

V. Stekler Klára

Fogyasztói jogviták online rendezése

Bevezetés

Jelen tanulmánnyal célom, hogy hiánypótló jelleggel áttekintést nyújtok az online vitarendezés (OVR) témájáról – amely online technológiával támogatott alternatív vitarendezési eljárást jelent. Kitérek továbbá az Európai Bizottság által létrehozott online vitarendezési felületre.

Tanulmányomban röviden ismertetem a fogyasztóvédelmi szabályozást, illetve annak változó természetét, amelyre az elektronikus kereskedelem fellendülése kiemelt hatást gyakorol. Az Európai Unió időszakonkénti felméréseinek felhasználásával a rendelkezésre álló adatok alapján áttekintem az utóbbi évek változásait, trendjeit Magyarországon az elektronikus kereskedelem tekintetében, illetve igyekszem más európai országok adatainak ismertetésével kontextusba helyezni a magyar e-kereskedelmet.

Figyelemmel arra, hogy egyre több forrás számol be az alternatív vitarendezés pozitív eredményeiről, illetve az eljárások által megnyitott új távlatokról, kifejtem, miért várható és remélhető, hogy az a jövőben nagyobb szerepet kapjon a fogyasztói vitákban, különös tekintettel annak egyik új típusára, az online vitarendezésre.

A tanulmány végén értékelem az OVR mechanizmusát, illetve a Bizottság által létrehozott „Európa Önökért” portálon 2016 februárja óta elérhető online vitarendezési platformot.

Az OVR lehetővé teszi a fogyasztók és a vállalkozások számára, hogy online úton rendezzék vitáikat. Ez különösen az online vásárláskor felmerült nézeteltérések megoldásában nyújthat segítséget, illetve amikor a fogyasztót és a kereskedőt nagy földrajz távolság választja el egymástól.

Az Európai Unió céljai közé tartozik, hogy magas szintű fogyasztóvédelem megvalósításán keresztül elősegítse a belső piac megfelelő működését annak biztosításával, hogy a fogyasztók a kereskedőkkel szembeni panaszukat önkéntes alapon független, pártatlan, átlátható, hatékony, gyors és méltányos módon érvényesítsék – történjék ez akár alternatív vitarendezési eljárásokat kínáló szervek révén, akár a nemrégiben felállított online platformon keresztül. Ezen bíróságok kívüli vitarendezési fórumok hatékony működését elősegítendő a Bizottság ajánlást is megfogalmazott, melyben megmutatkozik, hogy a bíróságok tehermentesítése és az alternatív vitarendezési módok elterjesztése egyértelmű cél a közösségi jogalkotásban.²²⁵

1. Fogyasztóvédelem

A fogyasztók a szerződéses kapcsolatban kiszolgáltatott helyzetben érezhetik magukat a vállalkozásokkal szemben, ezért a döntéshozók hazai, európai uniós, valamint nemzetközi szinten is kiemelt figyelmet szentelnek a fogyasztóvédelmi jognak. Az Európai Unió szakpolitikai tevékenységének minden területén igyekeznek előtérbe helyezni a fogyasztói

²²⁵ Ld. 2001/310/EK ajánlás.

érdekeket. Magyarországon a fogyasztóvédelmi politika kialakításáért az Innovációs- és Technológiai Minisztérium felelős.

A fogyasztóvédelmet az 1970-es években a piacgazdaság szereplői közötti egyenlőtlen erőviszonyok felismerése hívta életre, célja, hogy a piaci versenyt segítse azáltal, hogy a fogyasztóknak biztonságot és védelmet garantálva bátorítsa fogyasztásukat.²²⁶

Ahhoz tehát, hogy a fogyasztóvédelmi szabályozás megfelelően működhessen, *facilitáló* és *védelmifunkciót* egyidejűleg kell kielégítenie; ösztönöznie kell a szereplőket a gazdasági életben való részvételre, amelynek alapvető feltételét a szerződési szabadság jelenti. Ugyanakkor a szabályozásnak az erőfölényben lévő fél visszaéléseinek is gátat kell vetnie.²²⁷ Így érhető el az egyensúly a piaci individualizmus és a fogyasztói jólét között.²²⁸

A szerződési szabadság a magánjog alapintézményei közé tartozik, és magában foglalja a partnerválasztás, a típusválasztás szabadságát, a tartalmi szabadságot, valamint a szerződéskötés szabadságát abban az értelemben is, hogy szerződés csak szabad akaratból köthető, abba senki nem kényszeríthető bele.

