

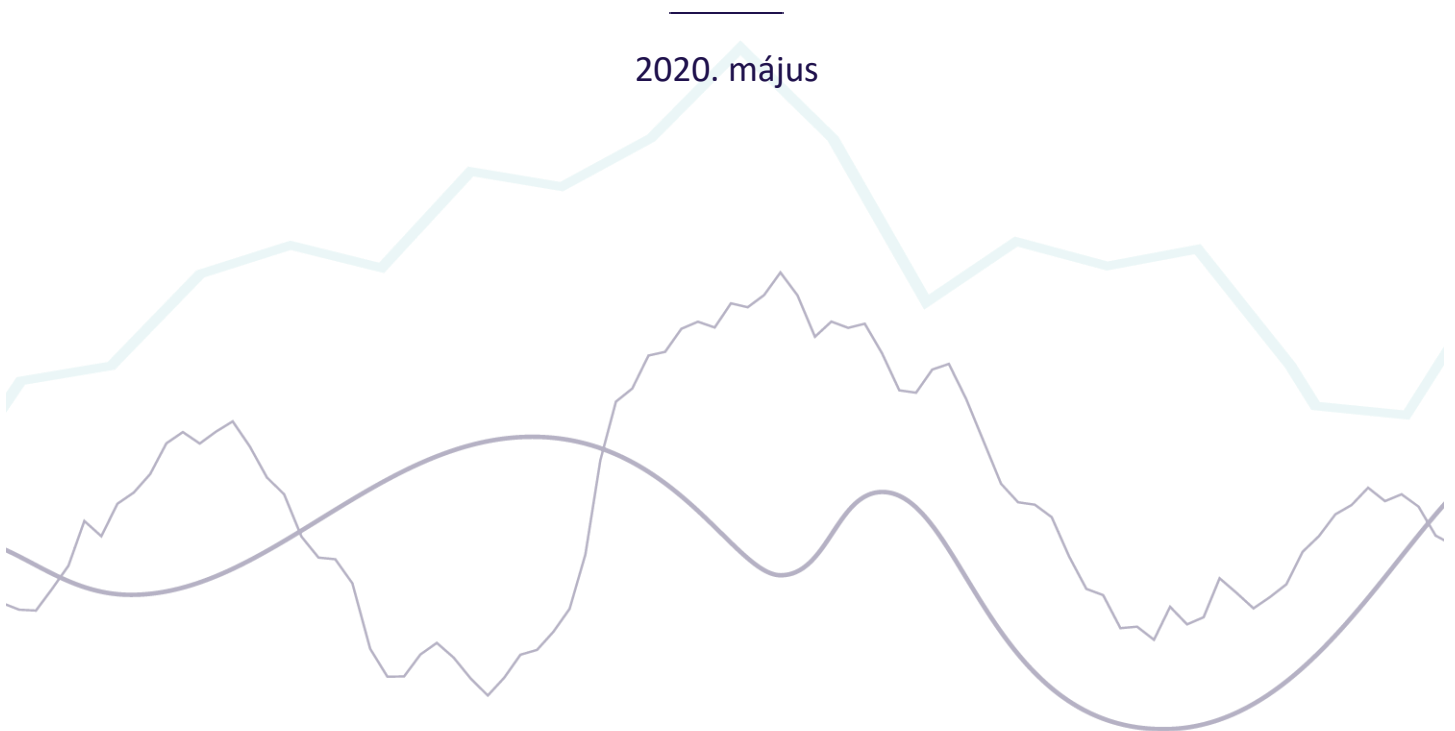


ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK

ELEMZÉS

Az internetes kereskedelem bővülésének közpénzügyi szempontjai

2020. május





ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK

ELEMZÉS

Az internetes kereskedelem bővülésének közpénzügyi szempontjai



Engedélyező:

Domokos László
elnök

Az Elemzés
az interneten
a www.asz.hu
oldalon
olvasható.

Szerkesztő:

DR. KÁDÁR KRISZTA projektvezető

Az elemzés elkészítését felügyelte:

DR. PULAY GYULA ZOLTÁN felügyeleti vezető

Készítették:

DR. KÁDÁR KRISZTA projektvezető

DOMOKOS KINGA számvevő gyakornok

WELTHERNÉ SZOLNOKI DÓRA számvevő

Kiadja az Állami Számvevőszék

EL-2323-004/2020.

TARTALOMJEGYZÉK

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ	5
BEVEZETÉS	7
AZ ELEMZÉS TERÜLETE ÉS MÓDSZERE	8
1. AZ E-KERESKEDELEM KIALAKULÁSA ÉS BŐVÜLÉSE	10
1.1. E-kereskedelem az Európai Unióban 2010-2018. között.....	10
1.2. Az e-kereskedelem bővülése Magyarországon 2010-2018. között	12
1.3. A magyar fogyasztók külföldi rendeléseinek volumenváltozása	16
1.4. Az e-kereskedelem volumenbővülése és a szállítmányozás kapcsolata.....	17
2. AZ E-KERESKEDELEM KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT FOGLALKOZTATÁSI HATÁSAI	19
3. AZ E-KERESKEDELEM EURÓPAI SZINTŰ ÉS HAZAI SZABÁLYOZÁSA	21
3.1. Az e-kereskedelem európai szintű szabályozása	21
3.2. Az e-kereskedelem hazai szabályozása	23
4. A SZABÁLYOZÁSBÓL ADÓDÓ KOCKÁZATOK, A GLOBÁLIS KERESKEDELEMMEL ÖSSZEFÜGGŐ KIHÍVÁSOK	26
4.1. Az adóbeszedéssel, az adóelkerüléssel és a tisztességtelen piaci előny szerzésével kapcsolatos kockázatok	26
4.2. A fogyasztóvédelemmel összefüggő kockázatok.....	27
4.3. A vámellenőrzésekhez és vámbeszedéshez kapcsolódó kockázatok	28
4.4. A kockázatok kezelése céljából tervezett európai uniós intézkedések	28
4.5. Az intézkedések hazai megvalósítása	29
5. AZ E-KERESKEDELEM SZEREPE A GAZDASÁGBAN, KÖZPÉNZÜGYI KOCKÁZATOK	30
5.1. Az e-kereskedelem fejlesztésére vonatkozó kormányzati célok	30
5.2. Az e-kereskedelemből származó költségvetési bevételek realizálása	31
5.3. Az adóbázis csökkenésével kapcsolatos kockázatok	32
1.SZ. MELLÉKLET: AZ ÁLLAMI SZERVEZETEK FELADATAI AZ E-KERESKEDELEM SZABÁLYOZÁSÁBAN ÉS FELÜGYELETÉBEN	34
RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE	36
FOGALOMTÁR	37
FELHASZNÁLT IRODALOM	40
JOGSZABÁLYOK ÉS KÖZJOGI SZABÁLYOZÓ ESZKÖZÖK JEGYZÉKE	45

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

Az informatikai eszközök és megoldások fejlődésével az internetes vásárlások száma és volumene is nőtt az Európai Unióban. Az elmúlt évtizedben párhuzamos növekedés volt megfigyelhető a rendszeres internethasználók aránya és azon személyek aránya között, akik termékek vagy szolgáltatások megrendelésére használták az internetet. Az Európai Unióban mintegy 270 millió internetes vásárló közel 200 Mrd euró forgalmat generált 2018-ban internetes vásárlásokkal. Nem csak a tagállamokon belüli, hanem a határokon kívüli megrendelések aránya is nőtt az Európai Unióban 2013-2018. között.

A hazai vásárlási szokások (a világ többi részéhez hasonló) átalakuláson mennek keresztül napjainkban. Az Európai Unióban tapasztalható trend, amely szerint az internethasználattal párhuzamosan az interneten keresztül létrejövő kereskedelmi ügyletek száma emelkedik, Magyarországra is igaz. Az elemzett időszakban növekedett az átlagos kosárérték, továbbá az egy online vásárlóra jutó éves átlagos online forgalom értéke. Hazánkban is jelentősen nőtt az internetről terméket vagy szolgáltatást rendelők aránya, azonban az arány elmaradt az EU átlagától. Nőtt – akárcsak az Európai Unióban - hazánkban is a vállalkozások elektronikus kereskedelemről származó árbevétele, leginkább a nagyvállalatok esetében. Az üzlettípus forgalma nominális értékben 2017-ről 2018. évre mintegy 30%-kal bővült. Az elemzések eltérnek a tekintetben, hogy várható-e az interneten vásárlók számának jelentős bővülése a közeljövőben, vagy csak az online vásárlási gyakoriság és a kosárérték növekedése várható.

2018-ban az internetes kiskereskedelemről belföldön realizált bevételek 54%-a a vállalkozások 8%-át jelentő külföldi irányítású társaságnál koncentrált. Eközben a kiskereskedelmi üzletek száma Magyarországon 2010. és 2018. évek között mintegy 17%-kal, a kiskereskedelmi vállalkozások száma 20%-kal, a szállítást, raktározást fő tevékenységként megjelölő vállalkozások száma közel 19%-kal csökkent.

A magyar gazdaságot jellemző adatsorok alapján kirajzolódik, hogy a növekvő forgalmat mind a kereskedelem, mind a szállítmányozás-raktározás terén csökkenő számú vállalkozás állítja elő, és a forgalom nagyobb részét külföldi tulajdonú vállalkozások bonyolítják.

A külföldről történő megrendelések forgalmának bővülését jelzi a külföldről érkező levél- és csomagpostai küldemények növekvő száma. Export oldalon a magyar kis- és középvállalati szektor, vagyis a 250 főnél kevesebbet foglalkoztató nem pénzügyi vállalkozások is mind jobban bekapcsolódtak a határon átnyúló elektronikus kereskedelembe. Magyarországon 2014-ben a pénzügyi szektoron kívül működő KKV-k 3,9%-a teljesített külföldi online megrendelést.

A kormány az online kereskedelmi forgalom élénkítését tűzte ki célul a 2010-es években, amelynek legfontosabb eszközei a vásárlást megkönnyítő technikai fejlesztések, a fejlődést serkentő szabályozás, a szabálytalanul működő webáruházak kiszűrése, a fogyasztói panaszok minél hatékonyabb kezelése és a jogkövetés elősegítése büntető és ösztönző módszerekkel. 2017-ben a kormány javítani kívánta hazánk 2016. évi 10. pozícióját az EU rangsorában. Magyarország 2017-ben a 9., 2018-ban és 2019-ben pedig már a 7. helyen állt az e-kereskedelmi ranglistán az EU-ban, ami azt jelenti, hogy a magyar vállalkozások teljes értékesítési tevékenységük egyre nagyobb hányadát (2019-ben 23,6%-át) bonyolították le az interneten keresztül. Ezzel hazánk jelentősen javítani tudta pozícióját.

A közösségi és az uniós jogszabályokat követve a hazai e-kereskedelemre vonatkozó szabályozás kiegészült, módosult. A szabályozói környezet folyamatos fejlesztésének célja az európai jogharmonizáció elősegítése, a nemzetközi versenyképesség javítása, a fogyasztói jogvédelem biztosítása, a környezet megóvása és az e-kereskedelem kapcsán felmerülő kockázatok, visszaélések minimalizálása volt. A hazai internetes eladási forgalmat tekintve a legnagyobb cégek fele külföldi tulajdonú vállalkozás. A kisebb magyar vállalkozások az

infrastrukturális ellátottságukat tekintve elmaradásban vannak az Európai Uniótól, ami további versenyhátrányokat jelent számukra.

Elemzésünk az áfabeszedéssel, a fogyasztóvédelemmel, az adóelkerüléssel és a tisztességtelen piaci előny szerzésével illetve a vámellenőrzésekkel és vámbeszedéssel kapcsolatban azonosított kockázatokat. Mind az európai uniós, mind a hazai szabályozási környezet változásai csökkentették az elemzett időszakban az áfa- és vámbeszedés területén fennálló kockázatokat, azonban azokat teljes egészében nem tudták megszüntetni.

Az Európai Unió a fennálló kockázatok kezelésére (amihez a társasági adó bázisának eróziója is hozzátartozik) több projektet indított el az elmúlt években, illetve több jogszabályt módosított, amelyek egy része 2019-ben, egy része viszont csak a következő években lép hatályba. A Nemzeti Adó- és Vámhivatal tájékoztatása szerint az uniós projektekbe hazánk bekapcsolódott és a szükséges fejlesztéseket megkezdte a rendszer átláthatóbbá tétele, az áfa- és vámbeszedés hatékonyságának növelése céljából.

Hipotézisünk, miszerint az e-kereskedelemben végbement üzletszám-csökkenés egyúttal a kereskedelemben foglalkoztatottak számának csökkenését is eredményezi, míg a csomagküldő szektor fejlődése a szállítványozás és raktározás területén a foglalkoztatás bővülésével jár együtt, részben igazolódott. A szállítványozásban és raktározásban foglalkoztatottak száma jelentősen nőtt a 2015-2017. években (ami összefüggésbe hozható az e-kereskedelem fejlődésével), ugyanakkor a kiskereskedelemben foglalkoztatottak száma az elemzett időszakban összességében stagnált.

Az e-kereskedelem fejlődésének, volumen-növekedésének hatása leginkább a gazdaság fejlődésében érhető tetten: a kereskedelmi forgalom növekedése a lakosság fogyasztásának növekedésével jár, ami a költségvetésbe befizetett áfa összegét is növeli, emellett – megfelelően szigorú szabályozás mellett - járulékos pozitív hatása lehet a vállalkozások jövedelmezőségére, ami a társasági adó-befizetés mértékének növekedését eredményezheti. Becslésünk alapján a realizált áfa-bevételek nagysága az e-kereskedelemben évről évre nőtt a forgalom növekedésével. Az internetes kereskedelem térnyerésével fennáll az adóbázis csökkenésének lehetősége, azonban a közlejövőben bevezetésre kerülő uniós és hazai jogszabályváltozások mérsékelik az ezzel járó kockázatokat.

Az elemzés készítésének idejében, 2020 márciusában a Kormány korlátozó intézkedéseket vezetett be a koronavírus fertőzések csökkentése érdekében. Az elkövetkező hónapokban a fizikai kontaktusokon alapuló kiskereskedelmi vásárlások számának számottevő csökkenése várható, mivel az üzletekben történő vásárlásokkal szemben egyre több vásárló részesíti előnyben az egészségügyi szempontból biztonságosabb internetes megrendeléseket. A kiskereskedelmi egységek egy része az e-kereskedelemre való teljes vagy részleges átállással próbálja túlélni a mostani nehéz időszakot: várhatóan egyre többen szerzik meg az internetes kereskedelemhez szükséges kompetenciákat és tapasztalatot. Az internetes eladásokkal olyan kisebb, hazai tulajdonú kereskedelmi egységek is megpróbálkozhatnak, amelyek eddig kizárólag vagy döntő módon hagyományos kiskereskedelmi tevékenységet folytattak.

Az újonnan létrejött webáruházak, illetve az online értékesítést tevékenységi körükbe felvevő vállalkozások fennmaradása esetén a hazai e-kereskedelemben belül emelkedhet a magyar tulajdonú vállalkozások által bonyolított forgalom részaránya.

Hosszú távon az internetes értékesítés tartós növekedésére lehet számítani. Mindez további fejlesztéseket generálhat a webes kereskedelem területén (aminek része az elektronikus fizetési rendszerek fejlesztése, a logisztikai szolgáltatások, a szállítványozási ágazat fejlődése). A változások még aktuálisabbá teszik az e-kereskedelem adózással, fogyasztóvédelemmel és informatikai biztonsággal összefüggő jogszabályi környezetének – uniós és hazai - megújítását.

BEVEZETÉS

Az internetes, vagy másként elektronikus kereskedelem (e-kereskedelem, online kereskedelem, webes kereskedelem) az áruknak és szolgáltatásoknak az interneten vagy más online kommunikációs hálózatokon keresztül történő adásvételét jelenti. Az e-kereskedelem magában foglalja a termékek online értékesítését, a digitális termékek és szolgáltatások digitális értékesítését és fogyasztóhoz juttatását, valamint a szolgáltatások digitális közvetítését. Az e-kereskedelemben a digitalizáción alapuló technológiákat alkalmazzák, ez teszi lehetővé az eladó és a vevő hagyományostól eltérő ügyletének létrejöttét. Az e-kereskedelem térhódításával az áruk forgalmazása mellett megjelentek és kibővültek az elektronikus pénztalással, elektronikus értékpapír és ügyfélszolgálati kereskedelemmel és az elektronikus fuvarlevelek kiállításával kapcsolatos tevékenységek is.

Az elektronikus kereskedelem mára a világ egyik legdinamikusabban fejlődő üzletágává vált.

Az e-kereskedelem az elmúlt évtizedben rohamosan fejlődött, az Európai Unióban 2018-ban a rendszeres internethasználó magánszemélyek 60%-a indított megrendelést az interneten, és a vállalkozások becslése alapján bevételük 17%-a származott legalább részben elektronikus úton folyó kereskedelmi ügyletből.

Magyarországon az e-kereskedelem fejlődése terén – amint azt az elemzésben bemutatott statisztikák is mutatják – az Európai Unióban tapasztalt jelenségekkel azonos változások történtek az elemzett időszakban. Jelentősen növekedett az internet használat, a fogyasztók igénye megnőtt az elektronikus úton lebonyolítható beszerzések iránt, nőtt az internetes kereskedelem volumene mind a határon belüli, mint a határon átnyúló ügyletek vonatkozásában.

Az elemzés tárgyát az elektronikus úton megvalósított, a vállalkozások és fogyasztók közötti kereskedelmi ügyletek képezik. Az interneten keresztül megvalósuló kereskedelmi tranzakciók volumenének növekedése egy oldalról a költségvetés általános forgalmi adóból és a vámokból származó bevételeihez kapcsolódóan érezteti pozitív hatását, de növeli a belföldi fogyasztás és a hazai vállalkozások exportjának volumenét, a jövedelmezőséget, ami magasabb társasági adó-bevételekben nyilvánulhat meg. Másfelől azonban – amint azzal a világ számos állama és államközi szervezete is szembesült – felerősítheti egyes, az állami bevételek beszűkítésében és más társadalmi-gazdasági területeken már egyébként is fennálló országspecifikus vagy általános kockázatok bekövetkezésének valószínűségét és hatását. Elemzésünkben ezen kockázatoknak is utánajárunk.

AZ ELEMZÉS TERÜLETE ÉS MÓDSZERE

Az elemzés területe

Közpénzügyi szempontból kiemelt jelentősége van annak, hogy a kereskedelem internetre terelődése ne járjon együtt az adóbázis csökkenésével. Ezért az elemzés körbejárja, hogy az államháztartás érdekeinek megfelelőek-e a kapcsolódó szabályozások (pl. vámok, áfa), és feltárja az ezzel kapcsolatos kockázatokat. Elemzésünkben a nemzetközi és magyar jogi szabályozók áttekintését megelőzően az e-kereskedelem vonatkozásában rendelkezésre álló statisztikákra alapozva bemutatjuk annak volumenváltozását a 2010-2018. közötti időszakban. Az elemzés a kereskedelemre, szállítmányozásra, a foglalkoztatásra és az e-kereskedelem adminisztrációjában részt vevő állami szereplőkre gyakorolt hatásokat is értékeli.

Elemzésünk közpénzügyi nézőpontból mutatja be az e-kereskedelem hatásait, fejlődési lehetőségeit, adózási és vámbeszedési kockázatait és alapul szolgálhat egy ebben a témakörben végrehajtandó számvevőszéki ellenőrzés fókuszterületei kijelöléséhez.

Az elemzés módszere

Az elemzés elkészítéséhez nyilvánosan elérhető dokumentumokat használtunk fel. Az e-kereskedelem jogi kereteit a témához kapcsolódó európai uniós és magyar jogi normarendszer dokumentumai alapján tártuk fel. Az e-kereskedelem volumenének változásaira elsősorban az Európai Unió (EU) és a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) hivatalos statisztikái alapján világitottunk rá, az adóbevételek változásait a központi költségvetés végrehajtásáról szóló zárszámadási törvények adatai alapján mutattuk be. Az elemzés következtetésekének levonásához további, a témában nyilvánosan elérhető szakmai elemzések, tanulmányok és publikációk, állami szervezetek beszámolói, közleményei, hivatalos tájékoztatói, egyes, az e-kereskedelemben érintett hazai gazdasági társaságok szakmai beszámolói, közleményei valamint nyilvánosan elérhető tanulmányok, kormányzati kommunikációs dokumentumok, stratégiák szolgáltak alapul. Felhasználtuk a NAV által 2020-ban az ÁSZ rendelkezésére bocsátott összefoglaló anyagot a digitális adózás kérdéskörében.

