: 2021.08.26.

Fittler A. (2016): Virágzik Magyarországon az illegális online gyógyszerkereskedelem (HVG)  
[https://hvg.hu/plazs/20160208\\_Viragzik\\_Magyarorszagon\\_az\\_illegalis\\_online\\_gyogyszerkereskedelem](https://hvg.hu/plazs/20160208_Viragzik_Magyarorszagon_az_illegalis_online_gyogyszerkereskedelem) Letöltés dátuma: 2021.09.16

Flór N. (2021): Magyarország élen jár az internet hozzáférés tekintetében az Európai Unióban (Oeconomus Gazdaságkutató Alapítvány 2021.01.07)  
<http://www.oeconomus.hu/oecofocus/magyarorszag-elen-jar-az-internet-hozzaferes-tekiteteben-az-europai-unioban/> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

Gábor L. (2019): Van már alternatívája a bankkártyának, de még kevesen használják  
<https://www.origo.hu/gazdasag/20190226-vannak-mar-alternativai-a-bankkartyanak-de-meg-kevesen-hasznaljak.html> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

Gadics O. (2017): Húszéves az internet hazánkban  
<https://www.magyaridok.hu/gazdasag/huszeves-az-internet-hazankban-2389513/> Letöltés dátuma: 2021.09.02.

Gazdasági Versenyhivatal (2010): Összefonódások – Fúziók  
[https://www.gvh.hu/szakmai\\_felhasznaloknak/osszefonodasok\\_-\\_fuziok](https://www.gvh.hu/szakmai_felhasznaloknak/osszefonodasok_-_fuziok) Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Gazdasági Versenyhivatal (2020): Booking.com B.V. fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozata  
[https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali\\_dontesek/dontesek\\_2018/vj-172018110](https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-172018110) Letöltés dátuma: 2021.08.31

GKI Digital (2021): E-toplitsa  
<https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/> Letöltés dátuma: 2021.12.11.

Glanz J. (2016): A hamis gyógyszerek 130 milliárd forint kárt okoznak Magyarországon (Informed)  
<https://www.informed.hu/betegsegek/pharmacology/a-hamis-gyogyszerek-130-milliard-forint-kart-okoznak-magyarorszagon-209983.html> Letöltés dátuma: 2021.09.16

Gondos O., Tálós D. (2018): Az Info. törvény módosítása: mi a kapcsolat a magyar törvény és a GDPR között?  
<https://kamaraonline.hu/az-info-torveny-modositasa-mi-a-kapcsolat-a-magyar-torveny-es-a-gdpr-kozott/> Letöltés dátuma: 2021.08.26.

Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2015): Új eszközök a gyógyszerhamisítás elleni küzdelemben  
<http://www.hamisitasellen.hu/2015/11/uj-eszkozok-a-gyogyszerhamisitas-elleni-kuzdelemben/> Letöltés dátuma: 2021.09.16

Hevesi I. (2021): Továbbra is lendületben az online piac: erős első félévet zártak a hazai webáruházak <https://logisztika.hu/author/hevesi-ildiko/> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Hálózatban Működő Gyógyszertárak Szövetsége (2019): Erre hivatkozz, ha illegális gyógyszerforgalmazást tapasztalsz <https://hgysz.hu/blog/erre-hivatkozz-ha-illegalis-gyogyszerforgalmazast-tapasztalsz/> Letöltés dátuma: 2021.09.16

Horváth F (2018): Hány webáruház van Magyarországon? E-kereskedelmi körkép. <https://www.webshopabc.hu/hany-webaruhaz-van-magyarorszagon-e-kereskedelmi-korkep/> Letöltés dátuma: 2021.12.11.

Ilku L. (2018): Btk. módosítással az illegális gyógyszerkereskedelem ellen OrientPress <https://www.orientpress.hu/cikk/2018-04-05-egy-ev-bortonbuntetest-is-kaphatnak-az-illegalis-gyogyszerkereskedok> Letöltés dátuma: 2021.09.16

Illés A. (2020): Hamarosan eltűnnek a papíralapú receptek (Házipatika.com) 2020. január 29. <https://www.hazipatika.com/napi-egeszseg/orvosnal/cikkek/hamarosan-eltunnek-a-papiralapu-receptek/20200129104224> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

Innovációs és Technológia Minisztérium (2020): Digitalizációs Stratégia (NDS) 2021-2030 tervezete <https://hirlevel.egov.hu/2020/07/05/elkeszult-az-uj-digitalis-keretstrategia-a-nemzeti-digitalizacios-strategia-nds-2021-2030-tervezete/> Letöltés dátuma: 2021. 09.01.

Ivándi-Szabó B. (2020): 2021-től változik a kártyás fizetés a netes vásárlások esetében <https://24.hu/belfold/2020/10/07/internetes-vasarlas-bankkartya-valtozas-2021/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

Jaloszky G., Sipos D. (2021) Hogyan lehet megoldani az egyre erősödő szakemberhiányt a kibervédelem területén? <https://computerworld.hu/karrier/hogyan-lehet-megoldani-az-egyre-erosodo-szakemberhianyt-a-kibervelem-teruleten-297982.html> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Járdi R. (2021): Egyre népszerűbb az eSZJA (Világgazdaság) 2021.03.19 <https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2021/03/egyre-nepszerubb-az-eszja-2> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

Központi Statisztikai Hivatal (2019): Az információs és kommunikációs eszközhasználat főbb jellemzői a háztartásokban <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/ikt/2019/02/index.html> Letöltés dátuma: 2021.08.03.