Az 1970-es években vette kezdetét a kereskedők és fogyasztók közti egyenlőtlen erőviszonyok felismerése, és megjelent az arra való törekvés, hogy a jogalkotó ellensúlyozza ezt.²²⁹ A szerződési szabadság elve ettől kezdve nem tekinthető abszolútnak. 1980-ban Ole Lando koppenhágai professzor vezetésével megalakult az első szerződési jogi bizottság azzal a céllal, hogy az EK tagállamai számára kidolgozza a szerződési jog általános alapelveit. A bizottság 1995-ben tette közzé az Európai Szerződési Jog Alapelvei (Principles of European Contract Law - PECL) I. részét, amelyet később egy II. és III. rész is követett.²³⁰ A PECL a szerződési szabadságot a jóhiszeműséghez, a tisztességes üzlethez és a benne deklarált egyéb alapelvek megtartásához köti. A közösségi jog tehát iránymutatást ad a feleknek, hogy milyen feltételekkel köthetnek szerződést, ezzel egyensúlyozva az alkupozió esetleges egyenlőtlenségeit, illetve védelmet nyújt a *gyengébb félnek*, aki az adott területen várhatóan korlátozott szakértelemmel és tapasztalattal rendelkezik. Ezen elvek az elektronikus szerződésekre egyaránt vonatkoznak.

A hagyományos papíralapúakhoz képest az elektronikus szerződések esetében a fogyasztók többletvédelmet is élveznek. Ezek általában olyan fogyasztói szerződések, amelyeket a szerződés szerinti termék vagy szolgáltatás nyújtására szervezett távértékesítési rendszer keretében a felek egyidejű jelenléte nélkül kötnek meg úgy, hogy a szerződő felek kizárólag távollévők közötti kommunikációt lehetővétevő eszközt, például számítógépet vagy manapság okostelefont alkalmaznak. Ezek *távollévők között kötött szerződések*, melyek esetén a vevő tehát nem vizsgálhatja meg, veheti kezébe a kiválasztott terméket, nem teheti fel kérdéseit

²²⁶ Laurence P. FELDMAN: *Consumer protection: Problems and prospects* (St. Paul, Minnesota: West Publishing 1976).

²²⁷ Pablo CORTÉS: *Online dispute resolution for consumers in the European Union* (New York: Routledge 2011) 11.

²²⁸ John Norman ADAMS – Roger BROWNSWORD: *Understanding contract law* (Hebden Bridge: Sweet & Maxwell 2007).

²²⁹ CORTÉS (227 l.) 11.

²³⁰ Az I. rész a teljesítéssel, a nem teljesítéssel és a jogorvoslatokkal; a II. rész a szerződés létrehozatalának, érvényességének, értelmezésének és tartalmának kérdéseivel; a III. rész a szerződésen kívüli felelősség és a jogalap nélküli gazdagodás témakörével foglalkozik elsődlegesen.

közvetlenül a kereskedőnek vagy képviselőjének.²³¹ Ilyen vásárlások esetében a termék kézhezvételétől számított tizennégy munkanapon belül a fogyasztó indoklás nélkül elállhat a szerződéstől, még akkor is, ha a termék nem hibás. Csupán a termék visszaszolgáltatásának költsége terheli a fogyasztót, a vételárat a kereskedőnek harminc napon belül vissza kell térítenie. Az üzleten kívül kötött szerződéseket is fennáll ugyanez a lehetőség – így például termékbemutatón vásárolt termékeknél, vagy akkor, ha lakásunkon, munkahelyünkön keresnek fel minket azért, hogy vásároljuk meg a felkínált terméket.

2. A vásárlások változó természete, az elektronikus kereskedelem

Nem újdonság, hogy a fogyasztói szokások átalakulóban vannak. Világszerte nagyszámban bonyolítanak vásárlásokat az interneten, s bár időről időre napvilágot látnak az online vásárlás veszélyeiről szóló írások,²³² a magyarok körében is dinamikusan növekszik az interneten történő vásárlások száma és értéke is.²³³ A rizikók mellett ugyanis az elektronikus kereskedelemnek számos előnye ismeretes: gazdasági szempontból többek között kisebb tranzakciós költséget, a szállítási, tárolási költségek csökkenését, a fokozott verseny hatására jobb minőséget és nagyobb választékot jelent a fogyasztó számára.²³⁴

2.1. Elektronikus kereskedelem

„Elektronikus kereskedelemnek nevezzük a távollévők között, elektronikus eszközök által tett olyan jogilag releváns cselekményeket, amelyek egyedileg meghatározható jogalanyok között polgári jogi jellegű jogviszonyt hoznak létre, feltéve, hogy a jogszabály az elektronikus kereskedelemre vonatkozó rendelkezések alkalmazását nem zárja ki.”²³⁵ Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény 2. § a) pontja pedig az alábbi értelemben használja a kifejezést: elektronikus kereskedelem (vagy e-kereskedelem) az árucikkek és szolgáltatások elektronikus úton – elsősorban interneten és számítógépes hálózatokon – való eladása, vásárlása, illetve cseréje.²³⁶ Meglátásom szerint bár az utóbbi meghatározás tömörebb, laikusok számára is könnyen érthető, Kondriczés Tímár definíciója alaposabb, az elektronikus kereskedelem több kritikus, definitív elemére hívja fel a figyelmet.