Az elemzett időszak a 2010-2018. évek, egyes statisztikai adatgyűjtések esetében azonban az elemzés- módszertani változások, illetve az adatfelvétel kezdete vagy gyakorisága miatt – az elemzett időszaktól eltér. Statisztikák hiányában az elemzésben saját becslést készítettünk az áfabevételekre vonatkozóan, illetve előfordult több helyen, hogy nyilvános dokumentumokból származó becslést mutatunk be.

Az e-kereskedelemben részt vevő partnerek típusa alapján megkülönböztethetjük a vállalatok közötti kapcsolatot (business to business), a vállalkozások és fogyasztók közötti kapcsolatot (business to consumer), a vállalatok és a közigazgatás közötti kapcsolatot (business to administration), a lakosság és a közigazgatás közötti kapcsolatot (consumer to administration), a fogyasztók közötti kapcsolatot (consumer to consumer) illetve a vállalat és alkalmazottai közötti kapcsolatot (business to employee) (Csuhai, 2001). Jelen elemzés elsősorban a B2C (vállalkozások és fogyasztók) közötti kapcsolatokra tér ki. Az elemzés nem tárgyalja a magánszemélyek közötti elektronikus adásvételi és üzletkötési kapcsolatok körét, annak volumenét és hatásait.

Jóllehet, elemzésünk elsősorban a gazdasági társaságok és a lakossági fogyasztók (B2C) kereskedelmi kapcsolatai volumenével és gazdasági hatásaival, valamint a kapcsolódó adózási, és a költségvetési bevétel szerkezet módosításának egyes kérdéseivel foglalkozik, a hivatalos statisztikák nem minden esetben bontják meg a gazdasági társaságok és fogyasztók, valamint a gazdasági társaságok közötti kapcsolatok szerint az adatokat. Egyes jelzett kivételektől

eltekintve éppen ezért nem különítettük el a B2B és B2C ügyletek volumenének, fejlődésének adatait.

A „kereskedelem” szektoron belül az elektronikus formában kezdeményezett vagy kifejezetten elektronikus termékek és szolgáltatások kereskedelme tekintetében a termék és szolgáltatás exportjára és importjára vonatkozó megbízható adatok nem állnak rendelkezésre. Az általános forgalmi adó (áfa) esetében a Nemzeti Adó és Vámhivatal (NAV) nem rendelkezik olyan nyilvános adatokkal, amelyek megkülönböztetik a hagyományos és az e-kereskedelmi forma szerinti befizetéseket.

Az e-kereskedelem bővülésének elemzése során a hivatalos statisztikákat kibocsátó nemzetközi és magyar állami hivatalok, szervezetek adatait vettük alapul. Magyarországon több olyan, a szegmensben működő vállalkozások számára kutatási-tanácsadási tevékenységet végző gazdasági társaság is működik, amely az e-kereskedelem adatait gyűjti, trendjeit követi, és abból következtetéseket von le. A társaságok adatgyűjtési módszertana nem publikus.

1. AZ E-KERESKEDELEM KIALAKULÁSA ÉS BŐVÜLÉSE

Az alábbi fejezetben röviden betekintést nyújtunk az elektronikus kereskedelem fejlődésébe, bővülésébe, valamint annak az egyes logisztikai szolgáltatások volumenére gyakorolt hatásaira. A fejezetben igazoljuk, hogy Magyarországon a kereskedelem elektronikus formája az Európai Unióban megfigyelhető trendekkel azonos trendeket követ, fokozatosan bővült az elmúlt években.

1.1. E-KERESKEDELEM AZ EURÓPAI UNIÓBAN 2010-2018. KÖZÖTT

A negyedik ipari forradalomként aposztrofált információs társadalom kialakulásával, valamint az internet rohamos fejlődésével párhuzamosan alakultak ki a technológiai lehetőségeket kihasználó új kereskedelmi módszerek, csatornák. Már az 1990-es évek elején megkezdődött az e-kereskedelemben rejlő lehetőségek kiaknázása. A dinamikusan fejlődő információs és kommunikációs technológia mind nagyobb mértékben tette lehetővé a vállalkozások, és az állampolgárok számára a hagyományos és elektronikus termékek és szolgáltatások elektronikus úton való elérését – kiterjed mindez az interneten történő vásárlói tájékozódástól kezdve a termék és szolgáltatás megrendelésére, a pénzügyi ellentételezésére és termék illetve szolgáltatás használatra kész állapotban való átvételén, vagy használatán keresztül akár az esetleges utólagos támogató tevékenységekre (pl. garancia érvényesítés, reklamáció, termékcsere, javítás, verziófrissítés).

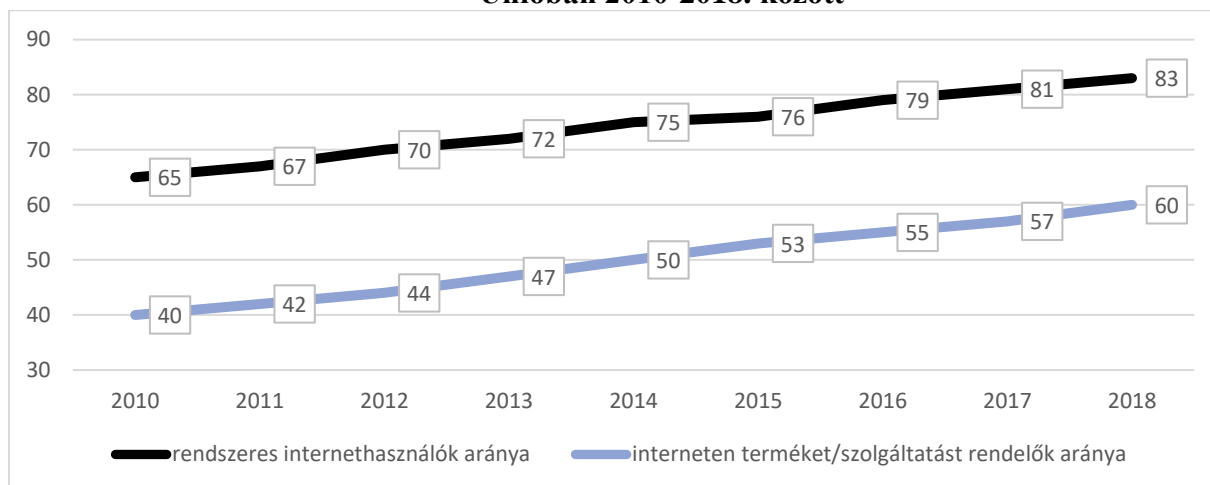
Az *e-business* az elektronikus hálózaton keresztül folytatott üzleti tevékenység, ami az üzleti kapcsolatokat részben vagy egészében az elektronikus hálózaton keresztül bonyolítja mind a vállalaton belüli, mind a vállalatok közötti illetve a vállalatok és fogyasztók közötti relációban. (Bartolits 2001.) Az elektronikus kereskedelem (e-kereskedelem) az interneten folytatott elektronikus üzletvitel egy szelete, amely a termékek és szolgáltatások online értékesítését, az elektronikus beszerzést, a beszállítói, partneri kapcsolatok fenntartását foglalja magában, amelynek különlegessége, hogy a felek közötti kommunikációs csatorna az internet. Az e-kereskedelem során a kereskedelemben érintett eladó és vevő között egy fogyasztói szerződés jön létre, amelyet távértékesítési rendszer keretében a felek egyidejű fizikai jelenléte nélkül úgy kötnek meg, hogy a szerződés megkötése érdekében a szerződő felek kizárólag távollévők közötti kommunikációt lehetővé tevő eszközt alkalmaznak.

Az elmúlt évtizedben párhuzamos növekedés volt megfigyelhető a rendszeres internethasználók aránya és azon személyek aránya között, akik termékek vagy szolgáltatások megrendelésére használták az internetet. Az Európai Unió vonatkozó, 2010 és 2018. évek közötti adatait a 16–74 éves személyek százalékában az 1. sz. ábra mutatja be¹.

¹ Rendszeres használat: a felmérést megelőző három hónapban átlagosan hetente legalább egyszer használata az internetet. A használat minden helyszínt és kapcsolódási módot lefed. Interneten történő rendelés kapcsán azon személyek aránya, akik a felmérést megelőző három hónapban termékek vagy szolgáltatások megrendelésére használták az internetet.)

1. sz. ábra

A rendszeres internethasználók és az interneten vásárlók aránya az Európai Unióban 2010-2018. között

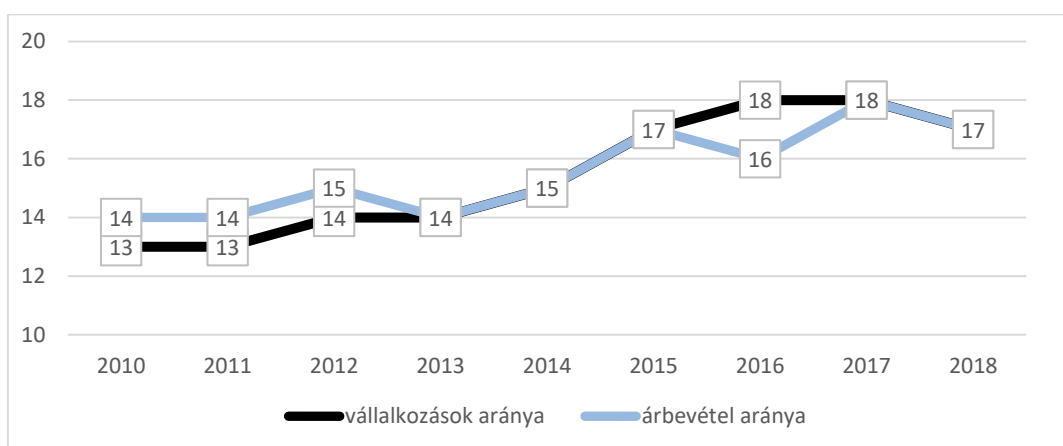


Forrás: EUROSTAT (5) alapján, ÁSZ szerkesztés

Az EUROSTAT adatai az online kereskedelemről származó bevételek arányának növekedését mutatják. A 2. ábra bemutatja, hogy a 2010. évi 12%-os szintről 2018. évre 17%-ra nőtt mindazon, legalább 10 főt foglalkoztató vállalkozások elektronikus kereskedelemből származó árbevétele, amelyek legalább 1%-ban online kapják megrendeléseiket. (Az összes cégen belül a kisvállalkozások (alkalmazottak száma 10-49 fő közt) esetében ugyanez az arány 10%-ról 15%-ra, közepes méretű vállalkozások (50-249 fő) esetében 20%-ról 25%-ra, nagyvállalatok (250 főnél több foglalkoztatott) esetében 31%-ról 38%-ra változott.)

2. sz. ábra

Az online megrendeléseket fogadó vállalkozások és az e-kereskedelemből származó árbevétel aránya az Európai Unióban 2010-2018. között



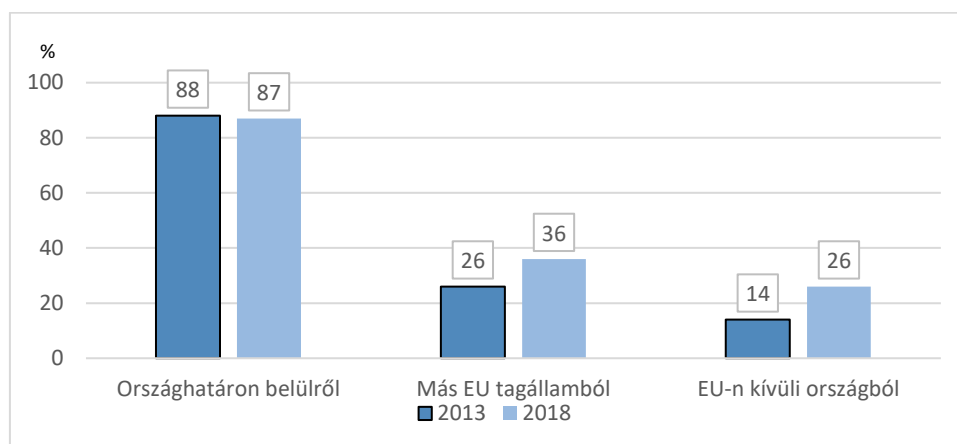
Forrás: EUROSTAT (1) és (2) alapján, ÁSZ szerkesztés

Az Európai Unióban a kiskereskedelem volumene 2018-ban az előző évhez képest 2,1%-kal bővült (KSH, 2018a), a vállalkozások internetes kereskedelemből származó bevétele pedig elérte a 17%-ot (EUROSTAT, 2019). Egy 2018. évi felmérés szerint az Európai Unióban a 16-74 éves lakosság átlagosan 60%-a (az internetet használó lakosság átlagosan 69%-a) kezdeményezett online beszerzést a felmérést megelőző egy évben.

Az Európai Unióban mintegy 270 millió online vásárló közel 200 Mrd euró forgalmat generált 2018-ban. 200 millió főre tehető a külföldről (Európai Unió tagországából vagy Európai Unión kívüli országból) online módon vásárlók száma (PostNord, 2018). Az alábbi ábra a határon átnyúló megrendelések iránti igény növekedését mutatja.

3. sz. ábra

Országon belüli és határokon kívüli megrendelések aránya (az interneten vásárlók %-ában) az Európai Unióban



Forrás: EUROSTAT 2019. alapján, ÁSZ szerkesztés

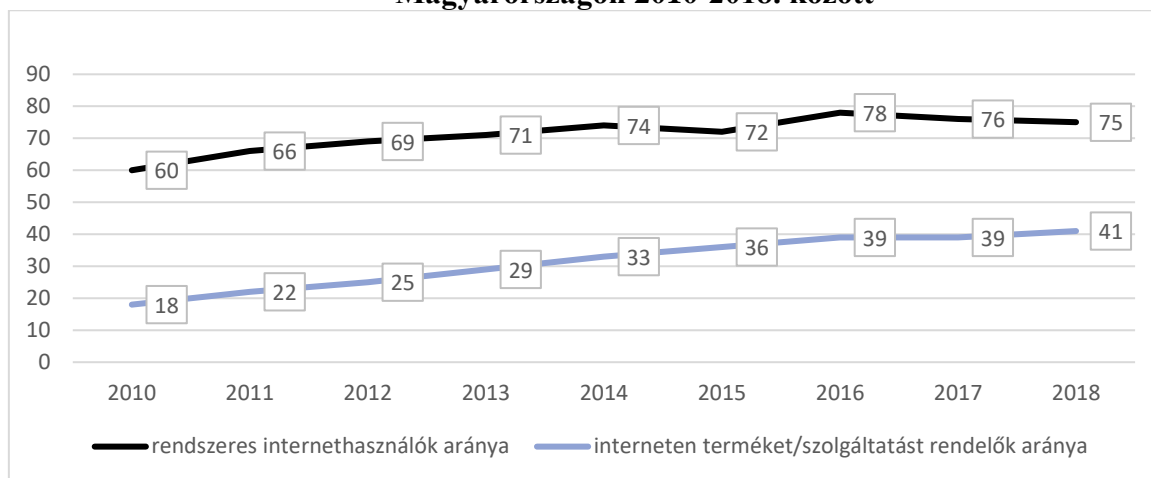
2013-ról 2018-ra jelentősen nőtt az Európai Unióban élő vásárlók más tagállamból történő megrendeléseinek és az Európai Unión kívüli országokból történő megrendeléseinek aránya (26%-ról 36%-ra illetve 14%-ról 26%-ra, EUROSTAT, 2019). Az adatok mutatják, hogy az EU-tagállamok egymás közötti online vásárlásainak volumene még mindig jóval meghaladja az EU-n kívüli országok webshopjaiban leadott rendeléseinek számát, bár arányaiban ez utóbbi növekedett nagyobb mértékben az ábrázolt időszakban.

**1.2. AZ E-KERESKEDELEM BŐVÜLÉSE
MAGYARORSZÁGON 2010-2018. KÖZÖTT**

2013-ban Magyarországon a háztartások 58%-a rendelkezett internet hozzáféréssel, ez az arány 2018-ra azonban már 83%-ra emelkedett (KSH, 2018b). Az Európai Unióban tapasztalható trend, amely szerint az internet használattal párhuzamosan az interneten keresztül létrejövő kereskedelmi ügyletek száma emelkedik, Magyarországra is igaz (lásd a 4. sz. ábrán). A rendszeresen internetet használók aránya Magyarországon a 2010. évi 60%-ról 2018-ra 75%-ra nőtt, az interneten vásárlók aránya az internetet használók között ugyanezen időszakban 18%-ról 41%-ra változott, amely arány – a dinamikus fejlődés ellenére – az Európai Unió egészére vonatkozó adatoktól elmaradt (vö. 1. ábra).

4. sz. ábra

A rendszeres internethasználók és az interneten vásárlók aránya Magyarországon 2010-2018. között

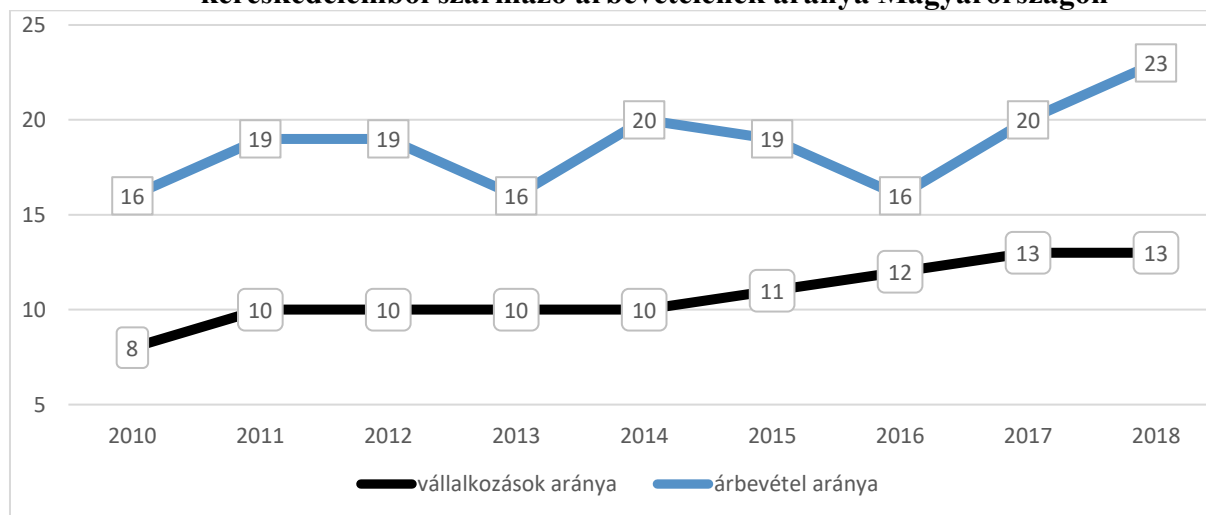


Forrás: EUROSTAT (5) és (4) alapján, ÁSZ szerkesztés

Magyarországon 2018-ban már a vállalkozások túlnyomó része (91%) rendelkezett internet kapcsolattal, kétharmada rendelkezett saját honlappal (KSH, 2018a), de arra vonatkozóan nincs adat, hogy ezek közül hányan üzemeltettek webshopot is. Az Európai Unió 2018. évi átlagától (17%) kissé elmaradva a magyar vállalkozások 13%-a kapott legalább 1%-ban online megrendelést. A hazai vállalkozások esetében azonban az uniós átlagot (17%) meghaladó mértékű a legalább 10 főt foglalkoztató vállalkozások online kereskedeleméből származó bevétele, amelynek értéke 2018-ra elérte a 23%-ot, amint azt az 5. sz. ábra mutatja.

5. sz. ábra

Az online megrendeléseket fogadó vállalkozások és a vállalkozások e-kereskedelemből származó árbevételének aránya Magyarországon*



Forrás: EUROSTAT (1) és (2) alapján, ÁSZ szerkesztés (*: az összes vállalkozás illetve a teljes kereskedelmi forgalom arányában)

A KSH adatgyűjtése során a kiskereskedelmi forgalom esetében a „csomagküldő és internet” üzlettypusra elkülönítve gyűjt adatokat. A KSH üzlettypusba sorolása a vállalkozások fő

tevékenysége alapján történik². A „csomagküldő és internet” üzlettípus forgalma a hazai kiskereskedelmi forgalmon belül 2015-ben 2,6%-ot, 2018-ban 4,8%-ot tett ki. Az üzlettípus forgalma nominális értékben 2017-ről 2018. évre mintegy 30%-kal bővült (KSH, 2018a), 2018-ban elérte az 543,2 Mrd Ft-ot.