Központi Statisztikai Hivatal (2020a): A háztartások információs- és kommunikációs eszközhasználatának főbb jellemzői <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/ikt/2020/01/index.html> Letöltés dátuma: 2021.08.03.

Központi Statisztikai Hivatal (2021): Sajtószoba - Közlemények, tájékoztatók, 2021.06.30. [http://www.ksh.hu/sajtoszoba\\_kozlemenyek\\_tajekoztatok\\_2021\\_06\\_30?lang=hu](http://www.ksh.hu/sajtoszoba_kozlemenyek_tajekoztatok_2021_06_30?lang=hu) Letöltés dátuma: 2021.08.03.

Magyar Idők (2021): Több önvédelmi fegyver fogyott a migráció miatt <https://www.magyaridok.hu/belfold/fegyverek-90475/> Letöltés dátuma: 2021.08.26.

Marosi Z. (2021): Mi az e-kereskedelem jogi keretrendszerének jövője? (kerekasztal beszélgetés)  
<https://www.facebook.com/ecommercehungary/videos/514933289892614/> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

MNB (2021): Sajtóközlemény: Egy éves az Azonnali Fizetési Rendszer  
<https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2021-evi-sajtokozlemenyek/egy-eves-az-azonnali-fizetesi-rendszer>

Műszaki Magazin (2021): Kilőtt az online vásárlás a pandémia alatt  
<https://www.muszaki-magazin.hu/2021/06/28/online-vasarlas-kutatas/> Letöltés dátuma: 2021.08.25.

Nagy B. (2021): Hamar visszatérhet a digitális oktatás Magyarországon: a szakértő szerint ezekre érdemes felkészülni 2021.09.07.  
<https://www.penzcentrum.hu/oktatas/20210907/hamar-visszaterhet-a-digitalis-oktatas-magyarorszag-a-szakerto-szerint-ezekre-erdemes-felkeszulni-1117568> Letöltés dátuma: 2021.09.17.

Nagy S. (2020): Webshopokat is érintő adózási szabályok változása 2021-től  
<https://ecommerce.hu/webshopokat-is-erinto-adozasi-szabalyok-valtozasa-2021-tol/> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Németh M. (2019): Miért nagy lépés az azonnali fizetési rendszer bevezetése?  
<https://fintechzone.hu/miert-nagy-lepes-az-azonnali-fizetesi-rendszer-bevezetese-exkluziv-interju/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

Németh M. (2020a): Webshopod van? Összegyűjtöttünk 10 hasznos tudnivalót az elektronikus fizetés jövőjéről  
<https://fintechzone.hu/webshopod-van-osszegyujtottunk-10-hasznos-tudnivalot-az-elektronikus-fizetes-jovojerol/> Letöltés dátuma: 2021.09.24

Németh M. (2020b): 500 ezer mobiltárcában van bankkártya Magyarországon. Íme, mit várhatunk még az MNB szerint)  
<https://fintechzone.hu/500-ezer-mobiltarcaban-va-n-bankkartya-magyarorszagon-ime-mit-varhatunk-meg-az-mnb-szerint/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.

Németh M. (2021): Kemény világ jön a Facebook, Twitter, Google és társaik számára Európában  
<https://fintechzone.hu/kemeny-vilag-jon-a-facebook-twitter-google-es-tarsaik-szamara-europaban/>  
 Letöltés dátuma: 2021.08.09.

Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság (2021): Adatvédelmi értelmező szótár  
<https://www.naih.hu/adatvedelmi-szotar> Letöltés dátuma: 2021.08.26.

Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2021a): Az OSS/IOSS egyablakos e-kereskedelmi rendszer, beleértve a kisértékű import küldemények adózása 2021. július 1-jétől (2021.06.02)  
[https://nav.gov.hu/nav/ado/afa/Az\\_OSS\\_IOSS\\_egyablako20210602.html](https://nav.gov.hu/nav/ado/afa/Az_OSS_IOSS_egyablako20210602.html) Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2021b): Megszűnik a 22 eurós áfamentességi értékhatár  
[https://www.nav.gov.hu/nav/sajtoszoba/hirek/Megszunik\\_a\\_22\\_euros\\_20210408.html](https://www.nav.gov.hu/nav/sajtoszoba/hirek/Megszunik_a_22_euros_20210408.html) Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2020): NMHH-felmérés: a netezők hetven százaléka vásárol online  
[https://nmhh.hu/cikk/213241/NMHHfelmeres\\_a\\_netezok\\_hetven\\_szazaleka\\_vasarol\\_online](https://nmhh.hu/cikk/213241/NMHHfelmeres_a_netezok_hetven_szazaleka_vasarol_online) Letöltés dátuma: 2021.08.09.

