

**Egységesítési törekvések a fogyasztóvédelem területén,  
különös tekintettel az online vitarendezésre és a  
sharing economy jelenségre**

## Tartalomjegyzék

Bevezetés .....	3
Fogyasztóvédelem a B2C kapcsolatokban .....	5
Online vitarendezés .....	7
Légitársaságok és az OVR.....	10
Határokon átvélő fogyasztói panaszok és az OVR .....	11
Kitekintés Magyarországra.....	13
A peer-to-peer platformok, sharing economy .....	15
Airbnb .....	18
Fogyasztóvédelem a P2P kapcsolatokban .....	18
B2C vagy P2P? .....	23
Diszkusszió .....	26
Irodalomjegyzék .....	27

## Bevezetés

Kutatásunk egy korábbi kutatás<sup>1</sup> tavalyi eredményeire épít, melynek következtében a B2C (*business-to-consumer*) és P2P/C2C (*peer-to-peer, consumer-to-consumer*) viszonyokból eredő vitarendezési lehetőségeket vizsgáljuk. A dolgozat a B2C viszonyokban általánosan az online vitarendezési tendenciákra koncentrál, míg a P2P kapcsolatok esetén a sharing economy jelenlégre helyezi a hangsúlyt. A kutatás célja az Európai Unió egységesítésre irányuló törekvéseinek eredményeinek vizsgálata az előbb említett viszonyokra tekintettel. A dolgozat konzekvensen összehasonlítja a magyarországi tendenciákat az európai mutatókkal és annak megfelelően vonja le a következtetéseket.

A világgazdaság digitalizálódása viharos gyorsaságú. A korábban önálló ágazatként kezelt infokommunikációs technológiák mára már a modern, innovatív gazdasági rendszerek alapját képezik. Az internet és a digitális technológiák a gazdaság és a társadalom valamennyi szektorába mélyen beágyazódtak. Átalakítják életünket és munkamódszereinket: a magánéletben, az üzleti világban, hazai és nemzetközi szinten egyaránt.

Mindez hatalmas lehetőség az innováció, a növekedés és a munkahelyteremtés számára, azonban eddig nem ismert szabályozási kérdések felmerülését is magával hozza. Ezek nagy kihívást jelentenek mind a jogalkotás, mind a közigazgatási szervek szintjén, amelyeknek hatékony megoldása csakis összehangolt uniós fellépés esetén lehet sikeres, hiszen a tagállami szint csak korlátozott mértékben teszi lehetővé, hogy szembenézzenek az új kihívásokkal. Az Európai Bizottság ezért tette kiemelt prioritássá a digitális egységes piac létrehozását.<sup>2</sup>

Az EUMSZ 26. cikkének (2) bekezdése értelmében a belső piac egy olyan, belső határok nélküli térség, amelyben biztosított az áruk, a személyek, a szolgáltatások és a tőke szabad mozgása. A digitális egységes piacon biztosított az Európai Unió e négy alapszabása<sup>3</sup>, az egyének és vállalkozások akadálymentesen, a fogyasztó- és adatvédelmi szabályok betartása és tisztességes versenyfeltételek mellett végezhetik internetes tevékenységeiket. Az egységes piac, lefedi a digitális marketinget, az e-kereskedelmet, a szerzői jogok modernizálását, fogyasztóvédelmi együttműködések és a telekommunikációt is. A digitális gazdaság új piacokat tár fel, rugalmasan működő, jobb minőségű szolgáltatást és nagyobb választékot biztosít kedvezőbb árak mellett, valamint új munkalehetőségeket kínál.

---

<sup>1</sup> Stekler K. Alternatív vitarendezés a XXI. században – különös tekintettel az Európai Unió Online Vitarendezési platformjára. Bibó Jogi és Politikatudományi Szemle

<sup>2</sup> EU Commission. (2015). A Digital Single Market Strategy for Europe. *Communication COM, 192*, 3-4.

<sup>3</sup> Kende T. – Szűcs T. (szerk.): Bevezetés az Európai Unió politikáiba. Complex Kiadó. Budapest, 2009.

Az egységesítés gazdasági haszonnal is jár. A Bizottság elemzése alapján 415 milliárd euróval növelné az európai GDP-t, illetve az uniós fogyasztók évi 11,7 milliárd eurót takaríthatnának meg azzal, ha online vásárlásaik alkalmával az uniós termékek és szolgáltatások teljes választéka a rendelkezésükre állna.<sup>4</sup>

Az unió belső piacának digitális dimenziója egyre fontosabbá válik úgy a fogyasztók, mint a kereskedők számára. Egyre gyakrabban fordul elő, hogy a fogyasztók online vásárlásokat bonyolítanak le, és egyre több kereskedő kínálja termékeit az interneten. 2015-ban az uniós fogyasztók 61%-a vásárolt szívesen online saját tagállambeli kereskedőtől, másik tagállamból azonban csak 38%.<sup>5</sup> A hazai és külföldi kereskedők felé irányuló bizalombéli különbség egyértelmű. A nyelvi akadályok, a nagy távolság, vagy az eltérő jogszabályi környezet miatt nehezebbnek vélik egy esetleges reklamáció érvényre juttatását.<sup>6</sup>

A közösségi fogyasztóvédelmi politika feladata, hogy a piaci globalizáció és az új kommunikációs és információ-feldolgozási technológiák megjelenése okozta új kihívásokra megfelelő válaszokat adjon. Ide tartozik a közösségi megosztáson alapuló platformok szabályozásának kérdése, melyekben az online tranzakciók nem vállalkozás és fogyasztó között jönnek létre, hanem magánszemélyek között az internetes platform által biztosított rendszeren keresztül.

---

<sup>4</sup> A Digital Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence. [SWD(2015)100]

<sup>5</sup> A Digital Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence. [SWD(2015)100]

<sup>6</sup> Az Ecommerce Foundation 2016-os felmérése szerint a magyarok az EU átlagtól kisebb mértékben választanak külföldi weboldalakat online vásárlásaik esetén: míg az EU átlagot tekintve 16%, addig a magyarok esetében az összes interneten történt vásárlás mindössze 11%-a történik nem hazai féllal.

## Fogyasztóvédelem a B2C kapcsolatokban<sup>7</sup>

A fogyasztóvédelmet a piacgazdaság szereplői közötti egyenlőtlen erőviszonyok felismerése hívta életre, célja, hogy a piaci versenyt segítse azáltal, hogy a fogyasztóknak biztonságot és védelmet garantálva bátorítja fogyasztásukat.<sup>8</sup>

John F. Kennedy amerikai elnök volt az, aki a fogyasztói jogok védelmét első alkalommal megfogalmazta. 1962-ben hirdette ki a négy alapvető fogyasztói jogot - a biztonsághoz, az információhoz, a választáshoz és a képviselőhez való jog - összefoglaló történelmi nyilatkozatát. Ennek a nyilatkozatnak meghatározó szerepe volt a fogyasztóvédelem fejlődésében nemzetközi szinten.

1975. április 14-én az Európai Unió elfogadta a Fogyasztói Jogok Közös Piaci Magna Chartáját, melyben további alapjogok kerültek rögzítésre, úgy mint az egészség és biztonság védelméhez, a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelméhez, a kárigény érvényesítéséhez, az információhoz és az oktatáshoz, illetve a képviselőhez való jog.<sup>9</sup>

Nagy jelentőséggel bír az ENSZ Közgyűlésének egyik 1985. évi határozata, amely elfogadta az Fogyasztóvédelmi Irányelveket, és a Kennedy elnök által megfogalmazott alapelveket tovább bővítette. Az alapjogok száma így nyolcra nőtt<sup>10</sup>:

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

---

<sup>7</sup> A B2C (*business to consumer*) elektronikus kereskedelmi környezetben a vállalatok adják el online a termékeiket, szolgáltatásaikat a fogyasztók számára.

<sup>8</sup> Laurence P. Feldman, *Consumer protection: Problems and prospects*. (St. Paul, Minnesota: West Publishing Company, 1976)

<sup>9</sup> Bencsik A. (2012) *A fogyasztói jogok tartalmának és érvényesülésének közjogi keretei Magyarországon*. Doktori értekezés, Pécs.

<sup>10</sup> Tamás J. és mtsai. (2008) *Globális környezeti problémák és társadalmi hatásuk II.*, Debreceni Egyetem, Debrecen.

A fogyasztóvédelem fejlődése folyamatos és kiemelt jelentőségű, hiszen az életünk szinte minden területén találkozunk vele – a mindennapi vásárlásoktól kezdve a telekommunikáción át a környezetvédelmi szabályozásokig.

Annak érdekében, hogy a fogyasztók ne érezzék magukat kiszolgáltatott helyzetben a nagy vállalkozásokkal szemben, mind a mai napig hazai, európai uniós, valamint nemzetközi szinten is kiemelt figyelemet szentelnek a fogyasztóvédelem jogterületének. Az Európai Unió szakpolitikai tevékenységének minden területén igyekszik előtérbe helyezni a fogyasztói érdekeket. Magyarországon a fogyasztóvédelmi politika kialakítása az innovációért és technológiáért felelős miniszter feladat- és hatáskörébe tartozik.<sup>11</sup>

Ahhoz, hogy a szabályozás megfelelően működhessen *facilitáló* és *védelmi* funkciót egyidejűleg kell kielégítenie: ösztönöznie kell a szereplőket a gazdasági életben való részvételre, és az erőfölényben lévő fél visszaéléseinek gátat kell vetnie.<sup>12</sup> Így érhető el a kívánt egyensúly a piaci individualizmus és a fogyasztói jólét között.<sup>13</sup>

Magyarország Alaptörvényében ezen elveknek megfelelő deklaráció szerepel: Magyarország biztosítja a tisztességes verseny feltételeit, Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védi a fogyasztók jogait.<sup>14</sup> A fogyasztóvédelem esetében az uniós alapszabadságok jobb érvényesíthetősége céljából egységes jogra van szükség, így a magyar jogba át kell ültetni az uniós fogyasztóvédelmi szabályozásokat. Ez eleinte minimum harmonizációt, majd a 2011/83/EU irányelv hatálybalépésétől kezdve maximum harmonizációt jelentett, vagyis a tagállam szabályozásai semmilyen irányban nem térhetnek el az uniós fogyasztóvédelmi jogtól.