A webáruházak számára vonatkozóan – nem nyilvános módszertannal készített – bizonytalan becslések állnak csak rendelkezésre, számuk 2018 elején egyes becslések szerint legalább 5 ezer (GKI, 2019) más becslések szerint 10 és 15 ezer között lehetett (Webshopabc, 2018). Az idézett cikkek mindazonáltal rámutatnak az adatgyűjtési módszertan eltéréseiből adódó nehézségekre. Az internetkutató tanácsadó cégek a webáruházak számának becslésekor mindazon vállalkozásokat üzlettípusba sorolástól függetlenül számba veszik, melyek fogyasztóikkal elektronikus formában is kereskednek.

A háztartások végső fogyasztási kiadása a GDP legnagyobb súlyú tétele (Kovalszky, 2017). A bruttó hazai terméken belül a háztartási fogyasztások vásárlásból származó kiadása a 2010. és 2017. évek között 44-48% közötti volt (KSH STADAT 3.1.1 és 3.1.23).³ A „kereskedelem, gépjárműjavítás” ágazat az elemzett időszakban mintegy 10-11%-os részaránnyal vett részt a bruttó hozzáadott érték⁴ előállításában (KSH STADAT 3.1.4).

A hazai vásárlási szokások (a világ minden táján tapasztaltakhoz hasonló) átalakulásáról tanúskodik, hogy a 2017. évi 13.400 Ft-ról 2018. évre 15.400 Ft-ra növekedett az átlagos kosárérték, az az összeg, amely egy online vásárlási ügylet ellenértéke (több termék egyidejű megrendelése esetén össz-ellenértéke). Beszédes továbbá az ún. „egy online vásárlóra jutó éves átlagos online forgalom”, amelynek 2017. évről 2018. évre való növekedése közel 12%-os, összességében 111 ezer Ft-ról 124 ezer Ft-ra növekedett (eNET, 2019).

A hazai vásárlók internetes beszerzéseik során 64%-ban árut, 36%-ban szolgáltatást vásároltak 2018-ban. Az árubeszerzések között a számítógépes hardver és szórakoztató elektronika (17%) és a ruházat (17%) beszerzése, valamint a filmek, zenék, könyv, magazin, újság, távoktatási anyagok beszerzése (11%) és azonos arányban a háztartási eszközök beszerzése (11%) dominált 2018-ban. Az online élelmiszer beszerzés az internetes rendeléseknek mindössze 4%-át tette ki a 2018-ban végzett KSH felmérés szerint (KSH, 2018a).

A globalizációs folyamat a térbeli újraszervezésből, a nemzetközi kereskedelemről valamint a pénzpiacok integrációjából fakadó gazdasági erőkre vezethető vissza. A technológiai újítások (mint az e-kereskedelem) megjelenésének és elterjedésének eredményeképp a globálisan kihelyezett tevékenységek koordinálása is olcsóbbá és kezelhetőbbé vált (Bodnár és tsai., 2014.) A digitális gazdaság egyre növekvő részét képezi az EU-ban is a globális digitális platformokon keresztül folytatott kereskedelem. Az internetes kiskereskedelemről belföldön realizált bevételek 54%-a a vállalkozások 8%-át jelentő külföldi irányítású társaságnál koncentrálódott. A hazai tulajdonú vállalkozások átlagosan évi 60 M Ft, míg a többségében külföldi tulajdonban lévő vállalkozások átlagosan évi több mint 750 M Ft forgalmat bonyolítottak le (KSH, 2018a).

A kereskedelemben a versenyképességet meghatározza, hogy milyen mértékben valósítható meg a világpiacon keresett, jó áron eladható termékekkel és szolgáltatásokkal a tartós jelenlét. (Csath, 2019). Az e-kereskedelem versenyképességet növelő tényező, azonban nem mindegy,

² A módszer sajátossága tehát, hogy az internetes kereskedelemmel is foglalkozó, de fő tevékenységnek nem azt megjelölő vállalkozásokat nem e típusban veszi számba, pl. a műszaki kereskedések is folytatnak elektronikus formában kereskedelmet, amely forgalmat az adat nem tartalmazza. A KSH 2015-ben módszertani változtatásokat eszközölt az adatgyűjtésben.

³ 2018. évi tényadat nem áll rendelkezésre a háztartások tényleges, vásárlásból származó fogyasztására.

⁴ A bruttó hozzáadott érték és a „termékdók és -támogatások egyenlege” együttesen a bruttó hazai termék (piaci beszerzési áron).

hogyan a vállalkozások milyen háttérrel (infrastruktúrával) és ügyfélkörrel, illetve szabályozói környezettel lépnek a globális piacra. A hazai vállalkozások számos szempontból lemaradásban vannak az európai uniós illetve a globális cégekkel szemben, ami versenyhátrányokat jelenthet működésükre nézve. (A magyar vállalkozások 93%-a rendelkezett 2017-ben internettel, ami az uniós átlag alatt van 4 százalékponttal.) Az internetes kereskedelemben tevékenykedő cégek versenyképességére hatással van a kormányzati szerepvállalás mértéke is (szabályozások, tiltások, ösztönzők). A hazai e-kereskedelemre vonatkozó stratégiai dokumentumok (lásd az 5.1. fejezetet) valamint az Ekertv. célul tűzte ki a hazai vállalkozások versenyképességének növelését (pl. uniós pályázatokon keresztül megvalósuló támogatás, tudásanyag erősítése, üzleti és jogi tanácsadás).

2018-ban a legnagyobb forgalmat bonyolító magyar internetes kereskedést folytató 10 cégből 5 magyar tulajdonú volt. A hazai, 2018-ban toplistás e-kereskedő cégeket egységesen jellemzi, hogy rendszeresen kampányokat folytatnak és kiemelkedő a szolgáltatásaik színvonala. Ezek a cégek nem csak interneten kereskednek, hanem rendelkeznek bolthálózattal is, amellyel többcsatornás értékesítést valósíthatnak meg. Fontos az innováció, a termékkínálat folyamatos bővítése, a kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése, mint a megfelelő márka, a növekedéshez szükséges tőke, vagy épp a jól megválasztott árszint (GKI Digital, 2019.)

A vásárlói szokások átalakulását jelzi, hogy a kiskereskedelmi üzletek száma Magyarországon 2010. és 2018. évek között a 2010. évi 90.918 db-ról a 2018. évre 75.577 db-ra (a 2011. évi darabszám-növekedés kivételével folyamatosan), mintegy 17%-kal, a kiskereskedelmi vállalkozások száma 61 ezerről mintegy 49 ezerre csökkent.

Egy szakértői fórum megállapításai szerint az e-kereskedelem előretörése miatt a hazai bevásárlóközpontok és kiskereskedelmi boltok száma és funkciója átalakuláson mehet keresztül a közeljövőben. Jóllehet, a plázák szerepe és mérete jelentősen nem változik, de a jövőben lehetnek olyanok, amelyek funkciójukat illetően át fogják alakulni. A különböző létesítmények közül a jó plázák kevésbé veszélyeztetettek, mivel utóbbiak más vásárlási élményt nyújtanak. A szakértők véleménye szerint az online vásárlás soha nem pótolja a gasztronómiát, illetve a közösségi élményt. Sokan ugyanis a vásárlást a közösségi élménynek tekintik, ezért a jövő a szórakoztató funkció erősítése lehet. Az e-kereskedelem hatására az elmúlt években 50%-kal csökkent a háztartási gépeket árusító boltok alapterülete. A vásárlók sokkal inkább kiállítótérnek tekintik az ilyen üzleteket, mint a vásárlás helyének. Változhatnak az ideális üzletméretek is, mivel a vásárlók hozzászoknak az online felület hatalmas kínálatához, az interneten kinézett dolgoknak pedig ott kell majd lenniük a boltban, amikor betérnek (Portfolio.hu, 2017.)

Hasonló trendet követ a „szállítást, raktározást” fő tevékenységként megjelölő vállalkozások száma is, a 2010. évi 1480 db-ról 2018. évre 1203 db-ra, közel 19%-kal csökkent (KSH, STADAT 4.4.3). A kiskereskedelmi és a szállítással, raktározással foglalkozó vállalkozások nemzetgazdasági bruttó hozzáadott értéke az ellenőrzött időszakban a vállalkozások számának csökkenése ellenére növekvő értékű volt (KSH, STADAT 3.1.4).

A kiskereskedelmi üzletek számának jövőbeli alakulásának becslését nehezíti az a magyar vásárlói szokásokban tetten érhető sajátosság is, hogy a magyar vásárlók több Európai Unió tagállamban tapasztaltnál szívesebben (magasabb arányban) választják az interneten megrendelt termékek személyes (üzletben történő) átvételét, illetve a készpénzes fizetési módokat (eNET, 2019).

Csökkent az EU átlagához képest a lemaradás a tekintetben, hogy a vállalkozások hány %-a teljesített EU tagországba elektronikus megrendelés alapján szállítást. Az EU átlag a 2011. évről a 2017. évre 40%-ról 43%-ra, míg a magyar vállalkozások mutatója 29%-ról 36%-ra változott (Európai Bizottság felmérésének adattáblái (2)).

A jövőben várható trendek becsléséhez kiindulópontként a 2018. évi adatot (kb. 5,4 millió rendszeres online vásárló) tekintjük. Egy felmérés szerint az interneten vásárlók számának

jelentős bővülése helyett a következő 5 évben inkább az online vásárlási gyakoriság és a kosárérték növekedése várható (eNET, 2019).

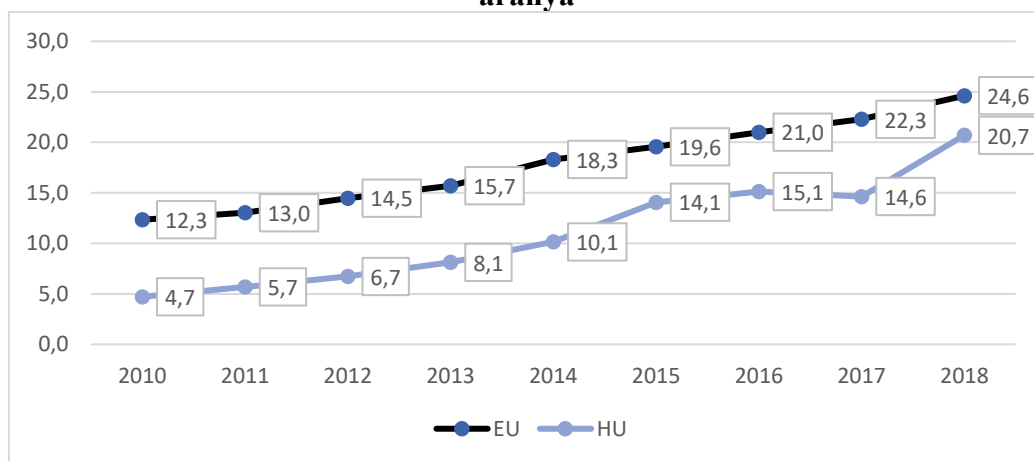
A fenti adatokat csak részben támasztja alá a KSH felmérésének eredménye, amely szerint 2018-ban az utolsó vásárlás időpontja szerint a magyar 16–74 éves lakosság 29%-a vásárolt 3 hónapon belül az interneten keresztül (EUROSTAT (3)). Tekintve, hogy az uniós átlag 50% volt, az interneten vásárlók körének bővülése várható Magyarországon is.

1.3. A MAGYAR FOGYASZTÓK KÜLFÖLDI RENDELÉSEINEK VOLUMENVÁLTOZÁSA

Az Európai Unió Bizottságának felmérése szerint a magyar vásárlók szokásai a külföldről történő vásárlásokkal szemben egyre jobban közelítenek az EU átlagához. Míg az Európai Unióban azon 16-74 év közötti állampolgárok átlagos aránya, akik más EU tagállamból rendelnek termékeket és szolgáltatásokat 2010. évről 2018. évre 12,3%-ról 24,6%-ra nőtt, Magyarországon ez az arány 4,7%-ról 20,7%-ra emelkedett (6. ábra).

6. sz. ábra

Más EU-s tagállamból interneten terméket és/vagy szolgáltatást rendelő vásárlók aránya



Forrás: Az Európai Bizottság felmérésének adattáblája (3) alapján, ÁSZ szerkesztés

A külföldről történő megrendelések forgalmának bővülését jelzi a külföldről érkező levél és csomagpostai küldemények növekvő száma.

A 2016. évben⁵ az import csomag küldemények volumene 17%-kal, a külföldi levélpostai küldemények mennyisége 11%-kal haladta meg az előző évi mennyiségeket⁶. Ugyanezen adatok a 2017. évre vonatkozóan import-csomag mennyiségben 28%-os, külföldről érkező levélpostai küldemények esetében 7%-os bővülést mutatnak. A 2018. évben a volumenváltozás a korábbi két év adatát is jelentős mértékben meghaladja, a csomagpostai küldemények mennyiségének növekedése 31%-os volt, míg az árutartalmú közösleges levélpostai küldemények 18%-os, az árutartalmú regisztrált levélpostai küldemények 58%-os volumennövekedést mutattak (Magyar Posta Zrt., 2017, 2018, 2019., ld. az 1. sz. táblázatot).

1. sz. táblázat

⁵ A Magyar Posta éves beszámolója a témára vonatkozó összehasonlítható (azonos tartalmú) adatot 2016. évtől tartalmaznak.

⁶ Tekintettel arra, hogy a hagyományos levélpostai küldemények száma egyébként nem növekvő, feltételezhető, hogy a levélpostai küldemények számának növekedésének hátterében az árut tartalmazó levélpostai küldemények volumenváltozása áll.

A Magyar Posta Zrt. import csomag- és levélpostai küldeményeinek volumenváltozásai 2016-2018. között

	2016. év	2017. év	2018. év
Import csomag küldemények volumenváltozása az előző évhez viszonyítva	17%	28%	31%
Külföldi levélpostai küldemények volumenváltozása az előző évhez viszonyítva	11%	7%	árutartalmú közönséges: 18% árutartalmú regisztrált: 58%

Forrás: a Magyar Posta Zrt. éves jelentései alapján, ÁSZ szerkesztés⁷

2018-ban 2,7 millió esetben 400 Mrd Ft értékben rendeltek magyarok nemzetközi webáruházakból. A Budapest Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtéren átlagosan évi 25 százalékos növekedés tapasztalható a csomagküldemények számában. A postaforgalomban 120-130 ezer küldemény fordul meg naponta, és ehhez adódnak még a nagy nemzetközi légi futárszolgálatok által behozott csomagok ezrei, ami magyarok unión kívüli online vásárlásainak 99 százalékát jelenti (Facsinay, 2019.).

A rendelkezésre álló adatok szerint a külföldről érkező árut tartalmazó küldemények leggyakrabban Kínából érkeztek 2018-ban. Kínát, mint nem EU tagországot a „népszerűségi” rangsorban az Amerikai Egyesült Államok, Szingapúr, Japán, Malajzia, Dél-Korea és Hongkong követte (HVG, 2019). A Budapest Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér, és ez által a Nemzetközi Posta Kicserélő Központ forgalmában az EU-n kívülről érkező küldeményekhez kapcsolódó vám eljárások alakulásában a 2018-ig megfigyelt adatsor tekintetében évről évre növekedés volt tapasztalható. A 2018. évben 69 ezret tett ki a postai elektronikus vám eljárások száma (NAV, 2018).

Export oldalon a magyar kis- és középvállalati (KKV) szektor mind jobban bekapcsolódott a határon átnyúló elektronikus kereskedelemben. Ezt bizonyítja az Európai Unió Bizottságának felmérése, amely szerint Magyarországon 2014-ben a pénzügyi szektoron kívül működő KKV-k 3,9%-a teljesített külföldi online megrendelést, 2018-ban ez az arány már 5,2% volt (Európai Bizottság felmérésének adattáblája (1)).

1.4. AZ E-KERESKEDELEM VOLUMENBŐVÜLÉSE ÉS A SZÁLLÍTMÁNYOZÁS KAPCSOLATA

Az e-kereskedelem volumenének változása tükröződik az áruk fogyasztónak történő átadásának mennyiségi változásaiban is. Az áruk fogyasztóhoz való eljuttásának módja az üzletben történő átadástól a csomagpontra vagy csomagautomatára átvételén keresztül a fogyasztó által megadott címre történő kiszállításig terjed.

Az e-kereskedelem a logisztikában is átalakulást hozhat. A hazai internetes vásárlási ügyletek mintegy háromnegyede házhoz szállítással zárult 2018. évben. Várhatóan elosztó pontokra lesz szükség a városhoz nagyon közel, vagy városszélén. Budapesten például már most is vannak olyan logisztikai központok, amelyek 20-30 kilométeres körzetben találhatóak, így akár az egy órán belüli kiszállítást is biztosíthatják. A jövőben várhatóan ezek a logisztikai központok bővíthetnek tovább (Portfolio.hu, 2017.) A vásárolt termékek fogyasztókhoz történő eljuttatásában a közelmúltban stagnált a csomagátvételi pontok, viszont jelentősen nőtt a csomagautomaták száma (NRC, 2019).

⁷ A 2015 előtti adatok nem összehasonlíthatóak a 2015 utáni adatokkal a "csomagküldő és internet" forgalmi adatai tekintetében.

A Magyarországon tevékenykedő „futárpostai tevékenységet” (is) végző gazdasági társaságokra vonatkozó KSH adatgyűjtés eredményei a publikált dokumentumokban más szolgáltatási alcsoportba sorolt gazdasági társaságok adataival összevontan jelennek meg, ezért elemzésünkben az állami tulajdonú, szállítmányozással és postai szolgáltatásokkal foglalkozó gazdasági vállalkozások közül a Magyar Posta Zrt. nyilvános adatait, valamint a KSH foglalkoztatásra vonatkozó adatait tudtuk feldolgozni.

A Magyar Posta Zrt. proaktív stratégiát folytat az e-kereskedelem fejlődésének hatásaként jelentkező megnövekedett logisztikai feladatok ellátására. A társaság 2016-ban a határokon átvitelő e-kereskedelmi szolgáltatási igények kielégítése érdekében csatlakozott a *DHL Parcel Europe* nemzetközi hálózatához, 2016-ban és 2017-ben fokozatosan növelte a fix csomagátvételi pontjainak számát, növelte a webáruházi partnerszerződéseinek számát (2017-ben 3130, 2018-ban 3329 szerződéses partneri viszony), valamint Magyarország régiós logisztikai elosztó szerepének erősítését is célul tűzve kínai-magyar közös vállalatot⁸ hozott létre két kínai logisztikai társasággal közösen, 2018-ban.

Magyarországon a szállítmányozásban és raktározásban foglalkoztatottak száma a 2010. évi 254 ezer főről 2018. évre 289 ezer főre, míg az ágazat nemzetgazdasági bruttó hozzáadott értéke folyó áron mintegy 1400 Mrd Ft-ról 2185 Mrd Ft-ra nőtt. Noha pontos adat arra vonatkozóan nem áll rendelkezésre, hogy a növekedéshez milyen mértékben járult hozzá az e-kereskedelem fejlődése, az leszögezhető, hogy a fejlődés az e-kereskedelem fejlődésének üteméhez hasonló. Mindeközben a szektorban nyilvántartott vállalkozások száma közel 1500-ról mintegy 1200-ra csökkent (KSH STADAT 3.1.4, 4.4.3 és 4.6.), ami méretgazdaságossági és hatékonysági tényezőkkel állhat összefüggésben.

Összegzés

Az Európai Unióban megfigyelt jelenségekhez hasonló folyamatok zajlottak Magyarországon az e-kereskedelem fejlődése terén, sőt, az európai mutatók értékei és az azonos tartalmú magyar adatok között csökkenő eltérés mutatkozott a 2010-2018. évek közötti időszakban. Az internetes kereskedelmi ágazat fejlődése töretlen volt az Európai Unió belüli és azon kívüli kereskedelmi viszonylatokban is. Az e-kereskedelem fejlődésével párhuzamos volt a szállítmányozás és raktározás szektor fejlődése.