- Nyerges T. (2005): Elkészült a Nemzeti Szélessávú Stratégia  
<https://sg.hu/cikkek/it-tech/36623/elkeszult-a-nemzeti-szelessavu-strategia> Letöltés dátuma: 2021.09.07.
- Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet (2020): Internetes gyógyszer-kereskedelem  
[https://ogyei.gov.hu/internetes\\_gyogyszer\\_kereskedelem/](https://ogyei.gov.hu/internetes_gyogyszer_kereskedelem/) Letöltés dátuma: 2021.09.16
- OSS magyar portál  
<https://oss.nav.gov.hu/> Letöltés dátuma: 2021.08.26.
- Pécsi Tudományegyetem (2020): A gyógyszerhamisítás problémája: A dark webről és online rendelt hamis gyógyszerek hazai áramlata  
<https://gytk.pte.hu/hu/hirek/hir/13080> Letöltés dátuma: 2021.08.26.
- Pellion Á. (2020): A világvárvány megsokszorozta a kibertámadásokat  
[https://www.ey.com/hu\\_hu/news/2020-press-release/11/a-vilagjarvany-megsokszorozta-a-kibertamadasokat](https://www.ey.com/hu_hu/news/2020-press-release/11/a-vilagjarvany-megsokszorozta-a-kibertamadasokat) Letöltés dátuma: 2021.08.19.
- Pintér R. (2020): Egyelőre elmarad a korszakváltás az online kereskedelemben  
<https://g7.hu/adat/20201105/a-jarvany-nem-hozta-meg-az-e-kereskelem-attoreset-magyarorszag/> Letöltés dátuma: 2021.08.12.
- Pintér R. (2021): Mire készüljenek a kereskedők 2021-ben? Webinárium  
<https://www.loginet.hu/cikkek/mire-keszuljenek-a-kereskedok-2021-ben> Letöltés dátuma: 2021.08.11.
- PWC (2020): The consumer transformed  
[https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/Consumer\\_insights\\_survey\\_2020.pdf](https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/Consumer_insights_survey_2020.pdf) Letöltés dátuma: 2021.09.23
- Reacty Digital (2021): Nagyot nőtt tavaly az online kiskereskedelmi forgalom, de lehet, ez csak a kezdet volt  
<https://www.origo.hu/gazdasag/20210609-a-hazai-webaruhazak-rekord-evet-zartak.html> Letöltés dátuma: 2021.08.31.
- Retail-Index (2020): Top 100 E-Commerce Retailers in Europe  
<https://www.retail-index.com/E-CommerceRetail.aspx#top> Letöltés dátuma: 2021.08.11.
- Rózsa Z. (2020): A 2020-as év fogyasztókra gyakorolt hatásai  
<https://www.gtk.bme.hu/blog/a-2020-as-ev-fogyasztokra-gyakorolt-hataasai/> Letöltés dátuma: 2021. 08. 23.
- Sándorfi Z. (2019): Miért szuper dolog a mobilfizetés? Bankmonitor  
<https://bankmonitor.hu/cikk/miert-szuper-dolog-a-mobilfizetes/> Letöltés dátuma: 2021.09.24.
- Soós, G. (2020) „Az élelmiszer-fogyasztói szokások változása a COVID-19 vírus megjelenéséhez kapcsolódóan Magyarországon”, Marketing & Menedzsment, 54(3), o. 15–27. doi: 10.15170/MM.2020.54.03.02.  
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/3414/3193> Letöltés dátuma: 2021.08.11.
- Store Insider (2020): Megszűnhet az uniós e-kereskedők versenyhátránya  
<http://storeinsider.hu/kereskedo/cikk/megszunhet-az-unios-e-kereskedok-versenyhatranya> Letöltés dátuma: 2021.08.18.

Takkó D. (2021): Versenyelőny, de akár további adókötelezettséggel is járhat az OSS egyablakos regisztráció

<https://ado.hu/ado/versenyelonnnyel-de-a-kar-tovabbi-adokotelezettsaggel-is-jarhat-az-oss-egyablakos-regisztracio/> Letöltés dátuma: 2021. 08. 26.

Telekom (2021): AZ 5G segítségével A Tettek Hálózata még gyorsabb lesz, hogy tettekrekszséged korlátlan legyen!

<https://www.telekom.hu/la-kossagi-szolgalatasok/internet/mobilinternet/5g>, Letöltés dátuma: 2021.09.02

Török B., Rab Á., Szikora T. (2019): Internetes attitűdök – Régióink és a világháló

<https://itki.uni-nke.hu/hirek/2020/12/04/internetes-attitudok-regionk-es-a-vilaghalo> Letöltés dátuma: 2021.08.06.

Turzó Á. P. (2019): Új világ jön a bankkártyáknál: a fizetések tömege tűnhet el egy szempillantás alatt

<https://www.portfolio.hu/uzlet/20190801/uj-vilag-jon-a-bankkartya-knal-a-fizetesek-tomege-tunhet-el-egy-szempillant-as-alatt-332757> Letöltés dátuma:2021.08.19.