Az EU fogyasztóvédelmi jogszabályai garantálják a fogyasztók tisztességes bánásmódhoz való jogát függetlenül attól, hogy az árukat/szolgáltatásokat az interneten vásárolták-e vagy sem, sőt a hagyományos papíralapú szerződésekhez képest az elektronikus szerződések esetében a fogyasztók többletvédelmet is élveznek.

Az uniós belső piacának digitális dimenziója egyre fontosabbá válik a fogyasztók és a kereskedők számára. A változó fogyasztói szokásokat és a tapasztalatokat figyelembe véve született meg az Európai Parlament és a Tanács 2013/524/EU rendelete a fogyasztói jogviták online rendezéséről.

---

<sup>11</sup> Lásd 94/2018. (V. 22.) a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről szóló Kormányrendelet 116.§  
In:<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1800094.KOR> Utolsó letöltés: 2018.11.10.

<sup>12</sup> Pablo Cortés, *Online dispute resolution for consumers in the European Union*. (New York: Routledge, 2011), 11.

<sup>13</sup> Adams, John Norman, Roger Brownsword. *Understanding contract law*. (Hebden Bridge: Sweet & Maxwell, 2007).

<sup>14</sup> Alaptörvény M) cikk (2) bekezdés

## Online vitarendezés

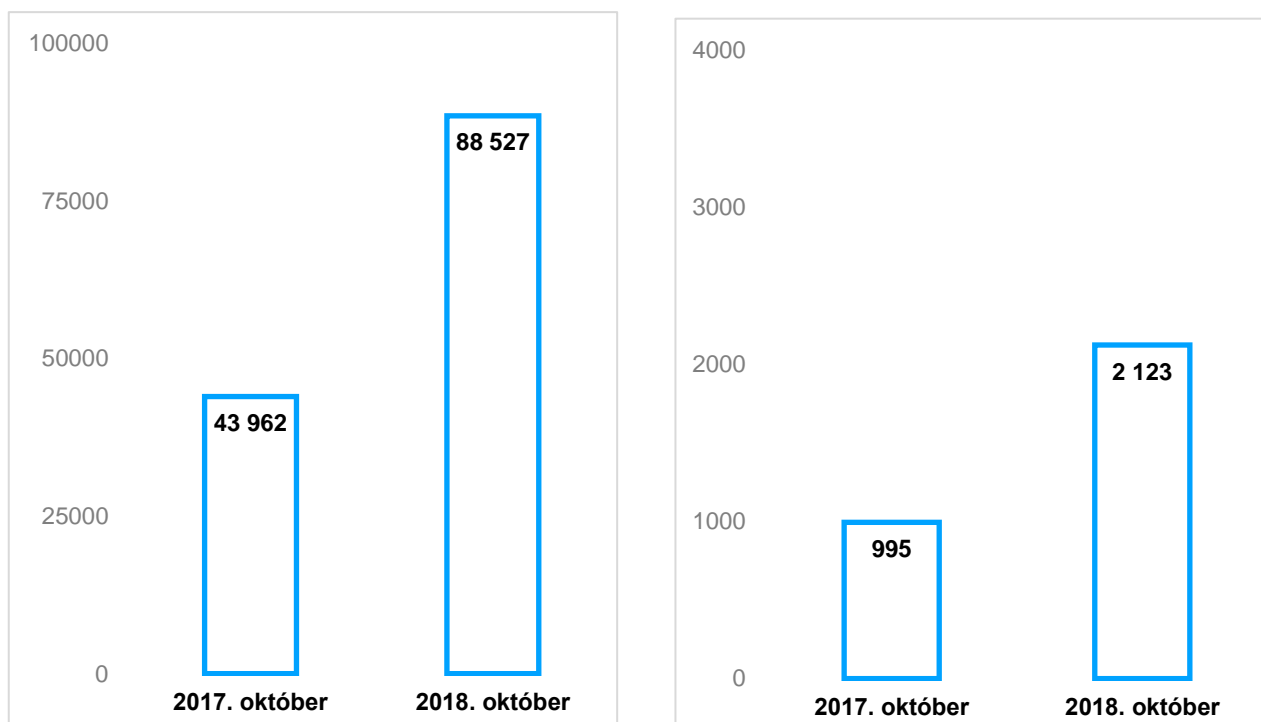
Az online vitarendezés (OVR) online technológiával támogatott alternatív vitarendezési eljárást jelent. Az alternatív vitarendezés egy gyűjtőfogalom, mely alatt a hagyományos bírósági eljáráson kívül a felek egyezsége juthanak jogvitájuk kapcsán, többnyire egy harmadik, semleges személy segítségének igénybevételével. Az OVR-szervezetek lehetővé teszik a fogyasztók és a vállalkozások számára, hogy online úton rendezzék vitáikat. Ez különösen az online vásárláskor felmerült viták megoldásában nyújthat segítséget.



Az eljárás ideális esetben a felek közti egyezséggel zárul. Az, hogy az eljárás eredménye kötelező- e a panaszos vagy a kereskedőre nézve, mindig attól függ, hogy milyen típusú vitarendezési testület foglalkozott az ügyel. Ha valamelyik fél nem fogadja el az eljárás eredményét, szintén attól függően, hogy milyen típusú testület járt el, fellebbezhet az eredmény ellen, bíróság elé viheti ezt, de az is előfordulhat, hogy nem tud jogorvoslattal élni. Ha az eredmény végrehajtását nem sikerül elérni, akkor a vállalkozás alávetése esetén kötelezést tartalmazó határozattal, mely szintén kötelező erejű, ennek hiányában pedig ajánlással lehet élni. Ha a

vállalkozás nem teljesíti az ajánlásban foglaltakat, a békéltető testület 60 nap elteltével nyilvánosságra hozza az adatait, az ügy leírását (a fogyasztó adatai nélkül) és az ajánlást.

Az OVR-rendelet egy egységes, uniós szintű online platformot hozott létre az interneten vásárlók és a kereskedők számára, amelyen keresztül rendezhetik a vásárlás kapcsán felmerült vitáikat. A felület legnagyobb előnyét az adja, hogy a fogyasztó végig saját anyanyelvén bonyolíthatja le a folyamatot, a nyelvi akadályok így nem szabnak gátat a tudatos vásárlói lét belső piacon való kiteljesítésének. A rendelkezésre álló adatok szerint viszont nem használják ki teljesszűkörűen a felhasználók az ezen a téren nyújtott lehetőségeket. Az OVR felületen elérhető statisztikai adatok ismertetése, értelmezése:



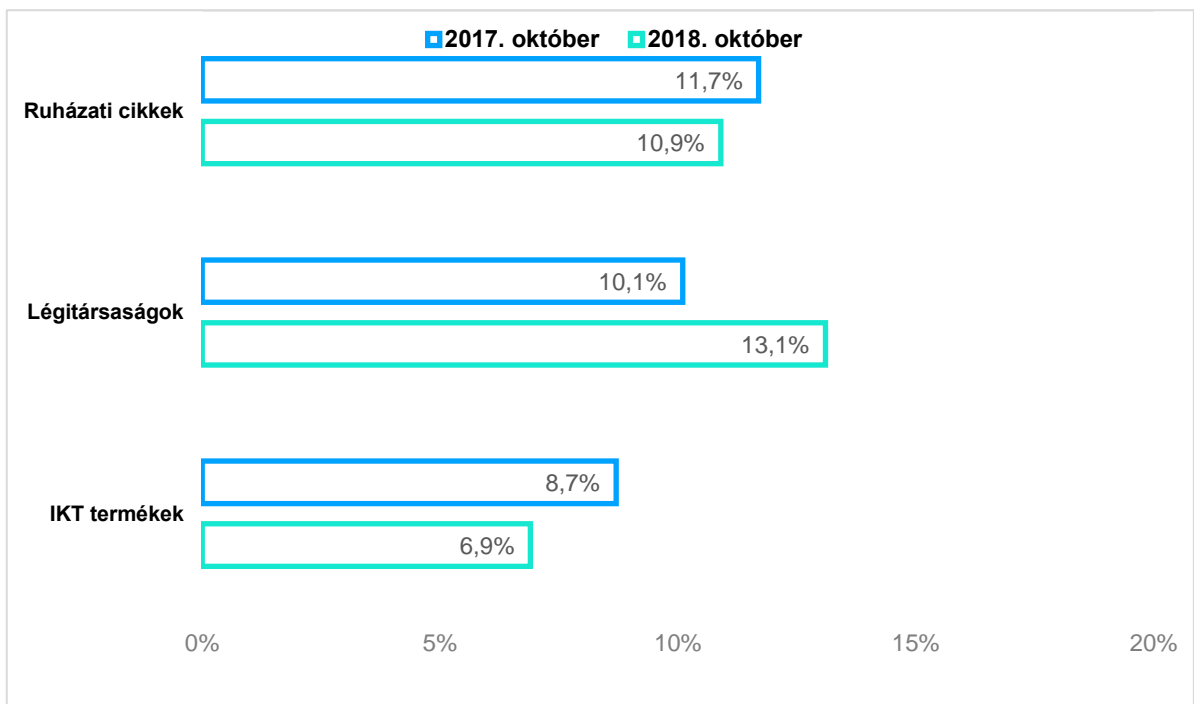
1. és 2. ábra – Az OVR platformon benyújtott panaszok száma, összehasonlítható az Európai Unió adataival a Magyarországi adatokkal

A platformon 2016. február óta, vagyis nagyjából 2,5 év alatt összesen 88.527 panasz került ilyen módobenyújtásra.<sup>15</sup> Míg az első adatfelvétel és a platform indulása között eltelt 20 hónap alatt 43 962 panaszt érkezett a felületen, addig az ezt követő 12 hónap produkált 44.565 új esetet. Magyarországot tekintve ezek a számok 995 és 2.123 bejelentés.