Az online vásárlások számának növekedése a kiskereskedelmi üzletek átalakulásához, az üzletek egy részének megszűnéséhez vezethet, azonban lesznek olyan szegmensek, ahol a hagyományos üzletek szerepe továbbra is jelentős lesz. A magyar gazdaságot jellemző adatsorok alapján az is kirajzolódik, hogy a növekvő forgalmat mind a kereskedelem, mind a szállítmányozás-raktározás terén csökkenő számú (hazánkban bejegyzett magyar illetve külföldi tulajdonú) vállalkozás állította elő az elemzett időszakban.

Magyarországon az e-kereskedelem forgalmának nagyobb részét külföldi kerekedők bonyolították le 2018-ban. Ennek oka részben a magyar vállalkozások méretéből adódó versenyhátrányoknak tudható be, másfelől összefügg egyes, a nagy cégek információszolgáltatási, és ebből adódóan adózási gyakorlatával összefüggő versenyhátrányokkal is, aminek hátterében az áll, hogy az EU 2019-ig nem alakított ki a globális kereskedőkkel kapcsolatban olyan közös eljárásokat, amelyek a tagállamok szintjén egységesek lennének, a tagállamok viszont egyenként nem rendelkeznek megfelelő tárgyalási pozícióval a globális cégekkel szemben. (Részletesen lásd a 4. fejezetben.)

⁸ Chinese-European Supply Chain Zrt, amiben a Magyar Posta 35%-os tulajdonos.

2. AZ E-KERESKEDELEM KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT FOGLALKOZTATÁSI HATÁSAI

E fejezetben azt elemezzük, hogy az e-kereskedelem fejlődése milyen hatást gyakorolt a hazai munkaerőpiaci folyamatokra. Az e-kereskedelem volumenének növekedése – az első fejezetben tárgyaltak szerint – csökkenő vállalkozás- és üzletszám mellett ment végbe. A bemutatott volumenváltozásokra alapozott hipotézisünk az, hogy az e-kereskedelem fejlődésének évtizedében végbement üzletszámcsökkenés egyúttal a kereskedelemben foglalkoztatottak számának csökkenését is eredményezte, ellenben a csomagküldő szektor fejlődése a szállítmányozás és raktározás területén a foglalkoztatás bővülésével járt együtt.

Az ipari forradalmak sora hatást gyakorolt a munkaerőpiaci folyamatokra (Szalavetz, 2008), tekintve, hogy a XX. századi technológiai fejlődés új szakmákat is létrehozott. A negyedik ipari forradalom, a digitalizáció, automatizálás, az információs társadalom térhódítása alkalmazkodásra készíti a munkaerőpiacot is (Csugány, 2018), de nem kizárólag a munkavállalók oldalán, hanem a munkáltatók oldalán, sőt, a munkaügyi kormányzati és nemzetközi stratégiaalkotás szintjén is. Minden munkaerőpiaci szereplőtől nyitottságot igényel a technológiai fejlődés indukálta új kompetenciák elsajátítása, hiszen az informatika térnyerésével a termelési hatékonyságot és a szolgáltatások hozzáadott értékét nagyban növelheti a jól képzett munkaerő.

A digitalizáció korának munkaerőpiaci követelményei a munkavállalók részéről a szakmai, és elsősorban informatikai kompetenciák fejlesztése, a munkaidő tekintetében a rugalmasság, a kreativitás fejlesztése illetve a szociális és előadó készségek fejlesztése (Csugány, 2018). A munkáltatók ugyanakkor az átmeneti képzett munkaerőhiány áthidalására kényszerülnek, növelniük kell a rugalmasságukat a munka szervezése tekintetében, az atipikus foglalkoztatási módokat elérhetővé kell tenniük illetve a munkaerő-szükségletet strukturálisan át kell alakítaniuk (Szanyi, 2017, Kapás-Czeglédi, 2008).

Az e-kereskedelemben résztvevő munkáltatói és munkavállalói oldal rendkívül színes, hiszen az ügyletek létrejöttének alapjául szolgáló információs-kommunikációs csatorna kialakításán túl a folyamatban részt vesz a fizetési lehetőséget biztosító, a terméket a rendeltetési helyére eljuttató szereplőn kívül számos további (más szolgáltatási ágazatba sorolt és kormányzati) szakmai terület is.

Az elmúlt évek kedvező munkaerőpiaci folyamatainak eredményeként a hazai foglalkoztatási ráta meghaladja az uniós átlagot (KSH, 2019). 2019 I. félévében a 15–64 éves népesség foglalkoztatási rátája az előző évi rátát 1%-kal meghaladva, 69,9% volt. A növekedés az emelkedő nyugdíjkorhatárnak és a csökkenő munkaerő-tartaléknak volt köszönhető (KSH, 2019). A KSH a 2019. év első félévének munkaerőpiaci folyamatai alapján nem jelzett sem a kereskedelemben, sem a szállítmányozásban magas arányú munkaerőhiányt (KSH, 2019).

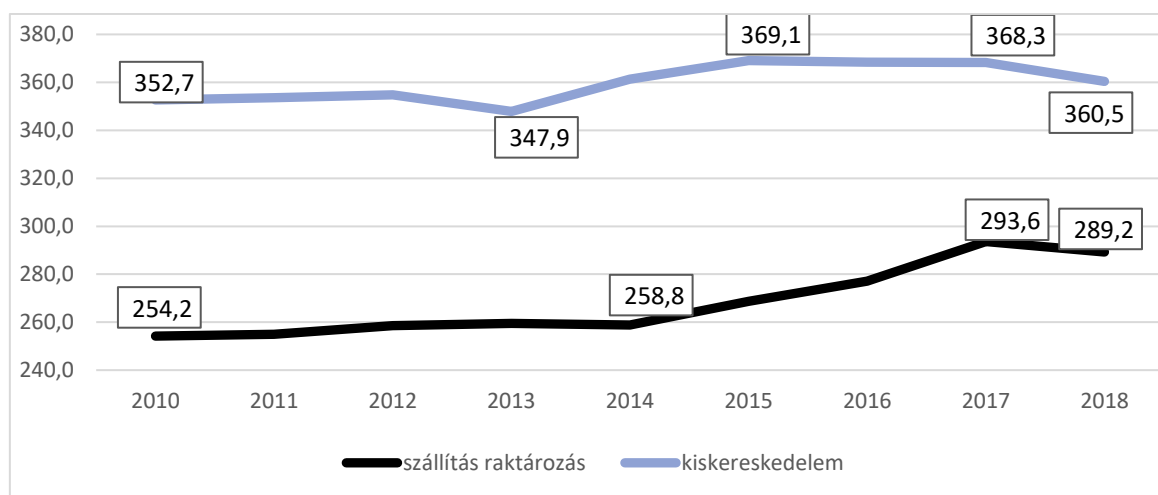
Az e-kereskedelem tekintetében nem állnak rendelkezésre arra vonatkozó adatok, hogy az ágazat forgalmának bővülése összességében növeli-e vagy csökkenti-e a foglalkoztatást az ilyen kereskedelmet folytató vállalkozásoknál. Vannak várakozások, amelyek nettó munkahelyteremtő trendeket vetítenek előre (Mandel, 2017), egyes források szerint (például az ellátási láncban) az informatikai, pénzügyi, kereskedelmi és szállítás-raktározási szektorokban is jelentős fejlődés várható (Bahl, 2016). Más források szerint a digitalizáció, robotizáció hatásaként a kormányzatoknak fel kell készülniük a folyamatosan növekvő munkanélküliségre akkor is, ha a kereskedelemben összességében 2015. és 2020. évek között foglalkoztatás-növekedést vetítenek előre (World Economic Forum, 2016).

Jelentősen nőtt a szállítmányozásban és raktározásban foglalkoztatottak száma 2010-2018 között: a 2010. évi foglalkoztatotti létszámot a 2017. évi adat 15,5%-kal, a 2018. évi adat

13,8%-kal haladja meg. A szállítványozásban és raktározásban foglalkoztatottak számának szignifikáns növekedése a 2015-2017. évekre volt jellemző. Ugyanakkor a kiskereskedelemben foglalkoztatottak száma kisebb mértékben változott: a 2010 és 2012. évek közötti enyhe növekedést követően a 2013. évben átmenetileg csökkent, majd 2014 és 2016. évek között ismét növekedett. A 2017. évi stagnálás után 2018-ban ismét enyhe csökkenés figyelhető meg, az elemzett időszakban tehát összességében stagnált. A foglalkoztatottak száma a két szektorban a 7. sz. ábrán látható módon alakult a 2010. és 2018. évek közötti időszakban.

7. sz. ábra

A kiskereskedelemben, valamint a szállítványozásban és raktározásban foglalkoztatottak száma (ezer fő)



Forrás: KSH STADAT 2.1.7.2 alapján ÁSZ szerkesztés

Összegzés

Az e-kereskedelem térnyerése a kiskereskedelmi üzletek számának csökkenése mellett zajlott le. Hipotézisünket, miszerint az üzletszámcsökkenéssel egyidejűleg az a kiskereskedelemben foglalkoztatottak száma is csökkent, az elemzett adatsorok csak részben igazolják. Az e-kereskedelem fejlődésével egy időszakban a kiskereskedelemben foglalkoztatottak száma gyakorlatilag stagnált, összességében kis mértékben növekedett. A szállítványozás és raktározás területén azonban a foglalkoztatás bővült, ami az e-kereskedelem fejlődéséhez kapcsolható. A vásárlói szokások megváltozásával az üzletek számának csökkenése, a megmaradó üzletek alapterületének növekedése várható. Az internetes kereskedelem felfutásával más típusú kompetenciák értékelődnek fel a hagyományos eladói kompetenciákhoz képest. ennél a kereskedelmi formánál megnő a rendelések teljesítésével (raktározással, csomagolással, postázással, webes felületek kezelésével) kapcsolatos munkakörök szerepe, így összességében a munkaerő-szükséglet jelentős csökkenése a kereskedőknél nem vetíthető előre.

3. AZ E-KERESKEDELEM EURÓPAI SZINTŰ ÉS HAZAI SZABÁLYOZÁSA

A digitális gazdaság növekedésének következtében az elmúlt évtizedekben lényegesen megnőtt a szolgáltatások és a termékek nemzetközi kereskedelmének volumene, amelyek fizikai jelenlét hiányában távolról is nyújthatók a fogyasztók részére. Az online értékesítésekhez kapcsolódóan (különösen a különböző tagállamok vállalkozásai és fogyasztói közötti kereskedelemben) a különbözőségek okán számos kockázattal szembesülnek az ügyletekben részt vevők. Ez indokolta, hogy az Európai Közösség, majd az Európai Unió az e-kereskedelem területén az adózási alapelvek érvényesítése valamint az egységes uniós szabályozottság érdekében több részletszabályozást is megalkotott az adózás, a vámok kivetése, a fogyasztóvédelem, az adatvédelem, a tagállami együttműködés és a tisztességes piaci magatartás előmozdítása terén.

3.1. AZ E-KERESKEDELEM EURÓPAI SZINTŰ SZABÁLYOZÁSA

Az e-kereskedelem európai közösségi szabályozása 1985-ben elsőként az úgynevezett UNCITRAL mintatörvénnyel indult. A törvény célja az volt, hogy azok az országok, akik az e-kereskedelmi tevékenységben érdekeltek, mintát kapjanak egy, a nemzeti szabályozásukba beemelhető szabályozásra.

Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól szóló irányelvnek célja az **elektronikus kereskedelemmel** kapcsolatos különböző kérdésekre vonatkozó **egységes közösségi szabályok** megalkotása volt.

2005. május 11-én fogadták el az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól** szóló irányelvet (2005/29/EK irányelv). Az irányelv célja, hogy a harmonizációval jelentős mértékben növelje a jogbiztonságot mind a fogyasztók, mind pedig az üzleti vállalkozások számára.

2006. november 28-ától hatályos a **közös hozzáadott értékadó (héa) rendszerről** szóló 2006/112/EK irányelv (héa irányelv). A 2006/112/EK irányelv értelmében a más tagállambeli kereskedő a nem adóalany részére teljesített értékesítések esetén nem köteles bejelentkezni a vásárló tagállamában, amennyiben az általa a másik tagállamba teljesített távolsági értékesítések összértéke a tárgyévben és a megelőző naptári évben nem éri el a fogyasztás tagállama által meghatározott értékhatárt. Ez az értékhatár 100 E euró, amely a tagállamok által 35 E euróra csökkenthető. Ha az értékhatárt a kereskedő elérte, bejelentési és adókötelezettségek terhelik abban a tagállamban, ahol az árut értékesítette. Mindez tagállamonként különböző nemzeti szabályozást valamint eltérő bevallási időszakokat és határidőket jelenthet. A jogszabály 2015-ben és 2019-ben is módosult, valamint 2021. január 1-től is lényeges módosítások lépnek életbe.

A harmadik országból importált termékek távértékesítése esetén termékimport címen nem csak adófizetési, hanem **vámfizetési kötelezettség** is keletkezik, amelyet a vámhatóság kivetéssel állapít meg. (A 2021-ig hatályos szabályozás szerint – lásd a későbbiekben) 22 euró értékig az áru vám- és adómentes a 2009/132/EK rendelet IV. cím 23. cikk értelmében, 22-150 euró között vámmentes, de adófizetési kötelezettség keletkezik, 150 euró felett vám és adófizetést von maga után.

A Tanács 2009. október 9-én elfogadta a bizonyos termékek végleges behozatalára kivetett **hozáadottérték-adó alóli mentességek** tekintetében a 2009/132/EK irányelvet, amely

biztosítja, hogy Közösségen belüli országok a héa alóli mentességeket az általuk megszabott feltételek szerint adhassák meg, aminek célja, hogy megelőzzék a verseny bármilyen torzulását és az adófizetési kötelezettség kijátszását.

2010. október 7-én elfogadták a hozzáadottérték-adó kivetése és beszedése területén történő **közigazgatási együttműködésről és csalás elleni küzdelemről** szóló 904/2010/EU rendeletet. A rendelet célja, hogy meghatározza azokat az eljárásokat, amelyek lehetővé teszik az uniós tagállamok hatóságai számára, hogy együttműködjenek, és megosszák egymással a héa-ra vonatkozó információkat.

2011. október 25-én az Európai Parlament és a Tanács elfogadta a 2011/83 EU irányelvet a **fogyasztók jogairól**, ezzel egyidejűleg több jogszabályt helyezett hatályon kívül illetve módosított. Az irányelv célja a fogyasztóvédelem hatékonyabbá tétele az eladók és vevők közötti szerződésekre vonatkozó nemzeti jogszabályok összehangolása révén, továbbá, hogy ösztönözze az uniós országok közötti kereskedelmet.

2013. október 9-én elfogadták az **Uniós Vámkódex** meghatározásáról szóló 952/2013/EU rendeletet, amelynek célja, hogy meghatározza az EU vámterületére beszállított vagy onnan kiszállításra kerülő árukra vonatkozó általános szabályokat és eljárásokat a modern kereskedelmi modellekre és kommunikációs eszközökre alakítva.

2015. január 1-től a távolról is nyújtható elektronikus szolgáltatások esetében a teljesítési helyet az igénybevevő lakóhelye vagy tartózkodási helye szerint kell meghatározni. A bejelentkezési, pénzügyi és adminisztratív kötelezettségek teljesítésének megkönnyítése érdekében **egyablakos ügyintézési rendszer**, a MOSS (Mini One Stop Shop) került bevezetésre a 2009/132/EK irányelv módosításával. 2019. január 1-től a tagállamokban felmerülő héa-kötelezettségek egyszerűsítése érdekében a MOSS alkalmazásakor évi 10 E eurós értékhatárt vezettek be. Ennek megfelelően, azon vállalkozások, amelyek más tagállami nem adóalanyok részére teljesítenek szolgáltatásokat, és a forgalmuk héa nélküli összesített összege nem éri el az évi 10 E eurót (a magyar adóalanyok esetében a 3,1 M Ft-ot), mentesülnek az egyablakos rendszer alkalmazása alól, döntésük szerint továbbra is alkalmazhatják a székhelyük szerinti tagállam héa-szabályait (2006/112/EK irányelv szerint).

Az **adatvédelmet** a 95/46/EK irányelv szabályozta, amelyet az Európai Parlament és Tanács által elfogadott a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról szóló 2016/679/EU rendelet (a továbbiakban: GDPR rendelet) hatályon kívül helyezett. Az új rendelet célja az európai uniós személyek adatainak szabályszerű, az adatvédelem kritériumainak megfelelő kezelése.

Az EU héa-rendszerének korszerűsítésére, valamint annak az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott uniós határokon átnyúló elektronikus kereskedelméhez való igazítására irányuló intézkedéscsomag részeként fogadták el a **hozzáadottérték-adó területén történő közgazgatási együttműködésről és csalás elleni küzdelemről** szóló 904/2010/EU rendelet módosításáról szóló 2454/2017/EU rendeletet. Az új szabályok bevezetésére két ütemben kerül sor. Az első ütemben, 2019. január 1-jével egyszerűsítő rendelkezéseket vezettek be, a második ütem keretében 2021. január 1-től az egyablakos rendszert kiterjesztik a termékértékesítési ügyletekre is (a MOSS rendszert kell alkalmazni más európai uniós tagállamból érkező vagy harmadik országból érkező 150 eurónál kisebb értékű küldemények értékesítésére is, amelynek következtében az elnevezés **One Stop Shop (OSS) rendszerre** változik (Lunczer, 2019)).

2017. december 5-én elfogadták a 2006/112/EK irányelvnek és a 2009/132/EK irányelvnek a szolgáltatásnyújtásra és a termékek távértékesítésére vonatkozó bizonyos héa-kötelezettségek tekintetében történő módosításáról szóló 2017/2455/EU irányelvet. 2021. január 1-jei hatállyal

megszűnik a legfeljebb 22 euró értékű kisebb küldemények behozatalára vonatkozó **heamentesség**. Ezen túlmenően az irányelv a jelenlegi egyablakos ügyintézés kiterjeszti az EU-n belül történő és az EU-n kívüli országokból érkező termékek távértékesítésére.

2018. december 3. napján hatályba lépett a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő **indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés** egyéb formáival szembeni fellépésről szóló 2018/302/EU rendelete.

2019. június 20-án az Európai Parlament és Tanács elfogadta az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó **tisztességes és átlátható feltételek** előmozdításáról szóló 2019/1150/EU rendeletet annak céljából, hogy az online platformokat az üzleti felhasználók tisztességes és átlátható módon kezeljék. A rendelet új szabályokat vezet be ezáltal az online platformok és az online keresőprogramok számára, azzal a céllal, hogy az uniós vállalkozásokat és a szakmai weboldalakat összekapcsolják az uniós fogyasztókkal.

3.2. AZ E-KERESKEDELEM HAZAI SZABÁLYOZÁSA

Az e-kereskedelem hazai szabályozásában és felügyeletében részt vevő állami szervezetek körét, feladatait lásd az 1. sz. mellékletben.

Az internetes kereskedelem a magyar jogi szabályozás szerint a kereskedelmi tevékenységekkel azonos megítélés alá esik. A tevékenység megkezdéséhez szükséges valamely gazdálkodási forma megléte, valamint a termékek és/vagy szolgáltatások értékesítéséhez szükséges tevékenységi körök bejelentése a régi Ptk. (1959. évi IV. törvény) és az új Ptk. (2013. évi V. törvény) alapján.

Az internetes kereskedelmet alapvetően az **elektronikus kereskedelmi szolgáltatások**, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény (Ekertv.) szabályozza. Az Ekertv.-t az Országgyűlés az elektronikus kereskedelem fejlődése és ez által a gazdasági fejlődés előmozdítása, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások révén a magyar gazdaság nemzetközi versenyképességének javítása, továbbá az elektronikus kereskedelmi kapcsolatokban a fogyasztók jogainak védelme érdekében alkotta. A jogszabályt a Magyarország területéről nyújtott, valamint a Magyarország területére irányuló információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokra vonatkozóan kell alkalmazni. A szabályozás főleg a fogyasztóvédelemre, adatszolgáltatási kötelezettségre, szerződéskötésre vonatkozó szabályokra, környezetvédelmi szabályokra és adózási területekre terjed ki, annak érdekében, hogy az e-kereskedelmi tevékenységben ne történjenek visszaélések, csalások. Az előző alfejezetben ismertetettek értelmében ezt a kérdéskört uniós rendeletek is szabályozzák.