#### **KSH STADAT**

Az internet-előfizetések száma hozzáférési szolgáltatások szerint, december 31.

## ÁBRAJEGYZÉK

1. sz. ábra – Grafika a techipar, az e-kereskedelem, a szabályozás fogalmairól.....	10
2. sz. ábra – Internet-előfizetések száma hozzáférési szolgáltatások típusa szerint Magyarországon .....	12
3. sz. ábra – Az internettel rendelkező háztartások aránya jövedelemkategóriák sze rint 2020-ban.....	13
4. sz. ábra – A világhálón magán célból végzett tevékenységek aránya a gyakori internetezők körében Magyarországon és az EU-ban (2020, %).....	13
5. sz. ábra – A kiskereskedelmi e-kereskedelmi forgalom világszerte 2014 és 2020 között.....	15
6. sz. ábra – Az online áruházak nettó forgalmának alakulása Magyarországon 2010 és 2020 között.....	16
7. sz. ábra – Webáruházak statisztikai 2020.évi adatok.....	18
8. sz. ábra – A legnagyobb forgalmú online kereskedők forgalma 2020 .....	19
9. sz. ábra – Online vásárlók korcsoport szerinti aránya 2010-2020 között az EU-ban* .....	20
10. sz. ábra – Az EU-ban magáncélra árut vagy szolgáltatást vásárlók aránya – a teljes internethasználóhoz képest – 2015-ben és 2020-ban.....	21
11. sz. ábra – A legnépszerűbb online vásárolt termékek megoszlása terméktípusok szerint az EU-ban 2019. IV. negyedévében .....	22
12. sz. ábra – A 3 hónapon belüli internetes rendelések megoszlása terméktípusok szerint Magyarországon 2020-ban .....	22
13. sz. ábra – Az internethasználat és az online vásárlás nemek és korcsoportok szerinti megoszlása 2019-ben az EU- ban.....	23
14. sz. ábra – Vásárlói akarat alakulása a pandémia után (2021. éves felmérés eredménye) .....	24
15. sz. ábra – Az egységes uniós szabályozás előnyei.....	30
16. sz. ábra – Az elemzés következtetései.....	37
17. sz. ábra – Lehetőségek a továbblépésre – kitekintés.....	38

## FOGALOMTÁR, RÖVIDÍTÉSJEGYZÉK

áfa	általános forgalmi adó
áfa kulcs	Az adó mértéke az adó alapjának 27 százaléka. [Áfa tv. 82. § (1)] Kedvezmények adókulcsok: 5% és 18% [Áfa tv. 82. § (2)-(3)]
ÁSZ	Állami Számvevőszék
ÁSZF	általános szerződési feltételek (Ptk. 6:77. §-6:81.§)
BME	Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
DJP	Digitális Jólét Program
DOS	Digitális Oktatási Stratégia
EFTA (European Free Trade Association)	Az Európai Szabadkereskedelmi Társulás egy, az <a href="#">1960. január 4-én</a> aláírt <a href="#">stockholmi egyezményen</a> alapuló szabadkereskedelmi övezet, alternatíva azon országok számára, amelyek nem kívántak (illetve nem tudtak) csatlakozni az akkori <a href="#">Európai Szén- és Acélközösséghez</a> (a mai <a href="#">Európai Unióhoz</a> ).
Egyablakos rendszer	[Áfa tv. <sup>2021.VII.1.</sup> 253/D-G. §] Az Egyablakos Rendszer (OSS) olyan adózóknak kínál egyszerű, hatékony, és elektronikus ügyintézési lehetőséget, akik az Európai Közösség (a továbbiakban: Közösség) országaiba nyújtanak szolgáltatásokat, illetve teljesítenek termékértékesítéseket olyan adózók számára, akik nem alanyai az általános forgalmi adónak. (OSS Portál)
ELTE	Eötvös Lóránd Tudományi Egyetem
Erőfölény	Gazdasági erőfölényben van az érintett piacon aki gazdasági tevékenységét a piac többi résztvevőjétől nagymértékben függetlenül folytathatja, anélkül, hogy piaci magatartásának meghatározásakor érdemben tekintettel kellene lennie versenytársainak, szállítóinak és üzletfeleinek vele kapcsolatos piaci magatartására. (Tptv. 22. §)
Erőfölénnyel való visszaélés	Tilos a gazdasági erőfölénnyel visszaélni, így különösen: a) az üzleti kapcsolatokban - ideértve az általános szerződési feltételek alkalmazásának esetét is - tisztességtelenül vételi vagy eladási árakat megállapítani, vagy más módon indokolatlan előnyt kikötni, vagy hátrányos feltételek elfogadását kikényszeríteni; b) * a termelést, a forgalmazást vagy a műszaki fejlődést a végső üzletfelek kárára korlátozni; c) indokolatlanul elzárkózni az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától, illetve fenntartásától; d) a másik fél gazdasági döntéseit indokolatlan előny szerzése céljából befolyásolni; e) az árut az ár emelését megelőzően vagy az ár emelkedésének előidézése céljából, vagy egyébként indokolatlan előny szerzésére, illetve versenyhátrány okozására alkalmas módon a forgalomból indokolatlanul kivonni, illetőleg visszatartani; f) az áru szolgáltatását, átvételét más áru szolgáltatásától, átvételétől, továbbá a szerződéskötést olyan kötelezettségek vállalásától függővé tenni, amelyek természetüknél fogva, illetve a szokásos szerződési gyakorlatra figyelemmel nem tartoznak a szerződés tárgyához; g) azonos értékű vagy jellegű ügyletek esetén az üzletfeleket indokolatlanul megkülönböztetni, ideértve olyan árak, fizetési határidők, megkülönböztető eladási vagy vételi feltételek vagy módszerek alkalmazását, amelyek egyes üzletfeleknek hátrányt okoznak a versenyben;