<sup>15</sup> Az adatok forrása: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.statistics.show>



Ezekből a számokból levonható az a következtetés, hogy az OVR platform igénybevétele folyamatosan növekvő mértéket mutat, és ez a növekedési mérték hazánkban az uniós átlagot meghaladó (EU-s szinten +101%, hazánkban +113%). Azonban belátható az is, hogy az EU-n belüli online vásárlások volumenéhez, illetve ahhoz képest, hogy mennyien tapasztalnak problémákat ezek alkalmával, a 2,5 év alatt bejelentett 88.527 esetből a platform továbbra is csekély ismertségére, vagy az iránta való érdeklődés alacsony szintjére lehet következtetni. Mivel sajnálatos módon nem állnak rendelkezésre olyan adatok, melyek a sikeres, egyezséggel záruló esetekről számolnának be, a hatékonyságról nincsenek a köz számára elérhető statisztikák. A diagramon szereplő számok tehát leginkább arról adnak tájékoztatást, hogy mennyire ismert a felület, és arra is következtetést enged, hogy mennyire felhasználóbarát, illetve, hogy mekkora igény mutatkozik ezen alternatív vitarendezési módszer iránt.



Az 3. ábra azt szemlélteti, hogy az OVR platformon leggyakrabban bejelentett panaszok mely területekről származnak, illetve, hogy az összes bejelentésnek hány százalékát tették ki a két adatfelvétel alkalmával. A három legnépszerűbb terület változatlan maradt, azonban arányaikban módosulás tapasztalható. 2017 októberében a ruházati cikkekkel kapcsolatos bejelentések nagyságrendileg meghaladták az egyéb okból tett bejelentéseket (11,7%), ezeket követték a légitársaságok felé irányuló panaszok (10,1%), illetve harmadik helyen az információs és

kommunikációs technológiai termékekkel kapcsolatos panaszok (8%) álltak. Egyértelmű növekedés mutatkozik a légitársaságokkal kapcsolatos panaszok számát tekintve.

Arányuk 3%-kal növekedett, míg a ruházati cikkek területén jelentős változás nem tapasztalható, az online vásárolt IKT termékek panaszosainak aránya valamivel csökkent. A többi vizsgált ágazatban (elektronikai termékek, lakberendezési cikkek, szabadidős termékek, mobiltelefon-szolgáltatás, járművek és egyéb személyszállító eszközök alkatrészei és tartozékai, szállodák és más üdülési szálláshelyek, nagyméretű háztartási készülékek) érvényesített panaszok aránya 2,3–4,8% közötti, ezekre azonban a kutatás jelenleg nem koncentrálnak.

## Légitársaságok és az OVR

A légitársaságokkal kapcsolatos panaszok arányának növekedése kiemelendő – amiatt is, mert olyan ágazatról beszélünk, ahol a szolgáltatás nyújtója valamilyen vállalkozás, és jelenleg nem áll rendelkezésre C2C/P2P alternatíva. A panaszok számának növekedéséből egyrészt következtethetünk arra, hogy nőtt a légitársaságok utasforgalma<sup>16</sup>, illetve, hogy a fogyasztók tudatosabbak jogaikat illetően. Ezt felismerve több cég is fő profiljaként foglalkozik repülőjáratokkal kapcsolatos panaszok intézésével, hozzávetőlegesen 15-20% közötti jutalékért. A Google egy repülőgép késése miatti kártérítésre való keresés első három találataként erre a profilra építő cégek fizetett hirdetéseit jeleníti meg, míg az uniós polgárok jogairól szóló oldal csak a kilencedik találat.<sup>17</sup>

A 261/2004/EK rendelet alapján a visszautasított beszállás, a járatok törlése vagy hosszú késése esetén az utasoknak kártérítés nyújtható, melynek összegét e rendelet meghatározza, az utazás legfőbb sajátosságainak figyelembevételével. További panaszokkal kapcsolatosan, hasonlóan az előző rendelethez, a légitársaságok balesetek esetén fennálló felelősségéről szóló

---

<sup>16</sup> KSH adatok a Liszt Ferenc Repülőtér utasforgalmáról

In: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_odmj001.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_odmj001.html) Utolsó letöltés: 2018.11.10.

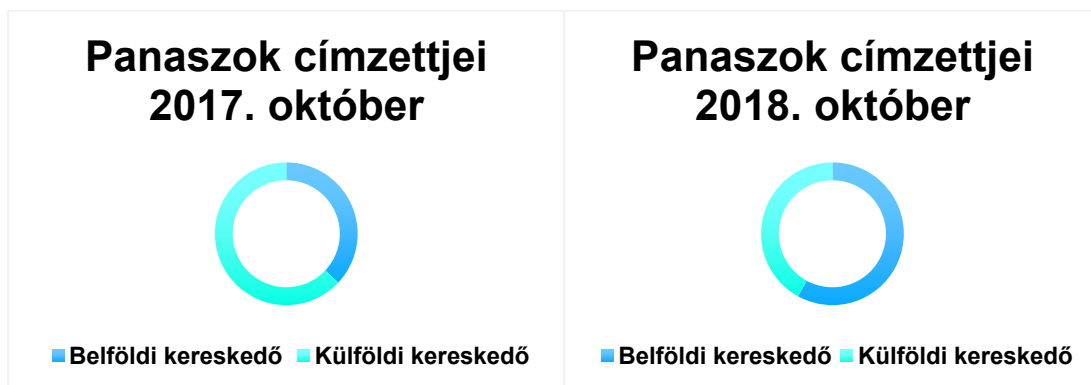
<sup>17</sup> Megjegyzendő, hogy az OVR platform a keresőmotor által felkínált első négy oldal találati között nem szerepel.

889/2002/EK tanácsi rendelet<sup>18</sup> is meghatároz bizonyos sérelmek – így például a poggyász kérésése, sérülése - esetén érvényesíthető összegeket. Illetve iránymutatásul szolgál az igényérvényesítések esetén a 1008/2008/EK rendelet<sup>19</sup> a Közösségben a légi járatok működtetésére vonatkozó közös szabályokról.

Az érvényesített panaszok 13,1%-a irányul légitársaságok által nyújtott szolgáltatással szemben, tehát összesen 11 597 esetben járt el ezekben az ügyekben AVR testület. Azt tekintve, hogy a megítélendő összeg 250-600 euró közötti lehet, középértékkel számolva panaszonként 85 euró pénzbeli ellentételezés illeti meg a fogyasztót, vagyis 2,5 év alatt nem eltűzött becslés, hogy nagyságrendileg 1 000 000 euró maradhatott a platform közvetítő szerepének köszönhetően az európai fogyasztóknál.

## Határokon átvívelő fogyasztói panaszok és az OVR

Az Európai Unió mindenkori célkitűzései közé tartozik az egységes piachoz való egyenlő hozzáférés biztosítása, hogy az összes uniós polgár, vállalat és állami szerv bizalommal használhassa az online szolgáltatásokat. Ez az egységes piac lefedi az e-kereskedelmet és fogyasztóvédelmi együttműködéseket is. A külföldi vásárlások kapcsán felmerülő esetleges problémák nehezebb megoldásáról való félelemre (is) válaszul született meg az Online Vitarendezési platform.



4. és 5. ábra a panaszok címzettjeiől az Európai Unióban

<sup>18</sup> Lásd In: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0889&from=HU> Utolsó letöltés: 2018.11.07.

<sup>19</sup> In: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R1008&from=HU> Utolsó letöltés: 2018.11.07.

Uniós szinten az mutatkozik, hogy egyre inkább kihasználják a fogyasztók a platform által nyújtott azon lehetőséget, hogy anyanyelvükön intézhessék vitás kérdéseiket külföldi kereskedőkkel szemben. Míg 2017. októberében nagyjából a panaszok harmada szólt más nemzetiségű kereskedőkhöz, addig egy évvel később ez az arány 5%-kal növekedett, és lassan közelít a fele-fele megoszláshoz. Ebből arra következtethetünk tehát, hogy a felület által biztosított fordítási lehetőségek ösztönzőleg hatnak a platform igénybevételére.

Ha figyelembe vesszük a korábbi Eurobarometer felmérések eredményeit, melyek a fogyasztók a hazai kereskedők felé egyértelmű preferenciájáról számoltak be, két következtetésre juthatunk. Egyrészt arra, hogy a vásárlók egyre kevésbé tartanak attól, hogy külföldi rendeléseket adjanak le. Ezen eredményeket egy friss kutatás is alátámasztja, mely szerint 2018-ban már a vásárlók negyede kétségek nélkül mer külföldi kereskedőtől vásárolni a belső piacon.<sup>20</sup> A tanulmány ezen arány növekedését 2020-ra 30%-ra becsüli, mely becslés összhangban áll az Európai Unió által megfogalmazott célokkal is. Bár a rendelkezésre álló adatokból arra vonatkozó következtetéseket nem vonhatunk le, hogy a vitarendezés egyszerűsítése gyakorol-e hatást ezen tendenciára, az értékek közötti korreláció az adatok alapján nem kétséges. Ahogyan növekszik a külföldi vásárlások száma, úgy növekszik a külföldi kereskedőkkel szemben érvényesített igények száma és aránya is. Vagyis az ilyen vásárlások alkalmával egyre kevésbé visszatartó erő a felek közti távolság, és esetlegesen a közös nyelv hiánya. A fogyasztók külföldi vállalkozásokkal szembeni követeléseiket sem hagyják veszni, hanem egyre nagyobb számban érvényesítik azokat a Bizottság által működtetett felületen is.