Az Ekertv. az **adatszolgáltatási kötelezettség** vonatkozásban ún. *minimum harmonizációs listát* ír elő, ami az adózás területén történő közigazgatási együttműködésről szóló 2011/16/EU irányelvvel van összhangban. Mivel az adófizetők mobilitása egyre növekszik, egyre több a határokon átnyúló ügylet, ezért a nemzeti adóhatóságoknak együtt kell működniük egymással.

A 2005. évi CLXIV. **törvény a kereskedelemről** (Kertv). írja elő azt, hogy aki Magyarország területén kereskedelmi tevékenységet kíván folytatni, köteles az erre irányuló szándékát a kereskedelmi hatóságnak⁹ bejelenteni. E törvény rendelkezik a csomagküldő kereskedelmi tevékenységről is. 2008. március 31-től a csomagküldő kereskedés üzlethelyiség nélkül is folytathat kereskedelmi tevékenységet. Azok a vállalkozások, amelyek kizárólag az interneten

⁹ Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal

keresztül értékesítenek, azoknak nem kell beszerezni az üzlethelyiséghez helyiséghez szükséges működési engedélyt sem.

A **szerződéskötésre** irányadó szabályokat az új Ptk. és az Ekertv. szabályozza. A fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 2014. június 13-án lépett hatályba, amelyben szabályozásra került, hogy az online webáruházaknak milyen tájékoztatási kötelezettségük van.

Hazánkban az **adatvédelmet** az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról szóló 2011. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Info tv.) és a GDPR rendelet szabályozza. A GDPR előtti szabályozás szerint minden webáruháznak adatvédelmi nyilvántartási számot kellett kérni a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóságtól (NAIH), ha direktmarketingre, hírlevélre, nyereményjátékokra kívánta felhasználni az emberek adatait. A GDPR életbe lépését követően a bejelentési kötelezettség megszűnt, a webáruházak túlnyomó többségének alapesetben nincs bejelentési kötelezettsége a hatóság felé, azonban a webshopoknak ki kell alakítani, folyamatosan vezetni kell az adatkezelési tevékenység nyilvántartását és a hatóság megkeresése esetén azt rendelkezésre kell bocsátani, továbbá fel kell készülniük a személyes adatokat érintő incidensek felismerésére, nyilvántartására és a hatóság vagy az incidensek kapcsán az érintettek tájékoztatására is.

2011. szeptember 1-jén hatályba lépett a **környezetvédelmi termékdíjról** szóló törvény, majd 2012. január 1-jén a 343/2011. (XII. 29.) Korm. rendelet a környezetvédelmi termékdíjról szóló törvény végrehajtásáról. Mindkettő tartalmaz előírásokat az elektronikus kereskedelem végzésére vonatkozóan. Az elektronikus kereskedelmet végzőket is érintik a tevékenységük során a hulladékgazdálkodással és környezetvédelemmel felmerülő kötelezettségek. Csomagküldőként a termékdíj fizetési kötelezettség jellemzően a termék becsomagolásával keletkezik, amikor a postai, futárral- vagy személyesen történő szállításhoz csomagolják.

Az 1997. évi CLV. törvény a **fogyasztóvédelemről** (Fgy. tv.) 2017. január 1-jétől módosításra került, amelyben olyan fogyasztóvédelmi rendelkezések léptek életbe, amelyek az e-kereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozások ismételt jogsértésére vonatkozó bírságsáv módosítására irányultak.

A kereskedelmi ügyletek szabályozása belföldi, az EU-n belüli és az EU-n kívüli országok viszonylatában

Az EU-n belüli kereskedelem esetén az EU-ban bejegyzett értékesítők – így a magyar kereskedők is - a távértékesítési rendszert kötelesek alkalmazni az áruk forgalmazása esetén. Hazánkban a távértékesítés szabályait a 2006/112/EK irányelv 33-34. cikkével összhangban az Áfa tv. (az általános forgalmi adóról szóló 2007. évi CXXVII. törvény) 29-31. §-ai szabályozzák.

Az országhatáron belüli, belföldi e-kereskedelmi ügyletek esetében a belföldi, e-kereskedelmi ügylet során (tehát abban az esetben, ha belföldi székhelyű vagy telephelyű vállalkozás belföldi fogyasztó részére értékesít) alapvetően a gazdaság „fehérítését”, az adóelkerülés lehetőségének szűkítését teremti meg az a speciális szabály, amely szerint elektronikus értékesítés esetén minden tranzakciónál kötelező számlát kiállítani, nyugtaadási lehetőség nincs. Az e-kereskedelmi tevékenység végzésének számviteli szempontból ugyan nincs speciális feltétele, a jogszabály a bevételszerzés hagyományos és elektronikus formában való megkülönböztetését a könyvvizetés szintjén nem írja elő, az adóhatóság ellenőrzési tevékenységét azonban jelentős mértékben megkönnyíti a számlaadási kötelezettség kötelező előírása egyes területeken.

Az **Európai Unió belüli** székhellyel bíró gazdasági társaság és Európai Unióban élő partnerek közötti kereskedelmi ügyletek esetében a határon átnyúló kereskedelmi ügylet *távolsági*

értékesítésnek minősül, ha az áfa adóalany vállalkozás nem adóalany (vagy adólevonásra nem jogosult adóalany) részére az Európai Unió más tagállamába teljesít **termékértékesítést**.

Távolsági értékesítés esetén a vállalkozónak adókötelezettsége keletkezik, amelyet akkor teljesíthet saját tagállamában, ha e kötelezettségének összesített értéke nem haladja meg a vevő tagállama által erre az esetre meghatározott értékhatárt. Az értékhatár túllépése esetén a vállalkozásnak kötelező a vevő országában adóalanyként bejelentkeznie (NAV, 2019).

A **szolgáltatások értékesítése** esetén a rendeltetési hely elvét kell követni¹⁰. Ez azt jelenti, hogy a fogyasztó lakóhelye szerinti országban alkalmazandó adókulcsot kell alkalmazni. Ha külföldről vásárolunk egy szolgáltatást, abban az esetben a hazai adókulcsot kell alkalmaznia a szolgáltatásnyújtónak és hazánkban keletkezik adófizetési kötelezettsége az Áfa tv. 36. § alapján. 2015 eleje óta ugyanez az elv alkalmazandó az uniós szolgáltatók által egy másik tagállambeli fogyasztó számára nyújtott e-kereskedelmi szolgáltatásokra is. (Korábban az ilyen szolgáltatásokra a szállító székhelye szerinti ország hea-kulcsát kellett alkalmazni.) Az elektronikus szolgáltatások esetén az Áfa tv. nem határoz meg kivételt és értékhatárt sem, tehát az ügylet ott teljesül, ahol a szolgáltatást igénybe vették.

Az **Európai Unión kívüli országokból hazánkba irányuló e-kereskedelem** esetében a korábban leírtaknak megfelelően a vámmentességek közösségi rendszerének létrehozásáról szóló, 2009. november 16-i 1186/2009/EK tanácsi rendelet 23. cikke alapján vámmentesség illeti meg a 150 eurót meg nem haladó, ún. „*elhanyagolható értékű árukra*” (kis értékű küldemény), ami azt jelenti, hogy a behozatalt nem terheli vámilleték.

A kis értékű küldeményekre vonatkozó áfa- és vámmentességek jelentős versenyhátrányt okozhatnak az európai uniós eladóknak, továbbá visszaélésre ösztönözhetnek (lásd a 3. fejezetben részletesen).

Összegzés

Az EK, majd az EU közösségi szinten is felismerte a digitális gazdaság növekedése következtében felmerült problémákat. A legsürgetőbb feladatok az e-kereskedelemben működő vállalkozások adóztatásával, a csalások és adóelkerülés minimalizálásával illetve a globális vállalkozásoktól megszerzendő adatokkal kapcsolatosak. Valós problémát jelent az adóelkerülésből, adócsalásból eredő adóbázis csökkenésének a lehetősége. Mivel a tagállamok egyénileg kevesebb sikerrel tudnak érvényesülni a kihívásokkal szemben, az EU egységes fellépést szorgalmaz, amelynek érdekében az uniós jogszabályok módosítását kezdeményezte. Az elemzett időszakban az EK, majd az EU az e-kereskedelemhez kapcsolódó területeken irányelvek, rendeletek alkalmazásával tette szabályozottabbá és harmonizáltabbá az európai piaci környezetet.

A közösségi és az uniós jogszabályokat követve a hazai szabályozás kiegészült, módosult. A szabályozói környezet folyamatos fejlesztésének célja az európai jogharmonizáció elősegítése, a nemzetközi versenyképesség javítása, fogyasztói jogvédelem biztosítása, a környezet megóvása és az e-kereskedelem kapcsán felmerülő kockázatok, visszaélések minimalizálása volt. Mind a közösségi és EU-s, mind a hazai szabályozási környezet változásai csökkentették az adó- és vámbeszédés területén fennálló kockázatokat, azonban azokat teljes egészében nem tudták megszüntetni.

¹⁰ Az árukra más szabályok vonatkoznak. Az Áfa tv. 25. §-a szerint *abban az esetben, ha a terméket küldeményként nem adják fel vagy nem fuvarozzák el, a termék értékesítésének teljesítési helye az a hely, ahol a termék az értékesítés teljesítésekor ténylegesen van.* A 26. § szerint *abban az esetben, ha a küldeménykénti feladást vagy a fuvarozást akár az értékesítő, akár a beszerző vagy - bármelyikük javára - más végzi, a termék értékesítésének teljesítési helye az a hely, ahol a termék - a beszerző nevére szóló rendeltetéssel - a küldeménykénti feladásakor vagy a fuvarozás megkezdésekor van.*

4. A SZABÁLYOZÁSBÓL ADÓDÓ KOCKÁZATOK, A GLOBÁLIS KERESKEDELEMMELEL ÖSSZEFÜGGŐ KIHÍVÁSOK

Az alábbi fejezetben hazai és európai uniós dokumentumok alapján bemutatjuk azokat a területeket, ahol az EU-s és hazai kontrollok nem voltak képesek megfelelően megelőzni a csalásokat és kiszűrni a visszaéléseket, ezért további lépések, intézkedések megtétele vált szükségessé.

4.1. AZ ADÓBESZEDÉSSEL, AZ ADÓELKERÜLÉSSEL ÉS A TISZTESSÉGTELEN PIACI ELŐNY SZERZÉSÉVEL KAPCSOLATOS KOCKÁZATOK

Amennyiben az árukat és szolgáltatásokat határokon átnyúló e-kereskedelmi tranzakciók útján értékesítik, a tagállamok feladata a hozzáadott érték adó, hea beszedése. Az EU hatóságai az e-kereskedelmi forgalom után felszámítandó és beszedendő hea terén számos kihívással szembesülnek. A közelmúltban az ECA, az Európai Számvevőszék (2019.) indított vizsgálatokat a tárgyban. Az ellenőrzések során megállapították, hogy az EU-s kontrollok nem képesek megfelelően megelőzni a csalást és kiszűrni a visszaéléseket, illetve a hea beszedésének végrehajtása nem eredményes (lásd még: az Európai Számvevőszék 12/2019. számú számvevőszéki különjelentése.).

Az Európai Bizottság úgy becsüli, hogy a nem uniós országokból származó alacsony értékű termékeként eladott árucikkek értékesítése következtében évente akár 5 Mrd euró veszteség is keletkezhet uniós szinten (a küldeményeket gyakran a valós értékük alatt határozzák meg a kereskedők). Az ECA (2019.) ellenőrzése összességében megállapította, hogy az EU nem kínál megoldást az interneten keresztül értékesített áruk és szolgáltatások után fizetendő hea helyes összegeinek beszedésével kapcsolatos valamennyi kihívásra. A főbb megállapítások alapján az uniós tagállamok hatóságai nem használták ki teljes mértékben az uniós tagállamok közötti és a nem uniós országokkal kötött igazgatási együttműködési megállapodásokat, a tagállami adóhatóságok által végzett ellenőrzések nem voltak kielégítőek, az EU Bizottság ellenőrzései pedig elégtelenek voltak. Összességében nem volt eredményes a hea beszedésének végrehajtása.

A webes kereskedelemben tevékenységenként eltérhetnek az adófizetési szabályok, és a nemzeti adóhatóságok számára megoldandó problémaként jelentkezik, hogy hogyan lehet azon társaságokat megadóztatni egy tagállamban, ahol fizikai üzlettel nem rendelkeznek. Egyes esetekben az árukat az EU-n kívülről importáló kereskedő dönthet úgy, hogy az árukat már azelőtt importálja, hogy azt a vevő megvásárolta volna az interneten (az eladó lesz egyben a vevő is és az EU területén található raktárban raktározza, amíg azt a tényleges vásárló meg nem veszi a webshopból). A jelenlegi jogszabályok értelmében az eladók sikeresen kijátszhatják az így importált áruk utáni hea-fizetést azáltal, hogy kisebb értékkel jelentik be azokat, illetve visszaélnak a hea-mentességet biztosító vámeljárással¹¹. Az adót ebben az esetben a rendeltetési tagállamban kell megfizetni. Fennáll a kockázata annak is, hogy a vámeljárással keretében importált árukat raktárban tárolják az EU területén mindaddig, amíg a nem uniós eladó (szállító) nevében eladják és kiszállítják azt a vevőnek, és így a küldeményre nem számítanak fel héat, mivel ekkor már EU-n belüli értékesítés történik (ECA, 2019.).

¹¹ A 42-es eljáráskóddal végzett vámeljárással lehetővé teszi az eladó (importőr) számára, hogy az áruk egy másik uniós tagállamba történő továbbszállítása esetén hea-mentességben részesüljön.

A digitális platformokon, a globális nagyvállalatokon keresztül folytatott gazdasági tevékenységek esetében az EU tagállami adóhatóságainak gondot okoz, hogy ezek nem bocsátanak minden szükséges információt maradéktalanul rendelkezésükre a közvetlen adózás területén (tao, szja). További problémaként jelentkezik, hogy a webáruházak gyakran a vásárlók országának hivatalos nyelvén működtetik az egyébként külföldi tulajdonú webáruházakat, így a saját országuk szerinti áfa-kulcsot használva akár tisztességtelen piaci előnyre tehetnek szert a magyar piacon, ami nehéz helyzetbe sodorja a szabályosan működő webáruházakat (Piac és Profit 2013.).

Az e-kereskedelemben a hagyományos kereskedelmi tevékenységek adóellenőrzéséhez hasonló hatékonyságú ellenőrzések gyakran akadályokba ütköznek kapacitáskorlát, kompetencia korlát, technológiai korlát miatt, ami a csalások és visszaélések megakadályozásának hatékonyságát ronthatja (Lunczer, 2019.).

A kis értékű áruk Európai Unión belüli és Európai Unión kívüli importjának áfamentessége az áfabevételek elmaradásához vezetett és növelte a csalás kockázatát. A 2021-től hatályba lépő szabályozás azonban hozzájárulhat az adóbevételek nagyobb arányú növekedéséhez (lásd még a 2.1. és 2.2. alfejezetekben).

4.2. A FOGYASZTÓVÉDELEMMEL ÖSSZEFÜGGŐ KOCKÁZATOK

A fogyasztóvédelmi ellenőrzések középpontjában az elektronikus kereskedelem állt az elmúlt években, a hatósági ellenőrzések keretében már több mint 1700 webáruház működését, gyakorlatát vizsgálták meg 2019 elejéig, ennek köszönhetően a jogsértések aránya negyedére csökkent (VirtualJog, 2019.) Az internetes kereskedelmi tevékenység végzése során főként az alábbi, fogyasztóvédelemmel kapcsolatos kockázatok merülhetnek fel: az eladó nem ad megfelelő tájékoztatást; az elállási jogot a szolgáltató által biztosított kedvezményként, különleges jogosultságként tünteti fel, a fogyasztóra indokolási kötelezettséget ró az elállásnál illetve 14 napnál rövidebb elállási határidőt határoz meg (Dobó Kocsis V., 2017). Gyakran előfordul, hogy a webshopokban kínált, majd megrendelt termék eltér a kipoztázott terméktől (nem megfelelő méret vagy szín, más termék, silány minőség stb.) A fogyasztó ilyenkor visszaküldi saját költségén a terméket, azonban a vállalkozás nem téríti vissza annak vételárát, de akár az is előfordulhat, hogy a visszaküldött csomagot át sem veszi. Gyakori, hogy a vállalkozás egyáltalán nem teljesíti a megrendelést (Jogi Fórum, 2016.)

Az internetes vásárlás előtti tájékozódást segíti az NFM által létrehozott, súlyos jogsértést elkövető webáruházakat összegyűjtő adatbázis. Amennyiben a körültekintő vásárlás ellenére mégis probléma merül fel, és azt a webáruházzal nem sikerül rendezni, a vásárló a 197 járási hivatal egyikéhez és a békéltető testületekhez fordulhat. A fogyasztók igénybe vehetik az online vitarendezési eljárást is 2016-tól egy európai uniós honlapon.

Az elmúlt évek fogyasztóvédelmi ellenőrzései alapján leggyakrabban a 14 napos elálláshoz kötődő részletes tájékoztatás elmulasztásához, az elállási joggyakorlás többletfeltételekhez kötéséhez illetve az elérhetőségi adatok nem teljes körű megadásához kapcsolható jogsértések fordultak elő (ITM honlapja, Jogsértő webáruházak).

4.3. A VÁMELLENŐRZÉSEKHEZ ÉS VÁMBESZEDÉSHEZ KAPCSOLÓDÓ KOCKÁZATOK

Az EU-n kívülről az EU-ba belépő áruk a tagállamok vámellenőrzése alá esnek, mielőtt szabad forgalomba kerülnének. A szabad forgalomba bocsátás azt jelenti, hogy az áruk ugyanúgy szabadon mozoghatnak az EU egységes piacán belül, mint bármely, az EU-ból származó termék. Az EU-ba történő beléptetéskor a vámhatóság megköveteli az importortól, hogy fizesse meg az importált árura vonatkozó vámot, vagy nyújtson arra vámbiztosítékot.

Az importált áru esetén a vámtartozás összege függ az importált áruk vámértékétől (ha a vámot ezen érték százalékában határozzák meg), az áruk származásától illetve az áruk tarifális besorolásától, amely a származással kombinálva meghatározza a vámértékre alkalmazandó vámtételt.

Az importőrök többféle módszert is alkalmazhatnak vámtartozásuk csökkentése céljából. Az egyik leggyakoribb módszer, hogy az importőrök alulértékelik az importált árukat, a tényleges értéküknél alacsonyabb értéket jelentenek be az importált árukra vonatkozóan, hamis kereskedelmi okmányok bemutatásával. Előfordul, hogy az importőr hamis származási országot jelöl meg az importált árukra vonatkozóan vagy tévesen kerül besorolásra az áru (alacsonyabb vámtételű termékostályt tüntet fel). Előfordulhat olyan eset is, hogy az importőr az áru vámentességét kérelmezi, annak ellenére, hogy arra nem lenne jogosult (ECA, 2017.).

A magyar vámeljárások tapasztalata, hogy a beérkező, ellenőrzéssel érintett szállítmányok és csomagok tekintetében több mint 80 százalékot tett ki azok aránya, amelyeknél a megállapított vámérték eltért a postai küldeményen szereplő adattartalomtól (NAV, 2018). A 2018. évben a NAV Repülőtéri Igazgatóságán mintegy 189 ezer darabot tett ki az integrátorok (a szállítások összeszervezését végző vállalkozók) által szállított, e-kereskedelemmel érintett küldemények száma. Éves szinten jelentős, becslések szerint több mint 400 M Ft adó- és vámkülönbözet keletkezett, amely a költségvetési bevételkiesésként értelmezhető (Facsinay, 2019).

A vámügyek terén az EU-ra nézve nincsen hatályban együttműködési és kölcsönös adminisztratív segítségnyújtási megállapodás a harmadik országokkal folytatandó e-kereskedelem területén (ECA, 2019). Az uniós vámügyi szervek nem tudják megakadályozni a nem uniós országokból importált, elhanyagolható értékű termékekre vonatkozó mentességgel való visszaélést. A leginkább jellemző, magyar vámhatóság által is tapasztalt visszaélési módok: áru alulértékelése, vagy ajándékként való feltüntetése, szállítmányok szétbontása, mentességre nem jogosult áruk behozatala.