	h) a versenytársaknak az érintett piacról való kizorítására vagy a piacra lépésük akadályozására alkalmas, nem a versenytársakéhoz viszonyított nagyobb hatékonyságon alapuló, túlzottan alacsony árakat alkalmazni; i) a piacra lépést más módon indokolatlanul akadályozni; vagy j) a versenytárs számára indokolatlanul hátrányos piaci helyzetet teremteni, vagy gazdasági döntéseit indokolatlanul előny szerzése céljából befolyásolni. (Tptv. 21. §)
EU	Európai Unió
Eurostat	Európai Unió Statisztikai Hivatal
Fintech (Financial Technology)	Pénzügyi technológiák, mely kifejezés lehetnek utalhat digitális pénzügyi szolgáltatóra, amely a hagyományos pénzügyi szolgáltatókhoz (pl. bankokhoz) képest a legújabb technológiákat használja innovatív, magas ügyfélélményt biztosító pénzügyi szolgáltatások nyújtására. Ezenkívül a kifejezés utalhat új szoftverre, informatikai rendszerre, megoldásra is.
FOMO hatás	Fear of Missing Out – kimaradástól való félelem
GAFAM	Google Alphabet, Apple, Facebook, Amazon és Microsoft
GDP	Bruttó hazai termék (Gross Domestic Product)
GDPR	General Data Protection Regulation/Általános adatvédelmi rendelet A GDPR rendeleti szintű szabályozás, így közvetlenül alkalmazandó a tagállamokban, rendelkezései pedig elsőbbséget élveznek a tagállami szabályokkal szemben. Valamennyi tagállam területén ugyanazok a szabályok alkalmazandóak, bár a rendelet esetenként lehetőséget ad az egyedi nemzeti szabályozás előtt. (Draskovich, 2019) A GDPR életbe lépése előtt a hazai jogrendben az adatvédelem terén az Info tv. szabályozott. Az Info tv. jogharmonizációs célú módosítására még 2018-ban sor került. Az Info tv. jelenleg a GDPR által nyitva hagyott területeken szabályoz. (Gondos-Tólos, 2018)
GVH	Gazdasági Versenyhivatal
HÉA	Hozzáadottérték-adó
HENT	Hamisítás Elleni Nemzeti Testület ( <a href="http://www.hamisitasellen.hu/testuletrol/">http://www.hamisitasellen.hu/testuletrol/</a> )
HSZGY	Hálózatban Működő Gyógyszertárak Szövetsége
Kartell	A versenytársak közötti olyan megállapodás vagy összehangolt magatartás, amelynek célja a verseny korlátozása, megakadályozása vagy torzítása, így különösen a vételi vagy eladási árak, valamint az egyéb üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett meghatározása, az előállítás vagy a forgalmazás korlátozása, a piac felosztása, ideértve a versenyeztetésrel kapcsolatos összejátszást, az import- vagy exportkorlátozást is (a továbbiakban: kartell), valamint bármely közvetlenül vagy közvetve a vételi vagy az eladási árak rögzítésére irányuló más megállapodás vagy összehangolt magatartás [Tptv. 13.§ (3)]
Kosárelhagyási arány	Az a folyamat, amikor az online vásárlás során a fogyasztó berak egy terméket a kosarába, azonban végül nem fejezi be a vásárlást.
Kiberbiztonság	A kibertérben létező kockázatok kezelésére alkalmazható politikai, jogi, gazdasági, oktatási és tudatosságnövelő, valamint technikai eszközök folyamatos és tervszerű alkalmazása, amelyek a kibertérben létező kockázatok elfogadható szintjét biztosítva a kibertérrel megbízható környezetté alakítják a társadalmi és gazdasági folyamatok zavartalan működéséhez. [Ibtv. 1. § 26.]