Így eljutunk a második következtetésünkhöz, mely szerint a felület megfelel a határokon átívelő viták megoldására. A külföldi kereskedőkkel szembeni panaszok érvényesítésének aránya és abszolút értéke is növekedett, vagyis egyre több felhasználó találta ezt a felületet alkalmasnak arra, hogy az ilyen típusú jogvitáit rendezze.

A platform létrehozásának céljai között megfogalmazásra került az, hogy a vásárlók bizalmát növeljék azért, hogy a belső piacon rejlő lehetőségeiket felismerve előnyösebb vásárlásokat tudjanak lebonyolítani. Az előző részben levont következtetések alapján pedig még ha az nem is megállapítható, hogy milyen hatással bír erre az online vitarendezési platform, az kétségtelen, hogy a Bizottság egy olyan eszközt nyújtott a fogyasztóknak, amely megfelelő a célkitűzések elérésének támogatására.

---

<sup>20</sup> Ding, F., Huo, J., & Campos, J. K. (2017). The development of cross-border e-commerce.

Meglátásom szerint a továbbiakban érdemes nagyobb hangsúlyt fektetni a fogyasztók tájékoztatására. Ennek csatornája nemcsak azon kereskedők honlapja lehet, akik számára kötelező jól látható helyen feltüntetniük a platform elérhetőségét. Nagyobb nyilvánosság érhető el a közösségi oldalakon. A Facebookon, Instagramon elhelyezett hirdetések azokat az felhasználókat érhetnék el, akik aktívak az online felületeken. Ezek a személyek kétségtelenül találkoznak kereskedők interneten elérhető kínálatával. A platform ismerete hozzájárulhatna ahhoz, hogy ne tartsanak más tagállamokból online rendelésektől. Az OVR platform tudatosan történő terjesztését és a fogyasztói tudatba való beépítését is alátámasztja az az indok, mely szerint az ügyeknek alig több mint egyharmadában van szó olyan panaszról, ahol a kereskedő székhelye és a fogyasztó tartózkodási helye nem esik egybe. border vásárlásaikból eredő vitáik megoldására még nem keresik fel tudatosan az EU erre a célra kialakított OVR felületét. A platform tehát bár mindenki számára elérhető és könnyen kezelhető, általános jelleggel még nem épült be a fogyasztók tudatába. Ennek a tudatosságnak a megvalósítása mind eu-s és tagállami szinten is kötelesség kell, hogy legyen a jövőre nézve, különösen az egységes belső piac és az egységes fogyasztóvédelem teljeskörű megvalósítása érdekében. Ennek egyik megoldása a tájékoztatási kötelezettség szigorítása, illetve a keresőoptimalizálás.

## Kitekintés Magyarországra



6. és 7. ábra a panaszok címzettjeiről Magyarországon

Magyarországon 2017 októberéig összesen 995 panaszt nyújtottak be, ezek címzettje 527 esetben belföldi, 468 esetben pedig külföldi kereskedő volt. Egy évvel később, 2018 októberi adatok szerint 2.123 panaszból 1.209 szól hazai és 914 külföldi kereskedőkkel szemben. Megállapítható tehát, hogy a hazai tendencia az uniós átlaggal ellentétes irányú: a külföldi kereskedőkkel szembeni igényérvényesítések aránya csökkent a hazaiakkal szembenihez képest, ennek ellenére leszögezhető, hogy a magyar fogyasztók is élnek cross-border igényérvényesítéssel. A 2017-es adatokat az összeurópai átlaggal összehasonlítva az látható, hogy jelentősen nagyobb volt a határokon átvélő vásárlások kapcsán felmerülő, a platformon keresztül érvényesített panaszok aránya (10%-os különbség). A magyar minta a 2018-as adatfelvétel idején már nagyjából megegyezik az uniós átlaggal, a különbség egy százalékponton csökkent abból kifolyólag, hogy a kettő változása egyenlő mértékű, viszont ellentétes irányú. A különbséget magyarázhatja a külföldön munkát vállaló magyarok nagyobb számú igényérvényesítése a 2017-es adatfelvétel idején, vagyis elképzelhető, hogy valamilyen tagállamban élő, azon tagállam kereskedőjével online tranzakciót lefolytató, magyar lakcímmel rendelkező személyek aránya csökkent. Ezeket akár pszeudo határokon átvélő vásárlásoknak is címkézhetjük, mert bár a felek állama különböző, nem egymástól különböző országokban élnek, kereskednek. Egy másik lehetséges magyarázatként szolgálhat a légitársaságokkal kapcsolatos panaszok növekedése. A repülővel való utazás egyre népszerűbb, melyben kiemelt szerepet játszanak a diszkont légitársaságok, melyek megfizethető áron kínálnak jegyet. A repülőgéppel való utazás a többnapos külföldi utazásokra jellemző forma. A KSH adatai szerint az ilyen utazások egyre gyakoribbak a magyar lakosság körében.<sup>21</sup> A fapados légitársaságokkal, ezen belül is a Wizz Airrel kiemelten nagy számban.<sup>22</sup> A Wizz Air magyar székhelyű korlátolt felelősségű társaság, melynek járatkéséseiről és a túlfoglalásokból eredő botrányairól 2018 nyarán is sokat hallhattunk a magyar közmédiában.<sup>23</sup> Nem földtől elrugaskodott gondolat ezek alapján, hogy a magyar fogyasztók belföldi kereskedővel való panaszok arányának növekedésében jelentős szerepet játszhat az, hogy a Wizz Airrel való vitákból többet az OVR felületen érvényesítettek. Ezt a magyarázatot támaszthatja alá az a tény is, hogy a magyar fogyasztók által (2.123) és a magyar kereskedők irányába (5.938)

---

<sup>21</sup> 2015-2017 között 6382, 7091, illetve 7539 ezer többnapos külföldi utazásról számolt be a KSH.

[http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_ogt008b.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_ogt008b.html),

[http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_ogt008c.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_ogt008c.html)

<sup>22</sup> A Wizz Air légitársasággal volt a legtöbb magyar utazónak tapasztalata az alábbi oldal szerint.

<http://www.travelo.hu/utrakesz/20180216-magyarok-uj-kedvenc-legitarsasaga-el-al-israel-airlines-2017.html>

Ezen az is vonzóvá teheti a magyar utasok számára a társaságot, hogy magyar személyi állománnyal rendelkezik.

<sup>23</sup>Többek között lásd: [https://index.hu/gazdasag/2018/08/06/a\\_wizz\\_air\\_gepei\\_kestek\\_a\\_legtobbet\\_az\\_angliabol\\_repulo\\_legitarsasagok\\_kozul/](https://index.hu/gazdasag/2018/08/06/a_wizz_air_gepei_kestek_a_legtobbet_az_angliabol_repulo_legitarsasagok_kozul/)

érvényesített panaszok száma közötti különbség aránya a legnagyobb EU-s szinten: az utóbbi az előbbinek 2,8-szorosa!

Összefoglalóan tehát megállapítható, hogy az Európai Unió nagy lépést tett az alternatív vitarendezési kultúra fogyasztó és szolgáltató közötti vitás helyzetek esetében való meghonosítására. Az igényérvényesítések száma továbbra is növekvő tendenciát mutat, és ez a növekedés egyre gyorsabb mértékű. Le kell szögezni azonban, hogy mind az Európai Unióval, mind a tagállamokkal szemben támasztható elvárás továbbra az is, hogy a területet megfelelően promótálja az igényérvényesítésre jogosultak felé, ezzel elősegítve a fogyasztói tudatosságot és az egységes belső piac megvalósulását.

## **A peer-to-peer platformok, sharing economy**

The goal of politics in the twenty-first century should be to create societies which maximize knowledge, the well-spring of economic growth and democratic self-governance. Markets and communities, companies and social institutions should be devoted to that larger goal. That will make us better off, put us more in charge of our lives and make us better able to look after ourselves.” — Charles Leadbeater

A dolgozat további részében a vállalkozás és fogyasztó közötti igényérvényesítés helyett egy 21. századi tendenciával, a magánszemély és magányszemély (a továbbiakban: peer-to-peer, P2P, C2C) közötti igényérvényesítéssel foglalkozunk. A digitális technológia és az ezen alapuló speciális peer-to-peer platformok egyre számottevőbb szerepet töltenek be a mindennapjainkban. A fájlmegosztó oldalaktól kezdve a közösségi szállásmegosztáson és telekocsi rendszereken át egészen a kriptovalutáig. Az ilyen elven felépülő oldalak között különbséget tehetünk aszerint, hogy a kereskedelmi tranzakciók lebonyolítása elsődleges célként jelenik-e meg. A Facebook, YouTube és a különböző fájlmegosztó, illetve torrent oldalak nem azon célból jöttek létre, hogy a felhasználók közötti kereskedelmi értelemben vett áru-, illetve szolgáltatáscsere lebonyolításában vegyenek részt, így ezek bővebb ismertetésére a dolgozatban nem kerül sor.