A vámhatárokon átívelő folyamatosan növekvő e-kereskedelmi forgalom miatt a vámbeszedési hatékonyság fentiek szerinti korlátozottságából származó kockázatok mellett az illegális tevékenységekből származó kockázatokkal is számolni kell, mivel a megnőtt az illegális termékek kereskedelme is (NAV, 2018). Továbbá különösen nagy kockázatot jelentenek az EU-n kívülről, digitális úton nyújtott szolgáltatások, mivel esetükben nem kerül sor fizikai határátlépésre, és ezért nem vonatkoznak rájuk az EU-ba érkező áruk esetében alkalmazott ellenőrzések (ECA, 2019).

4.4. A KOCKÁZATOK KEZELÉSE CÉLJÁBÓL TERVEZETT EURÓPAI UNIÓS INTÉZKEDÉSEK

Az EU az *e-kereskedelem áfacsomag* elfogadásával a nyilvántartási rendszerek bővítését és többlet kötelezettségeket írt elő az elektronikus platformok részére, ami az ellenőrizhetőséget

és az adózás pénzügyi teljesíthetőségét növeli. A szabályozás 2021-ben lép hatályba, azonban az elektronikus szolgáltatások terén már 2019-től élvezhetik a vállalkozások az egyszerűsített szabályokat. Ezek a szabályok az EU Bizottság szerint akár 95%-kal csökkenthetik a jogkövetés költségeit.

A *Mini one stop shop (MOSS)* rendszert kiterjesztik 2021. január 1-től a távértékesítések keretében más európai uniós tagállamból érkező vagy harmadik országból érkező 150 eurónál kisebb értékű küldemények értékesítésénél. Az új rendszerben egyszerűsödik annak bizonyítása, hogy a vásárlók melyik tagállamban találhatóak. A MOSS rendszert *OSS rendszerré* alakítják át, ami képes lesz kezelni a bevallásokat minden típusú B2C távolsági értékesítésre. 2021-től a 22 euró alatti csomagok import- és áfamentessége megszűnik, az import áfa megfizetésére új szabályokat vezetnek be az elektronikus kereskedelemben. Az e-kereskedelemben felmerülő adóelkerülés visszaszorítása érdekében az elektronikus piactereket üzemeltető, EU területén letelepedett vállalkozásokat (platformokat) teszik felelőssé a rajtuk keresztül kereskedő cégek be nem fizetett adókötelezettségeiért.

Az EU nem csak a kereskedőket, a platformok üzemeltetőit, hanem a pénzügyi szolgáltatókat is hatékonyabban kívánja ellenőrizni az e-kereskedelem területén. A jövőben tervezik módosítani a szabályozási keretrendszert (2006/112/EC illetve 904/2010/EU rendeletek) annak érdekében, hogy az adóhatóságok adatokat kérhessenek be a pénzügyi szolgáltatóktól a nem jogkövető távolsági értékesítők azonosítására. Elfogadás esetén a szabályozás 2024-ben lép életbe. (NAV Nyilatkozat, 2020.)

A globális nagyvállalatoktól igényelt információk megszerzésének kérdéskörében az EU egységesen kíván fellépni, a költséghatékonyság és az adatok jobb összehasonlíthatósága érdekében. Az *EU Digital and Data* projektjének célja a tagállamok adóhatóságainak által igényelt adatok egyeztetése és meghatározása az adókötelezettségek pontos megállapítása céljából. (A szabályozás előkészítése folyamatban van.)

A tagállamok közötti együttműködést az internetes információ-megosztási rendszer bevezetésével a csalás elleni szakértők meglévő uniós hálózatán, a tagállami közös ellenőrzések intézményének létrehozásával és az *EUROFISC hálózat* új hatáskörökkel történő felruházásával tervezi erősíteni az EU. Az EUROFISC WF5 munkacsoportjában történt egyeztetések célja a csalások és adóelkerülések hatékonyabb felderítése: az információcsere hatékonyabbá tétele mellett az adóhatóságok eredményességét növelő informatikai eszköz-beszerzés is folyamatban van.

A bűnüldöző szervek közötti együttműködést erősíteni kell a határokon átnyúló héa-csalás gyanús tevékenységek feltárása céljából az új adatcsere-mechanismusok megnyitásával az adóhatóságok és az európai bűnüldöző szervek között. Az EU-n kívülről származó importtal kapcsolatos információk illetve az adóhatóságok és a vámhatóságok közötti információk megosztását javítani szükséges a héa csalásokra leginkább nyitott vámeljáráásokban.

4.5. AZ INTÉZKEDÉSEK HAZAI MEGVALÓSÍTÁSA

A MOSS rendszer OSS rendszerré történő átalakításához szükséges specifikációk véglegesítése folyamatban van. Az OSS uniós keretszabályait megalkották, a rendszer uniós sémájába mintegy 250 hazai adózó regisztrált 2020 januárig. Az adózók várható radikális növekedése és a tevékenységi körök bővülése miatt a rendszert tovább kell fejleszteni, ami folyamatban van. (NAV nyilatkozat, 2020.)

5. AZ E-KERESKEDELEM SZEREPE A GAZDASÁGBAN, KÖZPÉNZÜGYI KOCKÁZATOK

Az e-kereskedelem fejlesztésére vonatkozóan több kormányzati program, stratégia tartalmaz elképzeléseket az elemzett időszakban. Az e-kereskedelem fejlődésének, volumen-növekedésének hatása leginkább a gazdaság fejlődésében érhető tetten: a kereskedelmi forgalom növekedése a lakosság fogyasztásának növekedésével jár, ami a költségvetésbe befizetett áfa összegét is növeli, emellett járulékos pozitív hatása lehet a vállalkozások jövedelmezőségére, ami a társasági adó-befizetés mértékének növekedését eredményezheti.

5.1. AZ E-KERESKEDELEM FEJLESZTÉSÉRE VONATKOZÓ KORMÁNYZATI CÉLOK

A kormány az online kereskedelmi forgalom élénkítését tűzte ki zászlajára a 2010-es években, amelynek legfontosabb eszközei a vásárlást megkönnyítő technikai fejlesztések, a fejlődést serkentő szabályozás, a szabálytalanul működő webáruházak kiszűrése, a fogyasztói panaszok minél hatékonyabb kezelése és a jogkövetés elősegítése büntető és ösztönző módszerekkel (Infojegyzet, 2016.)

A belföldi digitális kereskedelemre is kiter a Magyarország Nemzeti Infokommunikációs Stratégiájáról szóló 1069/2014. (II. 19.) Korm. határozat, amely alapján elkészült a Nemzeti Infokommunikációs Stratégia (NIS). A NIS az aktuális helyzet bemutatása mellett erősségeket, lehetőségeket, gyengeségeket azonosított a belföldi digitális kereskedelem fejlesztése vonatkozásában. A Kormány által végrehajtandó Digitális Jólét Programjáról szóló 2012/2015. (XII.29.) Korm. határozatban foglaltak célja, hogy a szabálykövető működés mellett erősödjön a hazai elektronikus kereskedelem hatékonysága is (DKFS, 2017.)

A magyar kormányzat 2017-ben stratégiát alkotott az elektronikus kereskedelem fejlődése által indukált kihívások kezelésére. A célokat a „*Digitális kereskedelemfejlesztési stratégia*” (DKFS) foglalja össze. A stratégia megalkotásának indoka, hogy mivel „*a nemzetgazdaság számára kiemelten fontosak azok az eredmények, amelyeket az elmúlt évek során a digitális kereskedelem teljesítményének növekedésével sikerült elérni*”, a magyar nemzeti összterméken belül a kereskedelemből, és különösen a digitális kereskedelemből származó bevételek tovább növekedjenek.

A DKFS általános célként jelöli meg, hogy a hazai digitális kereskedők az Európai Unióban minél előkelőbb helyet szerezzenek meg az összes online kiskereskedelmi forgalom tekintetében. (Magyarország 2016-ban az Európai Bizottság által közzétett adatok állása szerint a 10. helyen állt uniós szinten.) A fő cél érdekében a kormányzat kiemelten kezeli az alábbi területeket:

- gazdaságfejlesztésre irányuló operatív programok keretében önálló pályázati program(ok) kialakítása a digitális kereskedelem-fejlesztési célok megvalósítása érdekében,
- a vállalkozóknak szánt kormányzati honlapok színvonalának, tudásanyagának erősítése,
- az elektronikus kereskedelemben szükséges tudásanyag, üzleti és jogi iratminták ingyenes elérhetővé tétele,
- a digitális kereskedőkre vonatkozó szabályozás fejlesztését, illetve jogkövetés segítése,
- a helyi üzleti szolgáltatók nyilvántartásának létrehozása,
- a belföldi digitális kereskedők belföldi lakosság részére való értékesítésének ösztönzése,
- a belföldi helyi termékforgalom digitális kereskedelemben történő növelése.

A stratégia a célok nyomon követésére, monitoringjára vonatkozóan nem tartalmaz határidőket és konkrét felelősöket, a célok időszaki nyomon követésével illetve azok megvalósulásával kapcsolatban sem állnak rendelkezésre kormányzati tanulmányok, jelentések. Az Európai Bizottság Digital Single Market honlapjának adattáblái¹² alapján Magyarország 2017-ben a 9., 2018-ban és 2019-ben pedig már a 7. helyen állt az e-kereskedelmi ranglistán az EU-ban. Az adatok szerint a magyarországi vállalkozások teljes értékesítési tevékenységük 16,5%-át bonyolították online csatornákon 2016-ban (10. pozíció), amíg ez az arány 2019-re 23,6 %-ra nőtt (7. pozíció).

5.2. AZ E-KERESKEDELEMBŐL SZÁRMAZÓ KÖLTSÉGVETÉSI BEVÉTELEK REALIZÁLÁSA

A digitális szektor olyan tevékenységeket foglal magában, mint a digitalizálás, az információs és kommunikációs technológiai szolgáltatások, az online platformok és a platform-alapú tevékenységek. Ide tartozó tevékenység az interneten folytatott kereskedelmi tevékenység is.

A digitális gazdaság adóztatásának kérdéskörével kapcsolatban az ÁSZ a közelmúltban publikált elemzést (ÁSZ, 2020.). A digitális gazdaság esetében adózási szempontból az alapvető problémát az okozza, hogy a jelenlegi adószabályok a fizikai jelenlétben alapulnak, és a fizikai jelenlét biztosít lehetőséget az országok adóztatási jogkörének gyakorlására. A digitális szektor esetében problémát jelent még annak meghatározása, hogy az adóalaphoz kapcsolódó értékteremtés hol történik, mit jelent az érték a digitális tevékenységnél és azt hogyan lehetne mérni. Az elemzés kitér a társasági adóztatással kapcsolatos jogszabályok lehetséges módosítására illetve egy új adónem, az ún. *digitális adó* bevezetésére.

Az Európai Unió általános célkitűzései közé tartozik az Európai Unión belüli államháztartások fenntarthatóságának biztosítása, a nemzeti adóalapok erodálásának megelőzése, az Európai Unióban tevékenységet folytató összes vállalkozás számára egyenlő versenyfeltételek biztosítása, az agresszív adótervezés elleni harc és a nemzetközi szabályok azon hiányosságainak megszüntetése, amelyek egyes digitális vállalkozások számára lehetővé teszik, hogy kivonják magukat az adózás alól. A célkitűzések elérése érdekében az Európai Bizottság két javaslatot dolgozott ki. Az első javaslat a társasági adó átfogó reformjára vonatkozik, míg a másik javaslat ideiglenes, átmeneti megoldásként egyes digitális szolgáltatások adóztatására irányul. A társasági adózással kapcsolatos javaslat célja a vonatkozó szabályok reformja annak érdekében, hogy a tagállamok megadóztathassák a területükön képződő nyereséget, még akkor is, ha a vállalkozás ott nincs fizikailag jelen.

A magyar kormányzat a stratégiákban, programokban megfogalmazott célok alapján az e-kereskedelemben rejlő lehetőségek kihasználására törekszik. A költségvetés bevételeinek szempontjából az e-kereskedelemnek elsősorban a növekvő áfabevételek illetve a vámbevételek realizálása tekintetében van jelentősége, de a jövedelmezőség javulásával a társasági adók befizetésére is hatással van a volumen-növekedés. Statisztikai adatok hiányában nincs lehetőségünk a vámok és a társasági adó becslésére, de az internetes kereskedelemről származó áfa-bevételek nagyságrendjét becsléssel meg tudjuk határozni.

Magyarországon a központi költségvetés általános forgalmi adó bevételei 2010-2018. közt 2313,6 Mrd Ft-ról 2018-ra 3928,7 Mrd Ft-ra, azaz több mint 41%-kal nőttek.

¹² ([https://digital-agenda-data.eu/charts/analyse-one-indicator-and-compare-countries.](https://digital-agenda-data.eu/charts/analyse-one-indicator-and-compare-countries)) Total electronic sales by enterprises, as of a % of their total turnover (belföldi és külföldi értékesítés együttesen.)

Az összes, a központi költségvetésben realizált áfabevétel alapján becsléssel állapítottuk meg az e-kereskedelemből származó bevételeket 2015-2018. között. Az adatokból kitűnik, hogy a realizált áfabevételek nagysága évről évre nőtt a kereskedelmi forgalom növekedésével, az elemzett négy év alatt 19,5%-os növekedés volt tapasztalható (lásd a 2. sz. táblázatot).

2. sz. táblázat

Az e-kereskedelemből származó áfa bevételek becslt értéke M Ft-ban

	2015	2016	2017	2018
"Csomagküldő és internet" üzletítípus forgalma	234 574	308 393	408 469	543 209
Kiskereskedelem forgalma összesen	9 015 692	9 401 677	10 202 958	11 227 127
"Csomagküldő és internet" üzletítípus forgalom részaránya a kereskedelemből	2,6%	3,3%	4,0%	4,8%
Áfabevételek	3 285 700	3 290 293	3 525 270	3 928 686
"Csomagküldő és internet" forgalmi részarányával arányosított áfabevételek	85 489	107 928	141 132	190 084

Forrás: KSH STADAT 4.4.13 és a zárszámadási törvények adatai alapján ÁSZ becslés és szerkesztés

A magyar nemzeti összterméken belül a digitális kereskedelemből származó bevételek tovább nőttek az elemzett időszakban, ami kedvezően hatott az áfabevételek nagyságára is. Az elkövetkező években lépnek hatályba az áruk és szolgáltatások áfa- és vámmentességére vonatkozó szigorodó előírások, amelynek következtében a kapcsolódó költségvetési bevételek jelentősen növekedhetnek. (A nem realizált áfabevételre vonatkozóan a NAV és a Pénzügyminisztérium becslést nem hozott nyilvánosságra.)

5.3. AZ ADÓBÁZIS CSÖKKENÉSÉVEL KAPCSOLATOS KOCKÁZATOK

Az internetes kereskedelem kapcsán felmerül annak kérdése, hogy annak térnyerése nem jár-e az adóbázis csökkenésével. Az ÁSZ digitális szektor adóztatásáról szóló elemzése (2020.) a digitális szektor társasági adóval és egy új adónemmel, az ún. digitális adó kivetésével és beszedésével kapcsolatos kockázatokat és lehetőségeket tárja fel. Jelen elemzés alapvetően az áfabefizetéssel és az importvámokkal kapcsolatos kockázatokat elemzi.

Az adóbázis csökkenésének megakadályozását illetve akár növelését több módon érheti el egy kormányzat. Fontos és szükséges a gazdaság eredményes kifehérítésére megfelelő lépéseket tenni, aminek a legfőbb eszköze az adóellenőrzés szigorítása illetve az adócsökkentés (Palócz és tsai, 2007.)

A gazdaság kifehérítése érdekében számos intézkedés történt, többek között az online pénztárgépek alkalmazásának előírása, az Elektronikus Közúti Áruforgalom Ellenőrző Rendszer (EKÁER), valamint az online számlázási rendszer bevezetése. Gazdaságfehérítési célból a 2015. évtől több termék és szolgáltatás áfakulcsának csökkentése is megvalósult (ÁSZ, 2019.) A kifehéredéshez kapcsolhatóak az import eltitkolásának mértékét csökkentő intézkedések is. A nem regisztrált import ugyanis nem csak az áfa-fizetést kerüli el, hanem további adóelkerülések láncolatát váltja ki (Palócz és tsai, 2007.) Az elmúlt években több adónem mértékét is csökkentette a kormány. A vállalkozások esetében 10%-ról 1 százalékponttal, 9%-ra csökkent a társasági adó kulcsa 2017-től. A tao jelenlegi mértéke a legalacsonyabb az Európai Unióban, a 15 %-os sziya a harmadik legalacsonyabb, a szociális hozzájárulási adó pedig a 2016-os 27 százalékról 17,5 százalékra csökkent 2019 júliusában. Az adócsökkentések ellenére 2019. november végéig 1300 Mrd Ft-tal több adóbevétel folyt be az öt legnagyobb adóból, mint az előző évben (Magyar Nemzet, 2020.). Az adócsökkentések és a hatályba lépő szigorúbb előírások a gazdaságfehérítési célokat hatékonyan szolgálták.

Az internetes kereskedelemben a belföldi eladó-vevő viszonylatokban áfafizetési kockázat nem, vagy csak kis mértékben merül fel a kötelező számlaadás következtében, azaz a kereskedelem ezen formája nem hordoz többletkockázatokat más (fizikai üzletben történő) adásvételhez viszonyítva.

A határon átnyúló e-kereskedelmi ügyletek esetében azonban Magyarországon adó (áfa, héa) beszedési kockázatok azonosíthatóak. Kihívást jelent a magyar adóhatóság számára (ahogy az EU tagállamaiban működő adóhatóságok számára is), hogy hogyan lehet maradéktalanul beszedni az áfát azon társaságoktól, amelyek nem rendelkeznek fizikai üzlettel az országban. Gondot okoz az is, ha a kereskedő nem a hazánkban alkalmazott héa-adókulcsot terheli az árua vagy szolgáltatásra, mert ennek következtében a költségvetés adóbevételektől esik el.

A kis értékű áruk importja áfamentes jelenleg, ami szintén jelentős adóbevétel-kiesést eredményez, azonban erre a problémára megoldást nyújt a 2021-től hatályos szabályozás. A kis értékű import árukkal kapcsolatban vámbeszedési kockázatok is felmerülnek. Mindezeket a kockázatokat (2021-ig) a vámeljáráások számának és intenzitásának növelése csökkentheti. Az internetes kereskedelem térnyerésével tehát fennáll az adóbázis csökkenésének lehetősége, azonban a közlejövőben bevezetésre kerülő uniós és hazai jogszabályváltozások mérsékelik az ezzel járó kockázatokat. Az intézkedések hatályba lépését követően az internetes kereskedelemben beszedett adók és vámok összegének emelkedése várható.

1.SZ. MELLÉKLET: AZ ÁLLAMI SZERVEZETEK FELADATAI AZ E-KERESKEDELEM SZABÁLYOZÁSÁBAN ÉS FELÜGYELETÉBEN

A **Nemzeti Adó- és Vámhivatal** vámigazgatási jogkörében az európai uniós vámjog alapján az áruk vámeljáráshoz vonását, a vámhatáron át lebonyolódó áruforgalom vámellenőrzését, a vámtartozások és a vámeljáráshoz kapcsolódó egyéb terhek kiszabását és beszedését végzi el. Az áruk azonosságának (adózási szempontból történő besorolásának és egyéb jogszabály által meghatározott követelményeknek) a vizsgálatát, illetve a vizsgálat megtörténtének ellenőrzését, a vámokmányok, illetve a vámeljárási adatainak vám- és statisztikai célú ellenőrzését, javíttatását, nyilvántartását, összesítését, feldolgozását és átadását végzi el, adóztatási, ellenőrzési és utólagos ellenőrzési feladatokat lát el (NAV 2018.).

A **Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság** a GDPR Rendelet betartásának szabályosságát ellenőrzi a beékeztett panaszbejelentések alapján (webáruházi megrendelés esetén is). A hatóság az adatvédelmi ellenőrzései kapcsán a leggyakrabban az alábbi szabálytalanságokat állapította meg: előzetes tájékoztatási kötelezettség megszegése, előzetes tájékoztatás hiánya, vagy az előzetes tájékoztatás hiányossága, az adatkezelő vállalkozás adatkezelési szabályzataiban leírtak és a tényleges adatkezelési gyakorlat összhangjának hiánya (naih.hu).