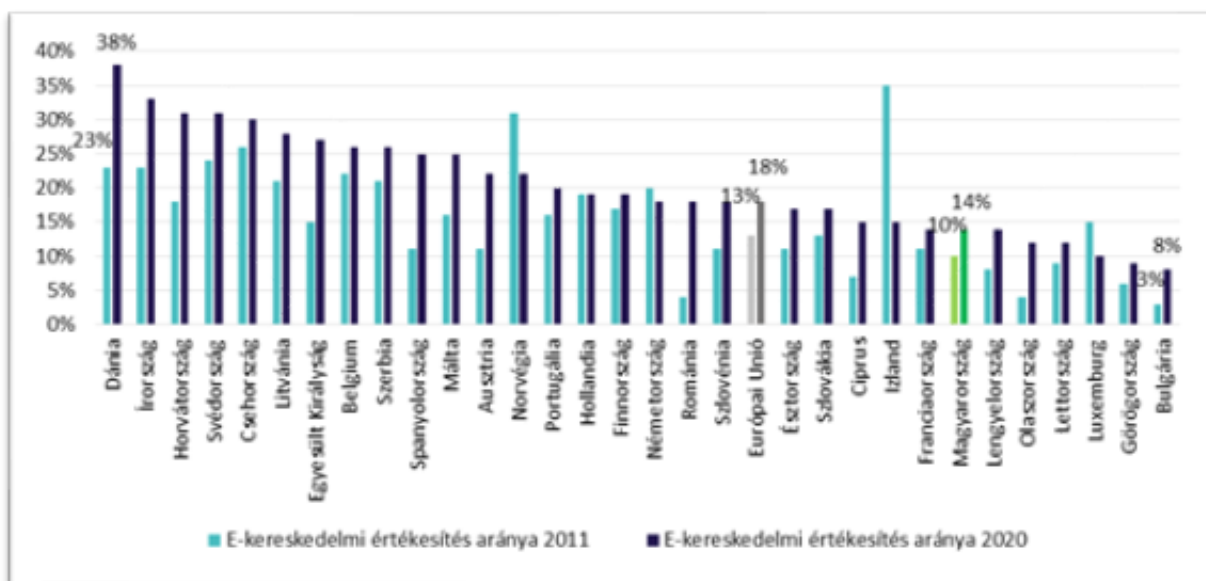
Kiberfenyegetés	Olyan lehetséges művelet vagy esemény, amely sértheti az elektronikus információs rendszer vagy az elektronikus információs rendszer elemei védetségét, biztonságát, továbbá olyan mulasztásos cselekmény, amely sértheti az elektronikus információs rendszer védetségét, biztonságát. [Ibtv. 1. § 19.]
Kibertvédelem	A kibertérből jelentkező fenyegetések elleni védelem, ideértve a saját kibertér képességek megőrzését. [Ibtv. 1. § 27.]
KSH	Központi Statisztikai Hivatal
Mrd Ft	Milliárd Forint
MOSS rendszer	Mini One Stop Shop lásd: mini/szűkített egyablakos rendszer
M&A	Az M&A fogalma a fúziókon és felvásárlásokon kívül további tranzakciókat is magába foglal, mint például a konszolidációt, az ajánlattételt és az eszközfelvásárlást. (forrás: <a href="https://capital.com/hu/fuziok-es-felvasarlasok-m-a--meghatározás">https://capital.com/hu/fuziok-es-felvasarlasok-m-a--meghatározás</a> )
NAIH	Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság
NAV	Nemzeti Adó- és Vámhivatal
NDS	Nemzeti Digitalizációs Stratégia 2021-2030
NMHH	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
OGYÉI	Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet <a href="https://ogyei.gov.hu/kozlemenyek">https://ogyei.gov.hu/kozlemenyek</a>
OSS rendszer	One Stop Shop lásd: egyablakos rendszer
Platform	Az adott szoftvermegoldást futtató környezet, beleértve a hardver és operációs rendszer együttesét (pl. PC-Windows, IBM15, HP UNIX, PC-Linux stb.) (Forrás: <a href="http://erp.vallalatiranyitasi-rendszer.hu">http://erp.vallalatiranyitasi-rendszer.hu</a> <a href="http://erp.vallalatiranyitasi-rendszer.hu">http://erp.vallalatiranyitasi-rendszer.hu</a> )
PSD2	Payment Services Directive
Profilozás (profilalkotás)	Személyes adatok automatizált kezelésének bármely olyan formája, amelynek során a személyes adatokat valamely természetes személyhez fűződő bizonyos személyes jellemzők értékelésére, különösen a munkahelyi teljesítményhez, gazdasági helyzetéhez, egészségi állapothoz, személyes preferenciákhoz, érdeklődéshez, megbízhatóságához, viselkedéshez, tartózkodási helyhez vagy mozgáshoz kapcsolódó jellemzők elemzésére vagy előrejelzésére használják. (GDPR 4. cikk 4. pont)
PTE	Pécsi Tudományegyetem
Scarcity bias	Az a fogyasztói magatartás, mely szerint az akár mennyiségben, akár időtartamban korlátozottabban elérhető terméket vagy szolgáltatást a fogyasztók hajlamosabbak értékesebbként értékelni. A Versenytanács már korábbi eljárásokban is rámutatott arra, hogy „a tájékozott döntés ellen hathat, ha a fogyasztó olyan üzenettel találkozik, amely a korlátozottságot emeli ki (...), azaz a fogyasztóban fel sem merül az igény, hogy utána nézzen az ajánlatnak, pl. annak kedvező voltát ellenőrizze. (GVH, 2020)
Tagállam	Az Európai Gazdasági Térség (EGT) tagállama, illetve az Európai Közösséggel megkötött nemzetközi szerződés alapján az EGT tagállamával azonos jogállást élvező állam (Gyftv.)
Tisztességtelen verseny	Tilos gazdasági tevékenységet tisztességtelenül - különösen a megrendelők, vevők, igénybevevők és felhasználók (a továbbiakban együtt: üzletfelek), illetve a versenytársak törvényes érdekeit sértő vagy veszélyeztető módon vagy az üzleti tisztesség követelményeibe ütközően - folytatni. (Tptv. 2. §)
USA	Egyesült Államok