²³¹ Lásd 2011/83/EU irányelv, illetve a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet módosításáról szóló 107/2017. (IV. 28.) Korm. rendelet.

²³² Ld. 24.hu/fn/penzugy/2017/04/20/adathalaszok-zaklatnak-a-telekom-neveben/, illetve hvg.hu/tudomany/20080720_online_vasarlas

²³³ Emilia BROZYNA (et al.): *The Limitations of E-commerce Development in Full Operating Cycle Firms: V4 Countries Case* (Brno: Masaryk University 2016) 17–19.

²³⁴ Joseph E. STIGLITZ – Peter R. ORSZAG – Jonathan M. ORSZAG: *The Role of Government in a Digital Age* (Washington DC: Computer and Communications Industry Association 2000).

²³⁵ KONDRICZS Péter – TÍMÁR András: *Az elektronikus kereskedelem jogi kérdései* (Budapest: KJK-Kerszöv 2000) 71.

²³⁶ Ld. az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény 2. § a) pontja

2.1.1. Az elektronikus kereskedelem fogalmai

Az elektronikus kereskedelmet elsősorban az abban résztvevőfelek szempontjából osztályozzuk. Ezek többnyire állami intézmények, vállalatok/kereskedők és természetesen fogyasztók lehetnek.²³⁷ Az így megállapítható elektronikus kereskedelmi szegmenseket az 1. táblázat szemlélteti (a betűmozaik első betűje mindig a szolgáltatás nyújtóját jelöli):

	állami intézmények (government)	vállalkozások (business)	fogyasztók (consumer)
állami intézmények (government)	G2G	G2B	G2C
vállalatok (business)	B2G	B2B	B2C
fogyasztók (consumer)	C2G	C2B	C2C

1. táblázat - Az elektronikus kereskedelem szegmensei

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

A B2C a B2B-hez képest kisebb volumenű, hiszen például amíg egy autó elkészítéséhez számos B2B tranzakció szükséges (pl. a kerekek, ablaküveg stb. beszerzése), addig a kereskedő és a fogyasztó között egyetlen tranzakció zajlik (az autó megvásárlása). Ennek ellenére azonban jelentősége kiemelkedő, ugyanis ez az az elektronikus kereskedelmi forma, amellyel a mindennapi emberek találkoznak, és amelyről tapasztalatokat szereznek. A tanulmány kereteit meghaladná az elektronikus kereskedelem minden szegmensének ismertetése, így a továbbiakban kizárólag a B2C tranzakciók jellemzőit, trendjeit, illetve fogyasztóvédelmi vetületeit tekintem át.

2.1.2. Az elektronikus úton kötött szerződések létrejötte

A magyar jogban az elektronikus jognyilatkozat se nem írásbeli, se nemszóbeli nyilatkozat, hanem ráutaló magatartásként értelmezhető.²³⁸

A szerződést létrehozó jognyilatkozat az elektronikus kereskedelem viszonylatában háromféle lehet: *e-mail* (ez leginkább az elküldött postai levélhez hasonlítható), ilyenkor egy gombra való ráklikkeléssel önmagában létrejön a szerződés – ez áll a legközelebb a ráutaló magatartáshoz), valamint *elektronikus ügynök* az ügynök programozása szerint ajánlatot tesz, és akár szerződést is köthet).

²³⁷ Rania NEMAT: „Taking a look at different types of e-commerce” *World Applied Programming* 2011/2. 100–104.

²³⁸ KONDRICSZ – TÍMÁR (235. l.) 71.

Az így létrejövő szerződések éppúgy váltják ki joghatásukat, mintha azokat hagyományos módon kötötték volna, a szerződések között tehát ilyen tekintetben nincs különbség.

2.1.3. Az elektronikus kereskedelem Magyarországon²³⁹

Magyarország csaknem 10 millió fős népességének immár 76%-a internethasználó. Ez 7,4 millió főt jelent, akik közül 3 millióan vásároltak már vagy vásárolnak rendszeresen online felületeken. Amíg 2013-ban a B2C vásárlások pénzforgalma az országban 750 millió € volt, addig ez az összeg 2015-re 1120 millió €-ra nőtt (~45 %-os növekedés!), és bár a 2016-os pontos adatok még nem állnak rendelkezésre, a növekvőtendencia kétségtelenül folytatódni látszik.