A sharing economy, avagy magyarul közösségi gazdaság egy olyan gazdasági és szociális rendszer, amely közösségi hozzáférést tesz lehetővé az árukhoz, a szolgáltatásokhoz, az adatokhoz és a tudáshoz, így a felhasználók akkor juthatnak hozzá a forrásokhoz, amikor épp szükségük

van rá.<sup>24</sup> A továbbiakban a peer-to-peer platformok ezen az elgondoláson alapuló példákkal, felépítésükkel, működési elvükkel, illetve aktuális és jövőbeli szabályozási kérdéseivel foglalkozom.

A peer platformok jelentős előnyöket nyújtanak a fogyasztók számára, ezért népszerűségük folyamatosan növekszik és szerepük is egyre nő a piac egyre több szegmensében. Az anyagi előnyök mellett növelhetik a választékot és javíthatják a fogyasztói élményeket. Hozzájárulhatnak számos olyan közpolitikai célkitűzés megvalósításához, mint például a termékek és szolgáltatások megfizethetőbbé tétele a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok számára, az erőforrások fenntarthatóbb felhasználása, vagy az innováció és a verseny ösztönzése. Emellett a társadalmi kohéziót is erősíthetik, hiszen a platformok működésének elengedhetetlen hozzávalója az emberek egymásba vetett bizalma.<sup>25</sup> A megfelelően működő P2P platformok fogyasztói jólét előmozdításának eszközeiként szolgálhatnak.<sup>26</sup>

A *sharing economy* jelenség rohamosan növekszik, és ezzel egyidejűleg jelentős hatást gyakorol a hagyományos üzleti (B2C) szektorra is. Éppen ezért az EU digitális egységes piaci stratégiájának egyik kulcsfontosságú pontja. A Bizottság megállapította, hogy a megosztásra épülő online platformok olyan digitális értékteremtést tesznek lehetővé, amely a digitális egységes piacon gazdasági növekedéshez vezet, ezért stratégiai célként került megfogalmazásra a versenyképes EU-központú platformok létrehozásának elősegítése és támogatása.<sup>27</sup>

A szabályozási keret kialakítása azonban – a P2P platformok rohamos térnyerése és többnyire még ismeretlen természete miatt – nem könnyű feladat. A *sharing economy* ugyanis nemcsak a gazdasági életben, hanem a társadalomban is változásokat eredményez. Érdekkonfliktusok, ideológiai viták, tüntetések járnak együtt az ágazat térnyerésével.<sup>28</sup> Az európai közösségi

---

<sup>24</sup> Molnár I. (2015). Hálózati ismeretek I. – Sharing economy. ELTE-LIS Virtuális olvasóterem.

<sup>25</sup> Botsman, R., & Rogers, R. (2011). What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live.

<sup>26</sup> Benjaafar, S., Kong, G., Li, X., & Courcoubetis, C. (2018). Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage, and Social Welfare in the Sharing Economy. *Management Science*.

<sup>27</sup> Hatzopoulos, V., & Roma, S. (2017). Caring for sharing? The collaborative economy under EU law. *Common Market Law Review*, 54(1), 81-127., és lásd. European Agenda for Collaborative Economy

<sup>28</sup> Schor, J. (2016). Debating the Sharing Economy. *Journal of Self-Governance & Management Economics*, 4(3).



szintű szabályozás hatékony keretet szolgálhat a tagállamok számára. A jelenlegi szabályok kiindulópontját a hagyományos B2C kereskedelmi kapcsolatok adták, ezért szükséges a szabályozás új alapokra helyezése.<sup>29</sup>

A digitális gazdaság számára megfelelő szabályozási keretnek a fenntartható fejlődést és a platform üzleti modelljének európai népszerűségének növekedését kell szolgálnia. Ahhoz, hogy az európai közösség kihasználhassa a platformok működéséből származó pozitív externáliákat, és ösztönözhesse az induló platformok növekedését Európában, szükség van a szabályok harmonizálására. Az online platformokra vonatkozó eltérő nemzeti a gazdasági szereplők számára bizonytalanságot teremtenek, korlátozzák a digitális szolgáltatások rendelkezésre állását, a felhasználók és a vállalkozások körében pedig zavart keltenek.

Az uniós szintű rendeletek, mint például a GDPR<sup>30</sup> a fogyasztók védelmének, és ezzel bizalmának növelésével egyidőben ösztönözhetik őket a digitális egységes piacon való részvételre, mely a peer-to-peer platformok működésére is kedvező hatást gyakorolhat. Fontos kiemelni, hogy az online platformokra jelenleg is kiterjednek a hatályos uniós szabályok olyan területeken például, mint a versenypolitika, a fogyasztóvédelem, a személyes adatok védelme és az egységes piaci szabadságjogok.

Az EU fogyasztói jogokról szóló irányelve a 3. cikk alapján kereskedők és fogyasztók között kötött szerződésekre alkalmazandó.<sup>31</sup> Ez megfordítva azt jelenti, hogy két fogyasztó (C2C/P2P) közötti megállapodásokra nem terjed ki a hatálya, tehát nem alkalmazható a P2P platformokon kötött szerződésekre. Azonban kérdésként merül fel, hogy hol van az a pont, ahonnan már a szolgáltatás nyújtóját kereskedőnek kell tekinteni. Erre a szakirodalomban nem található egységes vélemény. A tranzakció véletlenszerű jellege, száma szervezetségi szintje, a tevékenység hossza, az ebből elért bevétel értéke és a profitorientált részvételi szándék a szolgáltatás nyújtója részéről olyan faktorok, melyek segíthetnek ennek a kérdésnek a megválaszolásában.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., & Zoll, F. (2016). The rise of the platform economy: a new challenge for EU Consumer Law?.

<sup>30</sup> AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS (EU) 2016/679 RENDELETE In: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=HU>

<sup>31</sup> 2011/83/EU irányelv a fogyasztók jogairól

<sup>32</sup> Helberger, N., Guibault, L., Loos, M., Mak, C., Pessers, L., & Van der Sloot, B. (2013) *Digital Consumers and the Law. Towards a Cohesive European Framework*. Den Haag: Kluwer Law International.

# Airbnb

Az Airbnb egy 2008-ban alapított egy online peer-to-peer platform, amin keresztül szálláshelyeket, az eredeti elképzelés alapján otthonokat lehet megosztani elsősorban rövidebb időtartamra. Az oldal mára több millió hirdetéssel rendelkezik a világ szinte minden országában. A sharing economy egyik óriás cége, ezért amikor a témáról hallanak, sok embernek az elsők között jut az Airbnb neve. A szállásmegosztó oldalak képezik a sharing economy legnépszerűbb szegmensét az Európai Unióban; a P2P platformokat használók csaknem kétharmada vett már igénybe ilyen módon szállást.<sup>33</sup> A sharing economy szegmenseinek átfogó vizsgálata egy ehhez hasonló dolgozat keretei között lehetetlen vállalkozás, így a vizsgálódásomat a közösségi szállásmegosztásra irányítjuk. Az ezt kínáló platformok közül egyértelműen kiemelkedik az Airbnb, ezért a továbbiakban ezt a vizsgáljuk.<sup>34</sup>

## Fogyasztóvédelem a P2P kapcsolatokban

A közösségi megosztáson alapuló oldalak decentralizált, új típusú fogyasztóvédelmi eszközök alkalmazásával igyekeznek elérni a fogyasztók szimpátiáját és bizalmát. Ezek a platform által működtetett, többségükben decentralizált eszközök. A legfontosabbakat az alábbiakban ismertetjük.

- **Értékelési rendszer** – a felhasználók egymással kapcsolatos tapasztalataikról az értékelési rendszeren keresztül számolnak be. Ez a többi felhasználó számára is elérhető. A rendszer véleményünk szerint az emberek pszichológiai jellemzőire alapozva működik. A viszonyosság normájából kiindulva az emberek felelősséget éreznek olyankor, amikor valamit mások előtt kell értékelniük, illetve emiatt hajlamosak mások véleményében megbízni.<sup>35</sup> Ezen kívül azok, akiket értékelni fognak – a szállás-

---

<sup>33</sup> Flash Eurobarometer 467 (2018) The use of the collaborative economy

<sup>34</sup> European Commission (2017). Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets – Cross Analysis of case studies of 10 peer-to-peer platforms

<sup>35</sup> E. R. Smith, D. M. Mackie, H. M. Claypool (2016). Szociálpszichológia. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.

adók – a társas kívánatosság normájának megfelelően igyekeznek jó benyomást kelteni másokban.<sup>36</sup> A rendszert tehát a felhasználók aktivitása tartja fent, a láthatatlan hajtómotor azonban a személyközi bizalom.<sup>37</sup> Minél több az értékelés, annál informáltabb döntést tudnak hozni a felhasználók.

- **Garanciák, biztosítékok** – a csalásokért és más kellemetlen élményekért több peer-to-peer platform is úgy döntött, hogy felelősséget vállal. Az Airbnb például mind a vendéglátóknak, mind a vendégeknek azonnali megtérítést ígér lopás vagy vandalizmus esetére.
- **A személyazonosság ellenőrzése** – a platformhoz való csatlakozáshoz a legtöbb esetben, így az Airbnb-n is szükség van arra, hogy a felhasználók megadják olyan személyes adataikat, melyek alapján a későbbiekben beazonosíthatóak és elérhetőek lesznek. Ennek kiemelt szerepe van akkor, amikor vitára kerül sor a felek között, hiszen az ilyen helyzetek a felek közti kommunikációt, elérhetőséget kínálnak. Ezen kívül a csalókat, visszaélőket a további károkozástól személyazonosságuk ismeretében lehet eltiltani.
- **Biztonságos fizetési rendszerek** – a biztonságos fizetési rendszerek elengedhetetlenek a felhasználók bizalmának megszerzéséhez. A legtöbb esetben platformok külső fizetési rendszereket építenek be, amelyek központi ellenőrzés alá tartoznak.