Az **Innovációs és Technológiai Minisztérium** (korábban Nemzeti Fejlesztési Minisztérium; Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság) IT laboratóriumot működtet az e-kereskedelem ellenőrzésére. Az ITM közlése szerint 2019 végéig már több mint 2400 webáruház működését, gyakorlatát vizsgálták meg (ITM 2020.) Kiemelten kezelik azokat a webáruházakat, amelyek megtévesztő módon csodát ígérő termékeket árúsítanak a fogyasztóknak. A tavalyi év eredménye, hogy azoknak a webáruházaknak a 30 %-a, akik ilyen terméket árultak, önként blokkolták a honlapjukat. A korábbi években átlagosan havi 43 db panasz érkezett, ez tavaly havi átlag 3 panaszra esett vissza az erős hatósági jelenlétnek köszönhetően. 2019 év végén megszületett az uniós szabályozás, amelynek köszönhetően a jövőben a kettős minőség jelensége tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül majd és megtévesztő kereskedelmi gyakorlat miatt szankcionálhat majd a fogyasztóvédelmi hatóság. Ezt a hatáskört 2022. május 28-tól kapja majd meg, de addig is feladatuk, hogy a hazai szabályozásba átültessék az uniós szabályokat, illetve szükség esetén IT laboratóriumban vizsgálják a felmerülő kettős minőségű termékeket is (Figyelő 2020.).

A **Gazdasági Versenyhivatal** a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértésekor jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Vizsgálja, hogy a webáruház továbbeladási ármeghatározásai, algoritmus alapú ármeghatározásai, vagy a terület alapú tartalomkorlátozó megállapodásai a versenyt korlátozó megállapodások tilalmába ütköznek-e az e-kereskedelem végzése során. Emellett eljár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti ügyekben; illetve fellép a megtévesztő és egyéb jogsértő reklámok esetében, és minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, mely nem a bíróság hatáskörébe tartozik. Az elektronikus kereskedelem során jelentkező, burkolt hirdetésekkel kapcsolatos fogyasztói érdeksérelmek észlelése esetén a Gazdasági Versenyhivatal részeként működő Fogyasztóvédelmi Iroda foglalkozik a fogyasztói panaszokkal, bejelentésekkel, az egyes vizsgálatok lefolytatásával.

A **Magyar Posta** az e-kereskedelemben a nemzetközi import és export csomagforgalom lebonyolításában vesz részt. A globális internetes árurendelések számának folyamatos növekedése következtében a vámügynöki szolgáltatás forgalma is jelentősen növekszik évről évre a Magyar Posta éves jelentései szerint. A hazánkba érkező importküldeményt abban az esetben kézbesíti a posta, ha a címzett szükség szerint a vámterhet és a postai vámügynöki

szolgáltatás díját megfizeti. A Magyar Posta Vámkezelési Ügyféladatbázist fejlesztett ki, melynek célja, hogy informatikai háttértámogatással gyorsabbá és egyszerűbbé tegye a vámkezelési folyamatot magánszemélyek részére már az áru beérkezése előtt. Az e-kereskedelem dinamikus emelkedésének hatásaként az import regisztrált levélküldemények kezeléséhez a Nemzetközi Posta Kicserélő Központ áteresztőképességét is megnövelték (Magyar Posta 2018.).

A **Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal** az Európai Uniótól vásárolt kockázatosnak (fertőzőnek) ítélt élelmiszerek esetében illetékes, ezek Magyarországra történő behozatala tilos.

Az Európai Unió 2016. július 6-án elfogadta a hálózati és információs rendszerek biztonságának az egész Unióban egységesen magas szintjét biztosító intézkedésekről szóló 2016/1148/ EU irányelvet, amelyet elsősorban az elektronikus kereskedelemről szóló törvény, másodsorban pedig az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások elektronikus információbiztonságának felügyeletéről és a biztonsági eseményekkel kapcsolatos eljárásrendről szóló 270/2018 (XII. 20) Korm. rendelet implementált a magyar jogrendbe 2018. május 10-i hatályba lépéssel. Az új szabályozás három szektorban (online piactér, online keresőszolgáltatás, felhőalapú számítástechnikai szolgáltatás) írja elő a digitális szolgáltatást nyújtó vállalkozások regisztrációs, biztonsági eseményekkel kapcsolatos bejelentési kötelezettségét, melyet a **Nemzetbiztonsági Szakszolgálat** ellenőrizhet. Az ellenőrzések a regisztrációs kötelezettségre, a biztonsági elvárásoknak megfelelésre és a biztonsági események bejelentésére terjednek ki.

RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE

áfa	Általános forgalmi adó
Áfa tv.	2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról
ÁSZ	Állami Számvevőszék
ÁSZF	Általános szerződési feltételek
DKFS	Digitális Kereskedelem-fejlesztési Stratégia
ECA	Az Európai Unió Számvevőszéke
EFK	Európai Fogyasztói Központ
Ekertv.	Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény
EU	Európai Unió
Fgy. tv.	1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről
GDP	Gross Domestic Product
GDPR	Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete
GKI	GKI Gazdaságkutató Zrt.
hÉa	Hozzáadott érték adó
HVG	Heti Világgazdaság
Info tv.	2011. évi CXII. törvény az információs önrendelkezés jogról és az információszabadságról
ITM	Innovációs és Technológiai Minisztérium
Kertv.	2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről
KKV	Kis- és középméretű vállalkozások
KSH	Központi Statisztikai Hivatal
MOSS	Mini One Stop Shop
MTI	Magyar Távirati Iroda Zrt.
NAV	Nemzeti Adó- és Vámhivatal
NAIH	Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság
NÉBIH	Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal
NFM	Nemzeti Fejlesztési Minisztérium
NIS	Nemzeti Infokommunikációs Stratégia
NRC	NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft.
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OSS	One-Stop-Shop
Ptk.	2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről
TAO	Társasági Adó
UCC	Uniós Vámkódex (angol nyelvű mozaikszó a „Union Customs Code” kifejezés alapján)

FOGALOMTÁR

adatvédelmi incidens	Olyan eset, amikor olyan biztonsági probléma lép fel, amelynek következménye a kezelt személyes adatokhoz történő jogosulatlan hozzáférés, azok véletlen vagy jogellenes megsemmisítése, elvesztése, megváltoztatása. Webáruházak esetén ilyen incidens lehet pl. az informatikai rendszer feltörése, az adatok nem megfelelő tárolása, személyes adatokat tartalmazó adattároló elvesztése stb.
adólevonásra nem jogosult adóalany	Adólevonásra nem jogosító tevékenységet (termékértékesítést és/vagy szolgáltatásnyújtást) folytató adóalany. (forrás: ÁFA törvény 11. § (2) bekezdés c) pont és 123. § (1) bekezdés)
áfa adóalany	Az a jogképes személy vagy szervezet, aki (amely) saját neve alatt gazdasági tevékenységet folytat, tekintet nélkül annak helyére, céljára és eredményére. Az érintett személy vagy szervezet jog- és cselekvőképességére személyes joga az irányadó, ha azonban személyes joga alapján nem lenne jog- és cselekvőképes, de a magyar jog alapján igen, akkor jog- és cselekvőképességét a magyar jog alapján kell elbírálni. (forrás: ÁFA törvény 5. § (1) bekezdés)
ÁSZF	Az általános szerződési feltételek olyan szerződéses rendelkezések, feltételek, melyeket egyoldalúan határoz meg az, aki kibocsátja az általános szerződési feltételeit. Vagyis a gyakorlatban ezt az eladó, szolgáltató, szállító állítja össze.
átlagos kosárérték	Webshopban az egy tranzakcióra jutó átlagos vásárlási érték. (forrás: https://szotar.iab.hu/szocikk/aov/)
árutartalmú közönséges levélpostai küldemény	EU-n kívüli területre szóló, áru tartalmú közönséges és könyvelt nemzetközi direkt levelek. Ezek azok a küldemények, amelyek jellemzően távol-keleti országból interneten rendelt terméket tartalmaznak ingyenes szállítással. (forrás: Magyar Posta)
B2A (business to administration)	Az elektronikus kereskedelem egyik típusa, amikor az elektronikus úton létrejött üzlet az üzleti élet egyik szereplője és a kormányzat között történik, a közigazgatás és az üzleti szektor közötti ügyleteket foglalja magában. A B2B részterülete is lehet, ahol az egyik fél mindig valamilyen közigazgatási szerv.
B2B (business to business)	Az elektronikus kereskedelem egyik típusa, amikor az elektronikus úton létrejött üzlet az üzleti élet két szereplője között történik. Olyan gazdasági kapcsolat, amelyben valamennyi résztvevő az üzleti szektorból kerül ki. Kereskedelmi rendszereket, módszereket igényel, amelyek az elektronikus üzletet lehetővé teszik. Forradalmasítja a beszállítói láncot, illetve az ügyfél- partner-kapcsolatokat.
B2C (business to consumer)	Az elektronikus kereskedelem egyik típusa, amikor az elektronikus úton létrejött üzlet az üzleti élet egyik szereplője és egy magánszemély között történik. Pl. az amazon.com internetes áruházban. Az üzleti szereplő által megcélzott fél a fogyasztó. A hétköznapi vásárlás elektronikus formája.
B2E (business to employee)	Munkavállalók számára kínált ajánlatok, akciók.
C2A (consumer to administration)	A közigazgatás és magánszemélyek közötti elektronikus ügyletek elnevezése.
C2B kapcsolat	A C2B (customer to business) azt a gazdasági kapcsolatot jelzi, amikor nem üzletszerűen termelő személyek termékeit vagy szolgáltatásait üzletszerűen működő gazdasági társaság értékesítésre megveszi (vagy az értékesítésben való közvetítésben szerepet játszik).
C2C kapcsolat	A C2C (customer to customer) kapcsolat nem üzleti partnerek (hanem jellemzően magánszemélyek) közötti, egyedi vagy kis mennyiségű termékértékesítést vagy szolgáltatásnyújtást jelent.
csomagküldő és internet üzlettípus	Bármilyen új áru csomagküldő hálózaton keresztül értékesítésével, mint fő tevékenységgel foglalkozó vállalkozás. Ebbe a szakágazatba tartozó kiskereskedelmi tevékenységek keretében a vásárló az áru kiválasztását hirdetés, katalógus, webes információ, áruminta alapján vagy egyéb közvetett módon végzi. A vásárló megrendelését levélben, telefonon vagy az interneten keresztül (általában a weboldal

ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK

	által biztosított speciális úton) közli. A megvásárolt terméket vagy közvetlenül az internetről tölti le vagy fizikai valójában egyéb módon kapja meg. Ebbe a szakágazatba tartozik: bármely termék kiskereskedelmi értékesítése csomagküldő szolgálat útján, bármely termék internetes kiskereskedelmi értékesítése, a közvetlen értékesítés televízión, rádión keresztül vagy telefonon, az internetes kiskereskedelmi aukció. (forrás: TEÁOR 2008 - a gazdasági tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszeréről és Szolgáltatások Jegyzéke, második javított kiadás, KSH, 2003)
csomagpostai küldemény	Olyan küldemény, melyet csak házhoz kézbesítéssel vagy postán maradóra van lehetőség feladni. (forrás: Magyar Posta)
egyablakos rendszer	Segítségével lehetővé válik, hogy az adóalany a saját országában teljesítse áfa bevallási és befizetési kötelezettségét.
elektronikus kereskedelem	Az elektronikus úton megvalósított, a vállalkozások és fogyasztók közötti kereskedelmi ügyletek.
elektronikus szerződés	Olyan szerződések, melyek elektronikus úton kötnek pl.: a faxon, e-mail útján, interneten kötött szerződések stb.
elektronikus szolgáltatás	Ide azokat szolgáltatásokat soroljuk, amelyeket: az interneten vagy más elektronikus hálózaton keresztül nyújtanak, jelentős mértékben automatizáltak, minimális emberi közreműködést igényelnek, a szolgáltatásnyújtáshoz az információ technológia elengedhetetlen.
EUROFISC	Tagállami adó- és vámigazgatási tisztviselők decentralizált hálózata, akik potenciálisan csalárd vállalkozásokról és ügyletekről cserélnek, illetve dolgoznak fel és elemeznek közösen és gyorsan célzott információkat.
Európai Közösség	Az Európai Közösség (EK) nemzetközi szervezet volt, 1993-2009. közt működött. Az Európai Unió (EU) három pillére közül ez az első pillérnek, az Európai Közösségeknek a legfontosabb része volt. Jogelődje az Európai Gazdasági Közösség volt.
héa-adóalanyok	Az EU azon természetes és jogi személyei, akik egy adott tagállamban héa-fizetési kötelezettség alá esnek.
hozzáadott érték	A kibocsátott termelési és az anyagi ráfordítások különbsége.
kieső adórés	A ténylegesen beszedett áfa bevételek és az elvárható áfa bevételek közötti különbség.
kereskedelem, gépjárműjavítás ágazat	Ez a nemzetgazdasági ág az áruk átalakítás nélküli nagy- és kiskereskedelmét, valamint az áruk értékesítéséhez kapcsolódó szolgáltatásokat tartalmazza. A nagy- és kiskereskedelem az utolsó lépés az áruk elosztásában. A gépjárművek és motorkerékpárok javítása szintén ebbe a nemzetgazdasági ágba tartozik. (forrás: TEÁOR 2008 - a gazdasági tevékenységek egységes ágazati osztályozási rendszeréről)
kettős adóztatás az e-kereskedelemben	Ennek során hasonló jellegű adókat vetnek ki egyazon adóalanyra, ugyanarra a tárgyra és időszakra vonatkozóan azokban az országokban, ahol az adóalany gazdasági tevékenységet végez. Ennek elkerülése végett az érintett államok kettős adóztatásról szóló egyezményeket kötnek, illetve a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) Modellegyezményét alkalmazzák. Az e-kereskedelemben ilyen helyzet tipikusan akkor áll elő, ha az árut, szolgáltatást fogadó ország úgy tekinti, hogy a magyar vállalkozás a webes értékesítési tevékenység során telephelyet hozott létre a területén. Az e-kereskedelemben a weboldalt tároló szerver fizikai elhelyezkedése határozza meg a telephely elhelyezkedését. Amennyiben tehát egy külföldi cég webáruházán keresztül Magyarországra is értékesít árut, de a szerver, illetve más üzleti létesítmény nem áll rendelkezésére itt, úgy telephely hiányában a magyar értékesítések után az illetőség államában lesz köteles nyereségadót fizetni (H. Nagy D., 2017.)
kisvállalkozás	A legalább 10 főt, de 50 főnél kevesebbet foglalkoztató vállalkozás. (forrás: Európai Bizottság)
KKV szektor	A legalább 10 főt, de 250 főnél kevesebbet foglalkoztató vállalkozások összessége. (forrás: Európai Bizottság)

ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK

közepes méretű vállalkozás	A legalább 50 főt, de 250 főnél kevesebbet foglalkoztató vállalkozás. (forrás: Európai Bizottság)
külföldi, kiskereskedelemmel foglalkozó leányvállalat	Olyan külföldi többségi tulajdonú vállalkozás Magyarországon működő leányvállalata, mely kiskereskedelmi tevékenységet folytat.
külföldi leányvállalat	Adott országban honos gazdasági egység, amely felett egy nem ugyanazon országban honos szervezeti egység gyakorol ellenőrzést. (forrás: 716/2007/EK rendelet)
minimum harmonizációs lista	Olyan lista, amely a következő elemeket tartalmazza a szolgáltató nevét, székhelyének címét, elérhetőségét, bejegyzésének számát, felügyeleti szervének nevét, amennyiben a tevékenység hatósági engedélyezés és felügyelt alá tartozik, szabályozott foglalkozások, valamint tájékoztatás arról, hogy hol esik a szolgáltató általános forgalmi adózás alá.
MOSS rendszer	Olyan adózók számára kínál egyszerű, hatékony, egyablakos és elektronikus ügyintézési lehetőséget, akik az Európai Unió országaiba teljesítenek távolról is nyújtható szolgáltatást (vagyis távközlési, rádió- és televízió műsor-, illetve elektronikus szolgáltatást) olyan fogyasztók számára, akik nem alanyai az általános forgalmi adónak (ill. a hozzáadottérték-adónak).
nagyvállalat	250 főnél több munkavállalót foglalkoztató vállalat. (forrás: Európai Bizottság)
omnichannel kereskedés	Integrált kereskedelmi csatornákon át végzett kereskedés. (forrás: http://www.otdt.hu/site/resume/47494)
online platform	Egy szervezet által kezelt, jelszóval védett online hozzáférést biztosító felület.
OSS rendszer	Egyablakos ügyintézés (one-stop-shop): minden egyes vállalkozás egyetlen adatvédelmi hatóságnak tartozik majd felelősséggel. Mini one stop shop (MOSS) rendszer kiterjesztésre kerül 2021. január 1-től a távértékesítések keretében más európai uniós tagállamból érkező vagy harmadik országból érkező 150 eurónál kisebb értékű küldemények értékesítésére, amelynek következtében, így az elnevezés változik.
szűkített egyablakos ügyintézési rendszer	A szűkített egyablakos áfa ügyintézési rendszer olyan fakultatív rendszer, amely lehetővé teszi, hogy a regisztrált vállalkozás – a normál esetben több uniós országban is benyújtható – áfa bevallását egyetlen EU-országban nyújtsa be. (forrás: https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-digital-services-moss-scheme/index_hu.htm)
távolsági értékesítés	A határon átnyúló kereskedelmi ügylet távolsági értékesítésnek minősül, ha az áfa adóalany vállalkozás nem adóalany (vagy adólevonásra nem jogosult adóalany) részére az Európai Unió más tagállamába teljesít termékértékesítést. (forrás: NAV, 29. sz. Tájékoztató füzet, 2019)
távértékesítési rendszer	Az Unión belüli B2C termékértékesítésre vonatkozó adózási rendszer. A rendszer keretében bizonyos értékesítési küszöbértékig (általában 35 000 euró, egyes tagállamokban 100 000 euró) a kereskedő a nyilvántartásba vétele szerinti tagállam hea-kulcsát alkalmazza. E küszöbérték felett a kereskedőnek hea-alanyként regisztrálnia kell magát a rendeltetési hely szerinti tagállamban és annak hea-kulcsát kell alkalmaznia.
területi alapú tartalomkorlátozás	A kereskedő megkülönböztető gyakorlata, amely megakadályozza, hogy online ügyfelek egy másik országban létesített weboldalon kínált termékekhez vagy szolgáltatásokhoz hozzáférjenek és azokat a termékeket és szolgáltatásokat megvásárolják, például oly módon, hogy zárolja a határon túli weboldalakhoz való hozzáférést; megtagadja a rendelés teljesítésének lehetőségét, hogy árukat és szolgáltatásokat vásároljon, külföldi weboldal elérésével.
vámbeszedési költség megtérítése	A központi költségvetés közvetlen bevétele, az Unió elszámolások része. A beszedett vám tagállam és az EU költségvetés közötti megosztásáról az Európai Parlament és a Tanács az Unió Vámkódex létrehozásáról szóló 952/2013/EU rendelete (2013. október 9.) rendelkezik.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Állami Számvevőszék (2019): *Az általános forgalmi adó csökkentés hatásai a fenntartható kifehérítés folyamatára* (https://asz.hu/storage/files/files/elemlzesek/2019/afa_20191206.pdf?download=true)
- Állami Számvevőszék (2020): *A digitális gazdaság megadóztatásának aktuális kérdéseiről. a modern gazdasághoz illeszkedő új uniós adószabályokról értékelő elemzés figyelemmel a terület ellenőrizhetőségére* (https://asz.hu/storage/files/files/elemlzesek/2020/a_digitalis_gazdasag_megadoztatasa_20200313.pdf?download=true)
- Bahl, K. (2016): *Impact of E-Commerce on Employment in India* (https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&escr=s&source=web&cd=4&ved=2ahUKEwijklor3sN3mAhUqAhAIHeMeDksQFjADegQIAhAC&url=https%3A%2F%2Fassets.kpmg%2Fcontent%2Fdam%2Fkpmg%2Fin%2Fpdf%2F2016%2F12%2Fimpact-of-ecommerce-on-employment-in-india.pdf&usg=AOvVaw0-1_2eryfwjP5NriMTE5A9)
- Bartolits, I. (2001): *Az e-kereskedelem alapfogalmai* (<http://www.e-times.hu/01majus/kisszot.htm>)
- Csuhai, I. (2001): *Elektronikus kereskedelem: Vállalalkozóknak, diákoknak, érdeklődőknek*
- Bodnár, D. és tsai (2014): *A globális értékláncok –a multinacionális vállalat, mint globális gyár Fejezetek a nemzetközi üzleti gazdaságtanból 6.* (http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1586/1/Nkzi_PhD_MUHELY_2013_2014%20vegso.pdf)
- Csath, M. (2019): *Kereskedelmi egyenleg és versenyképesség* (<https://www.vg.hu/velemenyelemzes/kereskedelmi-egyenleg-es-versenykepesség-2-1625513/>)
- Csugány, J. (2018): *A technológiai változások hatása a munkapiacra: új kihívások és lehetőségek* Taylor Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Folyóirat 2018/4. szám (No. 34) 26. o (<http://www.analecta.hu/index.php/taylor/article/view/21997/31412>)
- Digitális Kereskedelem-fejlesztési Stratégia (2017): (sz.n.) (<https://www.kormany.hu/download/c/88/f0000/Strat%C3%A9gia.pdf>)
- Dobó-Kocsis, V. (2017): *Az online kereskedelem fogyasztóvédelmi szabályozása* (<https://docplayer.hu/135058163-Az-online-kereskedelem-fogyasztovedelmi-szabalyozasa-keszitettedr-dobo-kocsis-veronika.html>)
- eNET Internetkutató Kft (2019): *Több, mint 1000 milliárd forintot költenek el Magyarországon az e-kiskereskedelemben* (<https://enet.hu/hirek/tobb-mint-1000-milliard-forintot-koltenek-el-magyarorszagon-az-e-kiskereskedelemben/>)
- Európai Bizottság felmérésének adattáblái az Egységes Digitális Piac politikája kapcsán (1): *4b3 Selling online cross-border, by SMEs (10-249 persons employed), without financial sector* ([https://digital-agenda-data.eu/charts/desi-components#chart={"indicator":"desi_4b3_sellcb","breakdown-group":"byentsize","unit-measure":"pc_ent","time-period":"2019"}](https://digital-agenda-data.eu/charts/desi-components#chart={))
- Európai Bizottság felmérésének adattáblái az Egységes Digitális Piac politikája kapcsán (2): *Enterprises having done electronic sales to other EU countries in the last calendar year* ([https://digital-agenda-data.eu/charts/analyse-one-indicator-and-compare-countries#chart={"indicator-group":"ecommerce","indicator":"e_aeseu","breakdown":"ent_all_xfin","unit-measure":"pc_ent_aesell","ref-area"}](https://digital-agenda-data.eu/charts/analyse-one-indicator-and-compare-countries#chart={))
- Európai Bizottság felmérésének adattáblái az Egységes Digitális Piac politikája kapcsán (3): *Individuals ordering goods or services online, by All Individuals (aged 16-74)* ([https://digital-agenda-data.eu/charts/analyse-one-indicator-and-compare-countries#chart={"indicator-group":"ecommerce","indicator":"i_blt12","breakdown":"empl_une","unit-measure":"pc_ind","ref-area"}](https://digital-agenda-data.eu/charts/analyse-one-indicator-and-compare-countries#chart={))
- Európai Számvevőszék (2017): 2017/19 különjelentés: *Importeljárások: a jogszabályi keretek hiányosságai és a nem kellően eredményes végrehajtás hátrányos hatással vannak az Unió pénzügyi érdekeire* (https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR17_19/SR_CUSTOMS_HU.pdf)