## JOGSZABÁLYOK JEGYZÉKE

1.	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/881 rendelete (2019. április 17.) az ENISA-ról (az Európai Unió Kiberbiztonsági Ügynökségről) és az információs és kommunikációs technológiák kiberbiztonsági tanúsításáról, valamint az 526/2013/EU rendelet hatályon kívül helyezéséről (kiberbiztonsági jogszabály)
2.	AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS (EU) 2018/302 RENDELETE (2018. február 28.) a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról
3.	A gyógyszereket lakossági távértékesítésre kínáló személyek azonosítására szolgáló közös logó mintájáról, valamint a közös logó hitelességének értékelését lehetővé tevő műszaki, elektronikai és kriptográfiai követelményekről szóló az Európai Bizottság 699/2014/EU végrehajtási rendelete
4.	A Tanács (EU) 2017/2455 irányelve (2017. december 5.) a 2006/112/EK irányelvnek és a 2009/132/EK irányelvnek a szolgáltatásnyújtásra és a termékek távértékesítésére vonatkozó bizonyos hozzáadottértékadó-kötelezettségek tekintetében történő módosításáról
5.	A belső piaci pénzforgalmi szolgáltatásokról és a 2002/65/EK, a 2009/110/EK és a 2013/36/EU irányelv és a 1093/2010/EU rendelet módosításáról, valamint a 2007/64/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló 2015. november 25-i (EU) 2015/2366 európai parlamenti és tanácsi irányelv
6.	Az Európai Unió működéséről szóló szerződés (2007. december 13.) 101., illetve 102. cikke (versenyszabályok)
7.	A Tanács 2006/112/EK irányelve 2006. november 28. a közös hozzáadottértékadó-rendszerről (HÉA irányelv)
8.	Európai Parlament és a Tanács 2001/83/EK irányelve az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek engedélyezésére, behozatalára és gyártására vonatkozó uniós szabályokról
9.	Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve (2000. június 8.) a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól (Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv)
10.	2021. évi LXIX. törvény egyes adótörvények módosításáról
11.	2013. évi L. törvény - az állami és önkormányzati szervek elektronikus információbiztonságáról (lbtv.)
12.	2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről (Ptk.)
13.	2012. évi C. törvény - a Büntető Törvénykönyvről
14.	2012. évi II. törvény - a szabálysértésekről, a szabálysértési eljárásról és a szabálysértési nyilvántartási rendszerről
15.	2011. évi CXII. törvény az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról (Info tv.)
16.	2011. évi LXXXV. törvény a környezetvédelmi termékdíjról
17.	2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról (Áfa tv.)
18.	2005. évi XCV. törvény - az emberi alkalmazásra kerülő gyógyszerekről és egyéb, a gyógyszerpiacot szabályozó törvények módosításáról
19.	1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról (Tptv.)
20.	39/2016. (XII. 21.) EMMI rendelet - az Elektronikus Egészségügyi Szolgáltatási Térrel kapcsolatos részletes szabályokról
21.	45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet - a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól
22.	44/2004. (IV. 28.) ESzCsM rendelet - az emberi felhasználásra kerülő gyógyszerek rendeléséről és kiadásáról

## 1. FÜGGELÉK – E-KERESKEDŐK ÉS FORGALMI ADATAIK ARÁNYA

Az e-kereskedelmi forgalmat bonyolító vállalkozások aránya az összes vállalkozás arányában az EU-ban 2011 és 2020 évben