A felhasználók elégedettsége arra enged következtetni, hogy az előbb ismertetett *soft fogyasztóvédelmi eszközök* megfelelőnek bizonyulnak a biztonságérzetének és bizalmának megszerzésére. (A peer-to-peer platformok felhasználóinak elsöprő többsége (88%) ajánlaná a használatot másnak is, és használná újra maga is.<sup>38</sup>) Ám a pozitív visszajelzések ellenére sem állítható az, hogy Európában széleskörben elterjedt volna a közösségi megosztásban való részvétel. Az előbb hivatkozott felmérés szerint az európai polgárok mindössze 23%-a használt már bármilyen szolgáltatást nyújtó peer-to-peer platformot, azonban havi rendszerességről a megkérdezetteknek alig 4%-a számolt be. Azok körében, akik nem vesznek igénybe ilyen szolgáltatásokat, a felületek ismeretének hiánya volt a fő ok, de jelentős befolyást gyakorolt a bizalom deficit is.

---

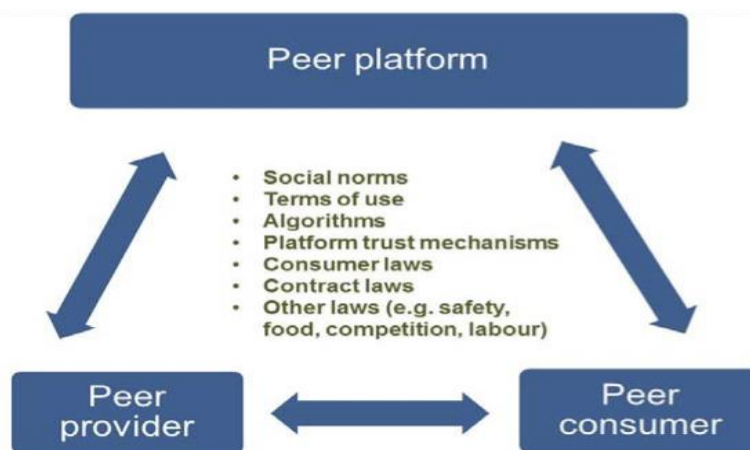
<sup>36</sup> Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of consulting psychology*, 24(4), 349.

<sup>37</sup> Botsman, R., & Rogers, R. (2011). What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live.

<sup>38</sup> Flash Eurobarometer 467 (2018) The use of the collaborative economy

Caroline Cauffmann meglátása szerint a *sharing economy* legfőbb problémája fogyasztóvédelmi szempontból az, hogy a fogyasztó nem tudja, hogy a peer-to-peer platformokon ki felelős a szolgáltatás megfelelő minőségéért, illetve sok esetben azt sem, hogy kivel köt szerződést.<sup>39</sup> Magával a platformmal, vagy valaki olyannal, aki egyszerű felhasználóként kínál szolgáltatást, esetleg olyannal, akinek üzleti tevékenységébe tartozik a platformon való szolgáltatásnyújtás? Ez a felhasználók belépésének is gátat szabhat. A bizonytalanság a felületek újszerű természete miatt nem meglepő. Új fogalmakkal operálnak az oldalak (pl. házigazda, vendég), amelyek a felhasználókban kétséget ébreszthetnek a jogviszonyok megértése kapcsán.<sup>40</sup>

Egy ez év októberében publikált Eurobarometer felmérés adatai szerint a megkérdezettek fele (49%) a P2P platformok és a megosztáson alapuló gazdaság legnagyobb hátrányaként azt említette, hogy egy esetlegesen felmerülő probléma kapcsán nem biztos abban, hogy ki a felelős, illetve, hogy kihez fordulhat segítségért.<sup>41</sup>



A 8. ábra a kapcsolatrendszer összetettségét szemlélteti.<sup>42</sup>

<sup>39</sup> Caroline Cauffman, "The Commission's European Agenda for the Collaborative Economy – (Too) Platform and Service Provider Friendly?" (2016) 5 Journal of European Consumer and Market Law, Issue 6, pp. 235–243.

<sup>40</sup> Ha a fogyasztó nem fogyasztóként tekint magára, kevésbé valószínű, hogy az őt P2P platformokon kötött szerződése esetén is megillető jogait érvényesítse.

OECD (2016), "Protecting Consumers In Peer Platform Markets: Exploring The Issues", OECD Digital Economy Papers, No. 253, OECD Publishing, Paris.

<sup>41</sup> Flash Eurobarometer 467 (2018) The use of the collaborative economy

<sup>42</sup> Az ábra forrása: OECD (2016), "Protecting Consumers In Peer Platform Markets: Exploring The Issues", OECD Digital Economy Papers, No. 253, OECD Publishing, Paris.

A kapcsolatokat az írott és íratlan normák, illetve a technológia határozza meg elsődlegesen. Az olyan társadalmi konstrukciók mellett, mint a szociális normák és az írott jog, a működésükben egyre nagyobb önállóságot mutató és embertől függetlenedő technológia szerepe is jelentős. A mesterséges intelligencia új kérdéseket vet fel. Azokon a területeken, melyeken például árazó algoritmusokat alkalmaznak – így a legtöbb peer-to-peer platformokon is – az algoritmusok a kezdeti programozást követően öntanuló mechanizmussal rendelkezve (*deep-learning*) az online magatartások folyamatos változásait monitorozva árazzák be a szolgáltatásokat.<sup>43</sup> Az Unió az új kihívások tudatában figyelmet szentel az algoritmusok fogyasztóvédelmi és versenyjogi hatásaira, és a mesterséges intelligencia jogsértéseiért való felelősségének kérdésére. Margrethe Vestager versenyjogért felelős európai biztos több fórumon is deklarálta az algoritmusokat alkalmazó cégek helytállási kötelezettségét.<sup>44</sup> Ezen szabályozási terület azonban nem képezi a jelen dolgozat témáját.

Az online P2P tranzakciók három pólusúak. A szolgáltatást nyújtó és az azt igénybe vevő felhasználó között a platform közvetítő szerepet játszik. Amennyiben az online platformok nemcsak közvetítő szerepet vállalnak, hanem szállásszolgáltatást is, nem P2P, hanem B2C kapcsolatról lenne szó.<sup>45</sup> A platform részéről a tranzakciók kapcsán tehát a közvetítő szerep definíciós elem.

Habár a platform főszolgáltatást nem, a legtöbb esetben valamilyen szolgáltatást nyújt a felhasználóinak. Ilyen a platform működésének alapját jelentő reklám és marketing tevékenység – például a Google vagy a különböző közösségi média felületeken elhelyezett hirdetések –, a honlap értékelési rendszerének működtetése, adminisztrációja, ügyfélszolgálat fenntartása, szerepvállalás a vitarendezésben stb. Azokban a viszonyokban, ahol saját jogán nyújt szolgáltatást a platform, a szolgáltatásnyújtásra vonatkozó (B2C) szabályok alkalmazásának nincs akadálya. A Bizottság ezen az alapon 2018. nyarán szólította fel az Airbnb-t, hogy a működését hozza összhangba az uniós szabályokkal. A platform árazási rendszerében ugyanis az árak nem voltak átláthatók, ami tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósít meg.<sup>46</sup> A platform néhány hét

---

<sup>43</sup> Ezrahi, A., & Stucke, M. E. (2017). Artificial intelligence & collusion: When computers inhibit competition. U. Ill. L. Rev., 1775-91.

<sup>44</sup> 'businesses (...) need to know that when they decide to use an automated system, they will be held responsible for what it does, so they had better know how that system works.' /Bundeskartellamt 18th Conference on Competition, Berlin, 16 March 2017.

[https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/bundeskartellamt-18th-conference-competition-berlin-16-march-2017\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/bundeskartellamt-18th-conference-competition-berlin-16-march-2017_en)

<sup>45</sup> A European agenda for the collaborative economy {SWD 184}, 2016.

<sup>46</sup> European Commission (2018). EU consumer rules: The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply.

határidőt kapott arra, hogy az árazási rendszerét a 2005/29/EK irányelvnek megfelelően úgy működtesse, hogy a kezdeti kereséstől fogva a teljes ár kerüljön feltüntetésre (annak minden elérhető extra költségével együtt). A Bizottság ezen kívül előírta, hogy az Airbnb-nek az online vitarendezési (OVR) platformra mutató, könnyen hozzáférhető linket biztosítson a honlapján, illetve az OVR-rendeletnek megfelelően adja meg az alternatív vitarendezésre vonatkozó információkat.

A platformok azonban nemcsak saját tevékenységükért felelősek. A szolgáltatást nyújtó felhasználók tevékenységéért is helytállási kötelezettséggel tartoznak az elektronikus kereskedelemről szóló 2000/31/EC irányelv szerint. A platformoknak e szabályozás alapján addig nem kell felelősséget vállalniuk a felhasználók tevékenységéért, amíg nincsenek tényleges ismereteik a jogellenes tevékenységről. A tudomásszerzést követően akkor jár el az oldal szabályszerűen, ha gyors a fellépés a sérelmes helyzet megszüntetése érdekében. Ide tartozik egy felhasználójának pénzügyi csalása is.

A károsult felhasználó tehát a csakis a platform tájékoztatása után várhat segítséget. Egyesek szerint ezen szabályozási modell nem ösztönzi a felületeket az aktív ellenőrzésre, ami a felhasználókat hátrányosan érinti.<sup>47</sup> Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy nemcsak azokat a felhasználókat, akik ilyen esetben az őket ért sérelemért nem kapnak kárpótlást, hanem a felhasználók összességét, akik nem értesülnek arról, hogy *homok került a gépezetbe* egy tisztességtelen felhasználó személyében.