- Európai Számvevőszék (2019): 2019/12 különjelentés: *E-kereskedelem: még számos kihívás vár megoldásra a héra- és vámbeszedés terén*
(https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/INSR19_12/INSR_E-COMMERCE_VULNERABILITY_TO_TAX_FRAUD_HU.pdf)
- EUROSTAT (2019): *E-commerce statistics for individuals*
(<https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/>)
- EUROSTAT (1): *A legalább 1%-ban online megrendelést kapott vállalkozások aránya (2009–2018)*
(https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tabl/tin00111.html)
- EUROSTAT (2): *Az e-kereskedelemből származó árbevétel aránya a vállalkozások teljes árbevételéből (2009–2018)* (https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tabl/tin00110.html)
- EUROSTAT (3): *Az elmúlt három hónapban az interneten keresztül termékeket/szolgáltatásokat magáncélra megrendelő/megvásárló magánszemélyek (2007–2018)*
(https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tabl/tin00067.html)
- EUROSTAT (4): *Azon személyek aránya, akik internetes banklásra használták az internetet (2007–2018)* (https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tabl/tin00099.html)
- EUROSTAT (5): *Rendszeres internethasználók aránya (2007–2018)*
(https://www.ksh.hu/docs/hun/eurostat_tablak/tabl/tin00091.html)
- Facsinay, K. (2019): *Hamarosan vége a vám- és áfamentes külföldi online rendeléseknek*
(<https://novekedes.hu/interju/hamarosan-vege-a-vam-es-afamentes-kulfoldi-online-rendeleseknek>)
- Figyelő (2020): *A fogyasztóvédelem összesen 730 millió forint büntetést osztott ki 2019-ben*
(<https://figyelo.hu/hirek/a-fogyasztovedelem-osszesen-730-millio-forint-buntetest-osztott-ki-2019-ben-66679/>)
- Gáti, M., Kolos, K. (2010): *Az e-business és a vállalati versenyképesség összefüggései*
(http://edok.lib.uni-corvinus.hu/398/1/TM34_Gati_Kolos.pdf)
- Gáti, M., Kolos, K. (2012): *Az elektronikus kereskedelem alkalmazása a hazai vállalatok körében - a piac orientáció és a marketingkörnyezet szerepe*, Vezetéstudomány XLIII. ÉVF. 2012. KÜLÖNSZÁM/ISSN 0133-0179
(http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjR0-mu5_PmAhXxkIsKHRyjBdEQFjAAegQIBRAC&url=http%3A%2F%2Funipub.lib.uni-corvinus.hu%2F566%2F1%2Fvt_2011k2p90.pdf&usq=AOvVaw2EgvAh_Ey3aOTQsg48JZY5)
- GKI Digital Kutató és Tanácsadó Kft. & Online Comparison Shopping Kft. (2019): *e-TOPLISTA: Magyarország legnagyobb forgalmú webáruházai* (<https://gkidigital.hu/2019/05/28/toplista/>)
- Infojegyzet (2016): *Fogyasztóvédelem és e-kereskedelem*
(https://www.parlament.hu/documents/10181/595001/Infojegyzet_2016_63_fogyasztovedelem_ekereskedelem.pdf/867c21b8-61a4-4f6f-9e06-47eceb46377b)
- Innovációs és Technológiai Minisztérium (2019): *Az Európai Fogyasztói Központ működése*
(https://fogyasztovedelem.kormany.hu/#/az_europai_fogyasztói_kozpont_mukodese)
- Innovációs és Technológiai Minisztérium (2020): *Idén is számíthatnak a családok és a tisztességes vállalkozások a fogyasztóvédelemre*
(https://fogyasztovedelem.kormany.hu/#/iden_is_szamithatnak_a_csaladok_es_a_tisztesseseg_vallalkozasok_a_fogyasztovedelemre)
- Innovációs és Technológiai Minisztérium: *E-kereskedelmi kisokos (d.n.)*
(https://www.kormany.hu/download/0/69/b1000/ITM_e-kereskedelmi-kisokos.pdf)
- Kapás, J., Czeglédi, P. (2008): *Technológiai és intézményi változások a munkapiacon és a vállalati szervezetben*, Közgazdasági Szemle, LV. évf., 2008. április (308–332. o.)
(<https://www.bing.com/search?q=Kap%C3%A1s+Judith+%E2%80%93+Czegl%C3%A9di+P%C3%A1+2008+Technol%C3%B3giai+%C3%A9s+int%C3%A9zm%C3%A9ny+változ%C3%A1sok+a+munkapiacon+%C3%A9s+a+v%C3%A1llalati+szervezetben.&form=IENTNB&mkt=hu-hu&httpsmsn=1&msnews=1&refig=f8d2ac0848b64f2a96fe593d7fe6b9bb&sp=->)
- Kovalszky, Zs. (2017): *A gazdasági fejlődés mutatószámai II.* MNB Oktatási Füzetek 11. szám, 2017. március

(<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiaiYDstqjnAhWEp4sKHdJiCjYQFjAAegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.mnb.hu%2Fletoltes%2Fmnb-oktatasi-fuzetek-11-gazdasagi-fejlodes-0325.pdf&usg=AOvVaw2QpGoy2otFLUi99Pc0shqT>)

Központi Statisztikai Hivatal (2018a): *Helyzetkép a kiskereskedelemről*
(http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=1050021)

Központi Statisztikai Hivatal (2018b): *Magyarország 2018*, 198-199. o
(http://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=1048383)

Központi Statisztikai Hivatal (2019): *Munkaerőpiaci folyamatok 2019. I. félév*
(<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiG28LztajinAhVSr4sKHaNyCCoQFjAAegQIARAB&url=http%3A%2F%2Fwww.ksh.hu%2Fdocs%2Fhun%2Fxfp%2Fidoszaki%2Fmpf%2Fmpf1906.pdf&usg=AOvVaw20md6kYDE7sz6DseLF26Np>)

Lunczer, K. (2019): *Az elektronikus kereskedelem forgalmi adóztatása az Európai Unióban*
(<https://ado.hu/ado/az-elektronikus-kereskedelem-forgalmi-adoztatasa-az-europai-unioban/>)

Magyarország Kormánya (2020): *Az adócsökkentés áll a magyar gazdasági növekedés hátterében*
(<https://www.kormany.hu/hu/nemzetgazdasagi-miniszterium/adougyekert-felelos-allamtitkarsag/hirek/az-adocskentes-all-a-magyar-gazdasagi-novekedes-hattereben>)

Magyar Posta (2017): *Magyar Posta éves jelentés 2016*
(https://www.posta.hu/a_magyar_postarol/alapadatok/eves_jelentesek)

Magyar Posta (2018): *Magyar Posta éves jelentés 2017*
(https://www.posta.hu/a_magyar_postarol/alapadatok/eves_jelentesek)

Magyar Posta (2019): *Magyar Posta éves jelentés 2018*
(https://www.posta.hu/a_magyar_postarol/alapadatok/eves_jelentesek)

Mandel, M. (2017): *How Ecommerce Creates Jobs and Reduces Income Inequality*; Progressive Policy Institute September 2017
(<https://www.google.com/search?q=e+commerce+effect+on+employment&safe=active&ei=ue4JXuPVEKqEwPAP47242AQ&start=10&sa=N&ved=2ahUKEwjl0r3sN3mAhUqAhAIHeMeDksQ8NMDEgQIDBBB&biw=1067&bih=524#spf=1577711777023>)

Magyar Távirati Iroda (2019): *Ezermilliárd forintot költünk el webáruházakban – közel felét külföldön*
(https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjg_tq4g_HmAhXi_CoKHUTjDaUQFjAAegQIBBAB&url=https%3A%2F%2Fwww.portfolio.hu%2Fgazdasag%2F20190604%2Fvezermilliard-forintot-koltunk-el-webaruhazakban-kozel-felet-kulfoldon-326615&usg=AOvVaw2_1Nz-xiauRSKWcd6vBBZc)

Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2018): *Tájékoztató a Nemzeti Adó- és Vámhivatal feladatáról, tevékenységéről*
(https://www.nav.gov.hu/nav/kozerdeku_adatok/altalanos_kozzeteteli_lista/nav_feladat_es_hataskore_1366633265651/nav_feladat_es_tev/nav_feladatai_tevékenysegei/NAV_feladata_tevékenysege.html)

Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2019a): *NAV évkönyv 2018*
(<https://www.nav.gov.hu/nav/kiadvanyok/evkonyvek>)

Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2019b): *Az általános szabályok szerint adózó áfa-alanyok Közösségen belüli termékbeszerzései, szolgáltatás-igénybevételei, termékértékesítései, szolgáltatásnyújtásai után teljesítendő áfa-kötelezettség legfontosabb szabályai 2019*
(http://www.nav.gov.hu/data/cms488584/29_Az_altalanos_szabalyok_szerint_adozo_afa_alanyoknak_20190115.pdf)

Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2020): *Nyilatkozat az ÁSZ részére a digitális gazdaság megadóztatásának aktuális kérdéseiről*

NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft. (2019): *E-commerce report* (https://nrc.hu/wp-content/uploads/2019/06/NRC_ECommerce_Bemutato_20190614.pdf)

Palócz É., Szörfi B., Nagy Á. (2007): *Az adóbázis szélesítésének lehetőségei Magyarországon*
(<https://docplayer.hu/3205196-Az-adobazis-szelesitesenek-nemzetkozi-tapasztalatai-a-tanulmanynt-keszito-munkacsoport-palocz-eva-szorfi-bela-nagy-agnes-2007.html>)

- Piac és Profit (2013): *Szek.org: ki a piacról az adócsaló webshopokkal!*
(https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/szek-org-ki-a-piacrol-az-adocsalo-webshopokkal/2/)
- Portfolio.hu (2017): *Az online vásárlás küldheti padlóra a plázákat*
(<https://www.portfolio.hu/ingatlan/20171122/az-online-vasarlas-kuldheti-padlora-a-plazakat-268745>)
- PostNord (2018): *E-commerce in Europe*
(<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=28&ved=2ahUKEwielNHelvTmAhXkpIsKHclDAno4ChAWMBF6BAGBEAI&url=https%3A%2F%2Fwww.postnord.fi%2Fsiteasets%2Fraportit%2Fraportit%2Fpostnord-ecommerce-in-europe-2018.pdf&usg=AOvVaw0SetjWjsB18LimLsgLWOS9>)
- Sólyom, B. (2014): *A határon átnyúló hiányzó kereskedős áfa család fajtái és az Európai Bíróságnak a családi formákra adott válaszai.* Nr. 2014/16. (<http://plwp.eu/evfolyamok/2014/24-2014-16>)
- Szabó, G. (2015): *Elektronikus úton kötött szerződések – E-mailben is köthető szerződés?*
(<https://kocsisszabougyved.hu/elektronikus-uton-kotott-szerzodesek-e-mailben-is-kotheto-szerzodes/>)
- Szalavetz, A. (2008): *A szolgáltatási szektor és a gazdasági fejlődés.* Közgazdasági Szemle, LV. évfolyam, 2008 június (pp. 503–521.)
(<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwj-uMn2s6jnAhUQuIsKHfLXB7MQFjAAegQIBRAB&url=http%3A%2F%2Fepa.oszk.hu%2F00000%2F00017%2F00149%2Fpdf%2F02szalavetz.pdf&usg=AOvVaw0Mr9KU6qaLt2oD3UM3Jd-n>)
- Szanyi, M. (2017): *Műszaki fejlődés és hosszú távú gazdasági ciklusok*
(https://mta.hu/tudomany_hirei/muszaki-fejlodes-es-hosszu-tavu-gazdasagi-ciklusok-108323)
- VirtualJog (2019): *A fogyasztóvédelmi ellenőrzések középpontjában az e-kereskedelem áll* (https://net-jog.hu/2019/02/03/a-fogyasztovedelmi-ellenorzesek-kozeppontjaban-az-e-kereskedelem-all/2019_02)
- Webshopabc (2018): *Hány webáruház van Magyarországon? E-kereskedelmi körkép*
(<https://www.webshopabc.hu/hany-webaruhaz-van-magyarorszagon-e-kereskedelmi-korkep/>)
- World Economic Forum (2016): *The Future of Jobs. Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Global Challenge Insight Report*
(http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf)

Központi Statisztikai Hivatal STADAT táblák:

- 3.1.1. A bruttó hazai termék (GDP) értéke, volumenindexe és implicit árindexe (1995–)
- 3.1.4. A bruttó hozzáadott érték értéke és megoszlása nemzetgazdasági áganként (1995–)
- 3.1.23. A háztartások tényleges fogyasztása források szerint (2000–)
- 4.4.3. A kiskereskedelmi üzletek és vállalkozásaik száma a vállalkozás főtevékenysége szerint (2005–)
- 4.4.13. A kiskereskedelmi üzletek forgalma üzlettypusonként (2000–) [millió forint]
- 4.6. Posta és távközlés (1960–)
- 4.6.1. Összefoglaló adatok az áruszállításról és a személyszállításról (1990–)

JOGSZABÁLYOK ÉS KÖZJOGI SZABÁLYOZÓ ESZKÖZÖK JEGYZÉKE

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)

Az Európai Parlament jogalkotási állásfoglalása a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló európai parlamenti és tanácsi irányelvre („irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról”) irányuló tanácsi közös álláspontról (11630/2/2004 — C6-0190/2004 — 2003/0134(COD)) (11), (12) preambulumban – bekezdés

A Tanács 2006/112/EK irányelve 2006. november 28. a közös hozzáadottértékadó-rendszerről (HÉA irányelv)

A Tanács 2009/132/EK irányelve (2009. október 19.) a 2006/112/EK irányelv 143. cikke b) és c) pontja hatályának meghatározásáról bizonyos termékek végleges behozatalára kivetett hozzáadottérték-adó alóli mentességek tekintetében

A Tanács 904/2010/EU rendelete (2010. október 7.) a hozzáadottérték-adó területén történő közigazgatási együttműködésről és csalás elleni küzdelemről

A Tanács 2011/16/EU irányelve (2011. február 15.) az adózás területén történő közigazgatási együttműködésről és a 77/799/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről

A Tanács (EU) 2017/2454 rendelete (2017. december 5.) a hozzáadottérték-adó területén történő közigazgatási együttműködésről és csalás elleni küzdelemről szóló 904/2010/EU rendelet módosításáról

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

Az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU irányelve (2011. október 25.) a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről EGT-vonatkozású szöveg

Az Európai Parlament és a Tanács 952/2013/EU rendelete (2013. október 9.) az Unió Vámkodeks létrehozásáról

2014/335/EU, Euratom: A Tanács határozata (2014. május 26.) az Európai Unió saját forrásainak rendszeréről

Az 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)

Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/1148 irányelve (2016. július 6.) a hálózati és információs rendszerek biztonságának az egész Unióban egységesen magas szintjét biztosító intézkedésekről

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 1996. évi LXXXI. törvény a társasági adóról és az osztalékadóról

1997. évi CLV. a fogyasztóvédelemről

2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információ s társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről.

2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről
2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról
2011. évi CXII. törvény az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról
2011. évi CXXXIII. törvény a Magyar Köztársaság 2010. évi költségvetésének végrehajtásáról
2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről
2012. évi CLV. törvény a Magyar Köztársaság 2011. évi költségvetéséről szóló 2010. évi CLXIX. törvény végrehajtásáról
2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről (Ptk.)
2013. évi CXCIII. törvény a Magyarország 2012. évi központi költségvetéséről szóló 2011. évi CLXXXVIII. törvény végrehajtásáról
2014. évi LXII. törvény - a Magyarország 2013. évi központi költségvetéséről szóló 2012. évi CCIV. törvény végrehajtásáról
2015. évi CLXXII. törvény - a Magyarország 2014. évi központi költségvetéséről szóló 2013. évi CCXXX. törvény végrehajtásáról
2016. évi CXXII. törvény - a Magyarország 2015. évi központi költségvetéséről szóló 2014. évi C. törvény végrehajtásáról
2017. évi CLXX. törvény - a Magyarország 2016. évi központi költségvetéséről szóló 2015. évi C. törvény végrehajtásáról
2018. évi LXXXIV. törvény - a Magyarország 2017. évi központi költségvetéséről szóló 2016. évi XC. törvény végrehajtásáról
2019. évi LXXIX. törvény - a Magyarország 2018. évi központi költségvetéséről szóló 2017. évi C. törvény végrehajtásáról
- 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről
- 343/2011. (XII.29.) Korm. rendelet a környezetvédelmi termékdíjról
- 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól
- 270/2018. (XII. 20.) Korm. rendelet az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások elektronikus információbiztonságának felügyeletéről és a biztonsági eseményekkel kapcsolatos eljárásrendről
- 1069/2014. (II. 19.) Korm. határozat Magyarország Nemzeti Infokommunikációs Stratégiájáról
- 2012/2015. (XII. 29.) Korm. határozat az internetről és a digitális fejlesztésekről szóló nemzeti konzultáció (InternetKon) eredményei alapján a Kormány által végrehajtandó Digitális Jólét Programjáról



ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK

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

TEL: +36 1 484 9100

email: szamvevoszek@asz.hu

web: www.asz.hu | www.aszhirportal.hu