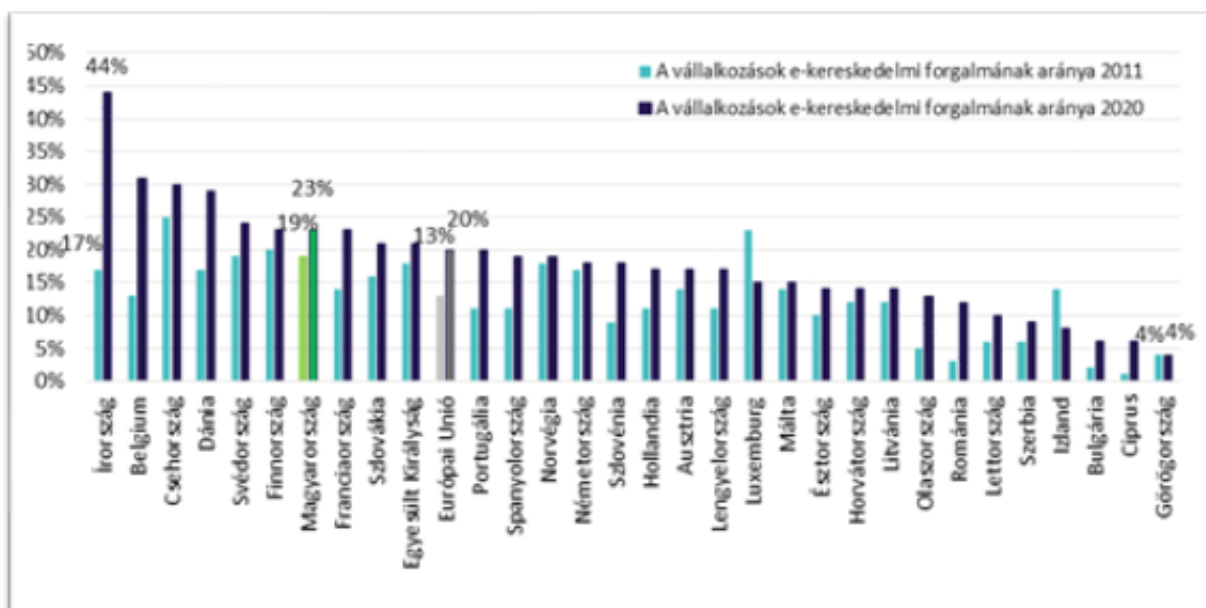


\*Minden ország esetében a rendelkezésre álló legkorábbi adat került figyelembevételre

\*\*Azok a vállalkozások kerültek figyelembevételre, amelyek legalább 1% forgalmat bonyolítottak le

Forrás: Eurostat (2020b), ÁSZ szerkesztés

A vállalkozások e-kereskedelmi forgalmának aránya a teljes kereskedelmi forgalom arányában az EU-ban 2011 és 2020 évben



\*Minden ország esetében a rendelkezésre álló legkorábbi adat került figyelembevételre

Forrás: Eurostat (2020c), ÁSZ szerkesztés

2. FÜGGELÉK – TOP E-KERESKEDŐK EURÓPÁBAN, 2019-BEN<sup>48</sup>

Helyezés	Vállalat neve	Ország	Fő ágazatok	Online forgalom (millió euró)						Teljes forgalom 2019-ben (millió euró)	Online eladás
				2014	2015	2016	2017	2018	2019		
1	Amazon	USA	Minden ágazat	24.230	25.600	28.650	30.400	33.744	32.185	32.185	100%
2	Otto Group	Németország	Divat	5.175	5.490	5.860	6.490	6.480	6.910	12.149	57%
3	Zalando	Németország	Divat, lábbeli és bőr	2.214	2.958	3.640	4.119	5.388	6.483	6.483	100%
4	Apple	USA	Szórakoztató elektronika	3.750	4.000	4.200	4.770	5.650	5.750	55.604	10%
5	Tesco	Egyesült Királyság	Élelmiszer/ Minden ágazat	3.533	4.350	4.100	4.250	4.500	4.800	53.830	9%
6	Veepee (Vente-Privée)	Franciaország	Divat	1.700	2.000	3.000	3.300	3.700	4.000	4.000	100%
7	Carrefour	Franciaország	Élelmiszer/ Minden ágazat	1.800	1.850	1.860	2.278	2.800	3.100	55.764	6%
8	Ceconomy (Mediamarkt/Saturn)	Németország	Szórakoztató elektronika	1.500	1.766	1.952	2.407	2.592	2.935	21.455	14%
9	Bol.com (Ahold)	Hollandia	Szórakoztató elektronika/ Minden ágazat	680	900	1.300	1.600	2.100	2.800	2.800	100%
10	E. Leclerc	Franciaország	Élelmiszer/ Minden ágazat	1.900	2.274	2.562	2.760	2.642	2.720	38.850	7%
11	Dixons Carphone	Egyesült Királyság	Szórakoztató elektronika	1.240	1.340	1.382	1.560	2.260	2.630	11.600	23%
12	Inditex	Spanyolország	Divat	791	900	1.420	1.850	1.410	2.588	18.488	14%
13	Next Plc.	Egyesült Királyság	Divat	1.911	2.286	2.117	2.154	2.168	2.447	4.665	52%
14	John Lewis Plc.	Egyesült Királyság	Divat, élelmiszer, testápolás	1.460	1.730	1.748	2.303	2.333	2.365	11.570	20%
15	Groupe Casino (Cdiscount)	Franciaország	Szórakoztató elektronika, élelmiszer	1.600	1.708	1.843	1.906	2.265	2.319	18.288	13%

<sup>48</sup> <https://www.retail-index.com/E-CommerceRetail.asp#top>



1052 Budapest, Apáczai Cs. J. u. 10. | 1364 Budapest 4. Pf. 54

**TEL:** +36 1 484 9100

**email:** [szamvevoszek@asz.hu](mailto:szamvevoszek@asz.hu)

**web:** [www.asz.hu](http://www.asz.hu) | [www.aszportal.hu](http://www.aszportal.hu)