A platform felelőssége mellett a főszolgáltatást ténylegesen nyújtó szereplők felelősségének kérdésére is figyelmet érdemel. Bár ezen felhasználók hasonló szolgáltatást nyújtanak, mint az ágazat piacán működő kereskedők (hotelek, panziók, stb.) nem volna méltányos azonos feltételrendszert állítani számukra. A magánszemély felhasználók ugyanis nem rendelkeznek ugyanolyan erőforrásokkal és ismeretekkel, mint az előbbieket. Egy olyan szabályozási rendszer tehát, amely nem differenciálna a szolgáltatás nyújtói között, nemcsak méltánytalan volna, de el is lehetetlenítené a közösségi szállásmegosztásra épülő iparágat – vagy sűrű zónába kényszerítené azt, mely a fogyasztóvédelmi szabályozást kikényszeríthetlenné tenné. Az egységes reguláció tehát nem tekinthető járható útnak.

Mindazonáltal az a különbözőként való szabályozás sem jelent ideális megoldást, amely azon alapul, hogy peer-to-peer platformon került-e sor a felek közötti szerződésre vagy sem. Egyrészt azért, mert a kereskedelmi szereplőket hozná méltánytalan helyzetbe azzal, hogy azonos vagy szinte azonos szolgáltatás a számukra kötelező előírásokat kikerülve kínálható ezen felületeken. Másrészt a fogyasztók számára is hátrányos lenne az, ha egyes gazdasági szereplők annak

---

<sup>47</sup> Helberger, N., Guibault, L., Loos, M., Mak, C., Pessers, L., & Van der Sloot, B. (2013) *Digital Consumers and the Law. Towards a Cohesive European Framework*. Den Haag: Kluwer Law International.

ellenére, hogy üzletszerűen kínálnak szállást, nem kell, hogy a fogyasztóvédelmi szabályozásoknak megfeleljenek. A szolgáltatás nyújtók nem bújhatnak ki tehát az előírások alól csak azért, mert peer-to-peer platformokon működnek. A szállásadóra vonatkozó felelősség csak akkor tisztázható, ha tudjuk, hogy B2C vagy P2P kapcsolatokról van-e szó. Ennek a kategorizálására a Bizottság elsősorban a vendégéjszakák számából való kiindulást támogatja, de lehetséges szempont lehet a forgalom értéke is.<sup>48</sup> Ennek tételes meghatározása azonban a tagállamokra van bízva.

Abban az esetben, ha vállalkozásnak (*business*) minősül a szolgáltatás nyújtója, az uniós és a nemzeti fogyasztóvédelmi szabályok hatálya kiterjed rá attól függetlenül, hogy közösségi megosztó platformon jött létre a felek között a szerződés. Ezekben az esetekben a platform mögöttes felelőssége is kisebb.<sup>49</sup>

A valódi P2P kapcsolatokban a szerződő felek egyenrangúak. Mivel nem foglalkozási körökben járnak el, nem illeti meg egyikőjüket sem erősebb védelem.<sup>50</sup> Nem alkalmazható rájuk az egyenlőtlenül kétoldalú B2C kapcsolatokra íródott szigorú közösségi szabályrendszer, ahogy a tagállami fogyasztóvédelmi szabályozás sem. A nemzeti jogalkotó hatáskörébe tartozik a P2P kapcsolatok regulációja. Bár a P2P kifejezés újkeletű, a mögötte álló szerződéses konstrukció egyáltalán nem az: szinallagmatikus köteleményekről van ugyanis szó, amelyeket a legtöbb országban a polgári törvénykönyvek szabályoznak.

## B2C vagy P2P?

Ahogy arra az előbbieken utaltunk, annak eldöntése, hogy egyenrangúnak tekintjük-e a feleket, fontos egyrészt abból a szempontból, hogy milyen védelem illeti meg a szolgáltatás igénybevevőjét. Másrészt a szolgáltatás nyújtójának is tisztában kell lennie kötelezettségeivel ahhoz, hogy megfelelhessen azoknak. (A fogyasztóvédelmen kívül a pénzügyi jogi szempontok is kiemelt jelentőségűek.) Elsőként néhány európai példát, majd a magyar szabályozási rendszert tekintjük át.

A szálláshely-szolgáltatás ágazatában a professzionális és nem professzionális szolgáltatók közötti különbségtételre a Bizottság javaslata a szolgáltatás gyakoriságán alapuló distinkció.

---

<sup>48</sup> Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets

<sup>49</sup> Helberger, N., Guibault, L., Loos, M., Mak, C., Pessers, L., & Van der Sloot, B. (2013) *Digital Consumers and the Law. Towards a Cohesive European Framework*. Den Haag: Kluwer Law International.

<sup>50</sup> OECD (2016), "Protecting Consumers In Peer Platform Markets: Exploring The Issues", OECD Digital Economy Papers, No. 253, OECD Publishing, Paris.

Ez alapján a vendégéjszakák száma határozhatja meg, hogy vállalkozásnak tekintendő-e a szálláshely kínálója, vagyis hogy a B2C kapcsolatokra vonatkozó szabályoknak meg kell-e felelnie. Számos ország ezt a szabályozási módot vette alapul.

Amszterdam város önkormányzata 2017-ben 60 napban maximalizálta az Airbnb-n keresztül nyújtható vendégéjszakák számát. Akik ezt meghaladó mértékben nyújtanak szálláshelyet, azokra a kereskedelmi alapon működtetett szálláshelyekre vonatkozó B2C szabályozás alkalmazandó.<sup>51</sup> A jövő évtől azonban még szigorúbb, 30 napos maximum lesz érvényben.<sup>52</sup> Az Egyesült Királyságban egy naptári évben 90 nap vendégéjszaka alatt tekinthető csak magánszemélynek a szolgáltatás nyújtója. Franciaország megengedőbb, itt 120 nap a felső határ.<sup>53</sup>

A nemzeti olasz szabályozás csak a keretrendszert adja meg, a tartományok sajátosságait és gazdasági érdekeiket figyelembe véve állapíthatják meg, kit tekintenek üzletszerű szálláshelyszolgáltatónak. Lazio tartományban a szabályozás 100 napot határoz meg a további kikötéssel, hogy amennyiben a személy háromnál több ingatlant ad ki, a professzionális jelleg vélelmezett. A toszkán területi igazgatás 60 vendégéjszakánál húzta meg a határt, de megszorítások vonatkoznak az ingatlan méreteire is: a legfeljebb 4 szobáig, illetve 12 vendégágyig végezhető magánszemélyként a tevékenység.

A spanyol szabályozás a folytonosságra helyezi a hangsúlyt. Ha a polgárok három egymást követő hónapban szállást nyújtanak (Madrid), illetve évente legalább kétszer 31 napra kiadják ingatlanjukat (Katalónia), professzionális szálláshely-szolgáltatónak minősülnek, és magasabb szintű B2C kapcsolatokra vonatkozó szabályozásnak kell megfelelniük.

Berlinben hozták a közösségi szálláshely-szolgáltatás legszigorúbb európai szabályozást. Rövid távon csak előzetes engedély alapján lehet lakást kiadni, és legfeljebb a lakás 50 százalékában lehet vendégeket fogadni, de csakis abban az esetben, ha a tulajdonos abban a lakásban lakik, amit kiad.

A magyar jogalkotó az Airbnb jelenség fogyasztóvédelmi aspektusára még nem reagált olyan módon, mint ahogy az az előbb említett európai országokban történt

A szálláshelyek kiadása, üzemeltetése egyéni vállalkozói, illetve céges formában vagy adószámossal magánszemélyként lehetséges. A szálláshelyek típusait a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának

---

<sup>51</sup> OECD (2016), "Protecting Consumers In Peer Platform Markets: Exploring The Issues", OECD Digital Economy Papers, No. 253, OECD Publishing, Paris.

<sup>52</sup> <https://www.engadget.com/2018/01/10/amsterdam-airbnb-rental-30-day-limit/?guccounter=1>

<sup>53</sup> <https://www.thelocal.fr/20180301/france-to-end-the-law-of-the-jungle-by-cracking-down-on-undeclared-airbnb-listings>



rendjéről szóló 239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet határozza meg. A megjelölt szálláshely formák közül magánszemélyként (vagyis P2P konstrukcióban) a rendelet 2. § e) pontjában meghatározott egyéb szálláshely szolgáltatás nyújtására van lehetőség.<sup>54</sup>

Az egyéb szálláshely kategóriába tartozást a magyar jogalkotó az ágyak számához, az ingatlan méretéhez és felszereltségéhez köti. Amennyiben a 239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet 1. mellékletében meghatározott minimum négyzetméter számot eléri, illetve legalább egy vizesblokkal és kávékonyhával rendelkezik az ingatlan, a bejelentés után egyéb szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatható, amennyiben a szobák száma a nyolcat, az ágyak száma pedig a tizenhatot nem haladja meg, és az ingatlan nem kizárólag szálláshely-szolgáltatási célú. A továbbiakban az üzemeltetés követelményei: ügylet biztosítása (a helyszínen vagy ügyleti telefonszám megadásával); a helyszíni ügyleti időszakon kívül a vendégek számára belépés biztosítása; a rendszeres takarítás.

Az önkormányzatoknak lehetőségük van a közösségi lakásmegosztásból következő rövidtávú lakáskiadás szabályozására, mellyel a elsősorban a főváros belsőbb kerületei élnek (pl. településkép bejelentési eljárás lefolytatásának előírásával), azonban ezek a szabályok a szolgáltatás nyújtójának és kapcsolatára vonatkozó szabályok, a vendéglátó és a vendég kapcsolatára nincsenek kihatással.

A magyar szabályozásból hiányzik a felhasználók *magánszemélyből vállalkozásba való átmenet* kérdésének rendezése. Az adózás szempontjából viszont alapos és differenciált a terület szabályozása.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Az egyéb szálláshely a szálláshely-szolgáltatás céljára hasznosított, egyéb szálláshely típus alá nem tartozó, nem kizárólag szálláshely-szolgáltatás rendeltetéssel létesített önálló épület vagy annak lehatárolt része, ahol az e célra hasznosított szobák száma legfeljebb nyolc, az ágyak száma legfeljebb tizenhat.

<sup>55</sup> A magánszemélyek számára elérhető egy egyszerűsített tételes átalányadó-fizetési lehetőség, amennyiben nem egyéni vállalkozóként – egyéb szálláshely-szolgáltatási tevékenység keretében nyújtanak szálláshelyet az adóévben ugyanannak a személynek 90 napot meg nem haladó időtartamra. A tételes átalányadózás 2018. január 1-jét megelőzően abban az esetben volt választható, ha a magánszemély e tevékenységét a tulajdonában, hasznonélvezetében levő egy, nem szálláshely-szolgáltatás rendeltetésű lakásban vagy üdülőben folytatta. 2018. január 1-jétől az e célra használható ingatlanok száma háromra emelkedett, így a tételes átalányadózási mód akkor választható, ha a magánszemély maximum három ingatlant használ fizető-vendéglátó tevékenysége folytatására – melybe az Airbnb rendszerén keresztüli foglalások is beletartoznak.

## Diszkusszió

A dolgozat két főbb pontját az Online Vitarendezési és a közösségi szállásmegosztó platform, az Airbnb vizsgálata adja. Míg az előbbit a fogyasztóvédelmi igények könnyebb érvényesíthetőségének igénye hívta életre, az utóbbi számos új kérdést vet fel a területen. A kettő közötti kapcsolatot a B2C viszonyokból fakadó jogviták érvényesítésének kérdése adja. Ezek a kapcsolatok a hagyományos online kereskedelemben nem differenciáltak, azonban a peer-to-peer platformok ezeken a kereteken túllépnek. A piacnak egyre több olyan szegmense van, ahol nem csak professzionális szereplőktől vásárolhatunk árúkat, szolgáltatásokat, hanem egy másik magánszemélytől. Habár vannak olyan szolgáltatási ágazatok, ahol nem lehetséges a kínálati oldal magánszemélyekkel való bővülése, más ágazatokban egyre növekvő mértékben jelennek meg, és az ebből fakadó változásokat a jogtudománynak sem szabad figyelmen kívül hagynia. Jó példa az előbbire a légi közlekedés, utóbbira pedig a szállás- vagy a közlekedési szolgáltatások piaca. A fogyasztóvédelmi jog – legyen szó uniós vagy nemzeti szabályozásról – csak vállalkozás és fogyasztók kapcsolatában értelmezhető, alkalmazható. Éppen ezért gondosan kell eljárni annak meghatározásakor, hogy a fogyasztókat kiktől és hogyan, milyen eszközökkel védjük meg. E két kérdés szorosan összefügg, a kitől megválaszolása ugyanis kijelöli a hogyan módját.

A *kitől* alatt pontosabban azt értjük, hogy ki az, akit vállalkozásnak kell tekinteni a kínálati oldalon; milyen esetekben állítson fel a jogszabály megdönthetetlen vélelmet arra, hogy az első pillantásra magánszemélynek tűnő szolgáltatás nyújtója valójában vállalkozás, ami azt is meghatározza, hogy miért és milyen mértékben tartozik felelősséggel. Ez kijelöli a keresleti (fogyasztói) oldal igényérvényesítési lehetőségeit is.<sup>56</sup>

A dolgozat végén ezért az európai trendek alapján arra tettünk javaslatot, hogy az erópai szabályozási környezetben milyen szempontokat vesznek figyelembe annak eldöntésekor, hogy a szállást kínáló személyeket vállalkozásnak tekintsék-e.

Összefoglalóan, a kutatásunk egy tavalyi kutatás<sup>57</sup> eredményeire épít és a B2C viszonyokból eredő online vitarendezés tükrében mutat rá a P2P viszonyokra jellemző, a fogyasztóvédelmi szabályozást illető hiányosságokra. A hiányosságok azt mutatják, hogy nincs egységesség a P2P viszonyokból eredő viták megfelelő rendezésére, ami pedig kötelezettséget állít mind az Európai Unió és a nemzeti szintű jogalkotó számára.

---

<sup>56</sup> Emiatt írta elő a Bizottság nemrégiben az Airbnb-nek, hogy tüntesse fel, hogy a szálláshely kínálója magánszemély vagy vállalkozás. European Commission (2018). EU consumer rules: The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply.

<sup>57</sup> Stekler K., Alternatív vitarendezés a XXI. században – különös tekintettel az Európai Unió Online Vitarendezési platformjára. Bibó Jogi és Politikatudományi Szemle

## Irodalomjegyzék

A Digital Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence. [SWD(2015)100]

A European agenda for the collaborative economy{SWD 184}, 2016

AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS (EU) 2016/679 RENDELETE In:  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=HU>

Bencsik A. (2012) A fogyasztói jogok tartalmának és érvényesülésének közjogi keretei Magyarországon. Doktori értekezés, Pécs

Benjaafar, S., Kong, G., Li, X., & Courcoubetis, C. (2018). Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage, and Social Welfare in the Sharing Economy. *Management Science*.

Botsman, R., & Rogers, R. (2011). What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live.

Bundeskartellamt 18th Conference on Competition, Berlin, 16 March 2017

Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., & Zoll, F. (2016). The rise of the platform economy: a new challenge for EU Consumer Law?

C. Cauffman, 'The Commission's European Agenda for the Collaborative Economy – (Too) Platform and Service Provider Friendly?' (2016) 5 Journal of European Consumer and Market Law, Issue 6

Council, Civil Justice. *Online Dispute Resolution for Low Value Civil Claims 2015*

- Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of consulting psychology*, 24(4)
- Ding, F., Huo, J., & Campos, J. K. (2017). The development of cross-border e-commerce
- E. R. Smith, D. M. Mackie, H. M. Claypool (2016). Szociálpszichológia. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest
- Eörsi Gy. (1975). Összehasonlító polgári jog, Akadémiai Kiadó, Budapest
- European Commission (2017). Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets – Cross Analysis of case studies of 10 peer-to-peer platforms
- European Commission (2018). EU consumer rules: The European Commission and EU consumer authorities push Airbnb to comply
- European Commission. (2015). A Digital Single Market Strategy for Europe. *Communication COM*,
- Ezrachi, A., & Stucke, M. E. (2017). Artificial intelligence & collusion: When computers inhibit competition. *U. Ill. L. Rev.*
- Flash Eurobarometer 358 Consumer Attitudes Towards Cross-border Trade, 2013
- Flash Eurobarometer 397: Consumer Attitudes Towards Cross-border Trade and Consumer Protection, 201
- Flash Eurobarometer 467 (2018) The Use of the Collaborative Economy
- Hatzopoulos, V., & Roma, S. (2017). Caring for sharing? The collaborative economy under EU law. *Common Market Law Review*, 54(1)

Helberger, N., Guibault, L., Loos, M., Mak, C., Pessers, L., & Van der Sloot, B. (2013) *Digital Consumers and the Law. Towards a Cohesive European Framework*. Den Haag: Kluwer Law International.

[https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/bundeskartellamt-18th-conference-competition-berlin-16-march-2017\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/bundeskartellamt-18th-conference-competition-berlin-16-march-2017_en)

<https://www.engadget.com/2018/01/10/amsterdam-airbnb-rental-30-day-limit/?guc-counter=1>

<https://www.thelocal.fr/20180301/france-to-end-the-law-of-the-jungle-by-cracking-down-on-undeclared-airbnb-listings>

J. N. Adams, R. Brownsword. *Understanding contract law*. (Hebden Bridge: Sweet & Maxwell, 2007)

Kende T. – Szűcs T. (szerk.): *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. Complex Kiadó. Budapest, 2009

Kéri Ádám, *Békéltetésben a jövő - Alternatív vitarendezési eljárások vs bírósági út - Típusok és szabályok*. (Jogi fórum, 2014)

Kondricsz Péter, Tímár András, *Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései*. (Budapest, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó, 2000)

L. P. Feldman, *Consumer protection: Problems and prospects*. (St. Paul, Minnesota: West Publishing Company, 1976)

Molnár I. (2015). *Hálózati ismeretek I. – Sharing economy*. ELTE-LIS Virtuális olvasóterem

P. Cortés, *Online dispute resolution for consumers in the European Union*. (New York: Routledge, 2011)

Penz, E., Hartl, B., & Hofmann, E. (2018). Collectively Building a Sustainable Sharing Economy Based on Trust and Regulation

Plouffe, C. R. (2008). Examining “peer-to-peer”(P2P) systems as consumer-to-consumer (C2C) exchange. *European Journal of Marketing*, 42(11/12), 1179-1202

Rania Nemat, *Taking a look at different types of e-commerce*. (World Applied Programming 1, (2), 2011)

Schor, J. (2016). Debating the Sharing Economy. *Journal of Self-Governance & Management Economics*, 4(3).

Stekler K.: Alternatív vitarendezés a XXI. században – különös tekintettel az Európai Unió Online Vitarendezési platformjára. *Bibó Jogi és Politikatudományi Szemle*. (megjelenés alatt)