2. ábra - Az elektronikus kereskedelem pénzforgalma Magyarországon (a 2016-os évre vonatkozó pontos adat a tanulmány készítése idején nem volt elérhető).

Nem csak az elektronikus kereskedelem pénzforgalma, az azt igénybe vevő fogyasztók száma is folyamatos növekedést mutat országunkban. A Magyarország elektronikus kereskedelméről szóló 2016-os bizottsági jelentés adatai alapján 2013-2015 között 600.000 új fogyasztó kapcsolódott be az e-kereskedelembé. Nemcsak a vásárlók száma, hanem az évente online tranzakciókban forgó pénz egy főre jutó összege is növekszik: az említett két év alatt 316 €-ról 373 €-ra nőtt, amely 18%-os növekedést jelent.



3. ábra - Az elektronikus úton vásárlók száma és átlagos költésük évente Magyarországon

Megállapítható tehát, hogy az online vásárlás népszerűsége, gyakorisága, valamint az ilyen módon bonyolított tranzakciók volumene is erőteljesen növekedett. Egyre többen, egyre

²³⁹ Az alfejezetben feltüntetett adatok forrása: European B2C E-commerceReport, 2016

többször, egyre többet vásárolnak online Magyarországon is, ez pedig új kihívások elé állítja az elektronikus kereskedelmet, illetve annak szabályozását. A rohamos növekedés, az újabb szereplők – úgy fogyasztók, mint kereskedők – bekapcsolódása miatt az e-kereskedelemnek egyre több elvárásnak kell megfelelnie, újabb igényeket kell kielégítenie, és az is fontos, hogy minden vásárló számára megkülönböztetés nélkül elérhető legyen.

Ennek egyik kulcsa az egységes, közösségi szintű fogyasztóvédelmi szabályozás, amelyet a *2011/83/EU irányelv* 4. cikke deklarálna. A tagállamok eszerint nem vezethetnek be nemzeti jogukba az irányelvben megállapítottaktól eltérő – ideértve a különböző szintű fogyasztóvédelmet biztosító rendelkezéseket. Erre azért van szükség, hogy a fogyasztóknak külföldi kereskedőtől való vásárlásaik alkalmával se kelljen külön gondot fordítaniuk arra, hogy adott nemzeti jog szabályozását megismerjék. Ez főleg az esetleges elállások, panaszok érvényesítése esetében nehezítené meg nagyban a fogyasztó helyzetét, aminek gátló hatása lenne a külföldi kereskedőtől történő vásárlásokra, hiszen az ilyen vásárlások több ráfordítást, információszerezést igényelnének a fogyasztó részéről. Az tehát, hogy nem minimumszabályozásról van szó, serkentőként hathat az Unió más országaiból történő vásárlásokra, ami összhangban áll az Európai Unió működéséről szóló szerződésben (továbbiakban: EUMSZ) deklarált egységes belső piac megteremtésének céljával – különös tekintettel az áruk szabad mozgására. A későbbiekben ezen elv megvalósulására még utalok.

Hazánkban az e-kereskedelem jelenlegi 2,7%-os részesedése a kiskereskedelemben európai szinten alacsonynak tekinthető, ám a fentebb ismertetett 2016-os jelentés Magyarország elektronikus kereskedelméről szóló adatai is egyértelművé teszik az elektronikus kereskedelemben rejlő, egyre növekvő gazdasági potenciált. A magyar vásárlók elsődlegesen ruházati, illetve információs technikai termékeket vásárolnak online – előbbi 178 millió €, utóbbi 78 millió € éves összfordalmat jelentett 2015-ben.

2.2. Cross-border shopping²⁴⁰

Az EUMSZ 26. cikkének (2) bekezdése értelmében a belső piac egy olyan, belsőhatárok nélküli térség, amelyben biztosított az áruk és szolgáltatások szabad mozgása. A piac széttagoaltsága az Unió versenyképességére – a gazdasági növekedésre, foglalkoztatásra stb. – károsan hat. Fontos tehát, hogy a megfelelő piaci mechanizmusok mellett a fogyasztók bizalmát is élvezze a belső piac, ám a legutóbbi jelentések nem a bizalom magas fokáról számolnak be. A megkérdezett EU-s polgárok 61%-a csak a saját országának kereskedőitől mer vásárolni. Terméket és szolgáltatást sem rendelnének külföldről, mert a nyelvi problémák, a nagy távolság vagy az eltérő jogszabályi környezet miatt nehezebbnek vélik egy esetleges reklamáció érvényre juttatását.

Az EcommerceFoundation 2016-os felmérése szerint a magyarok az EU átlagnál kisebb mértékben választanak külföldi weboldalakat online vásárlásaik esetén. Míg az EU átlagot

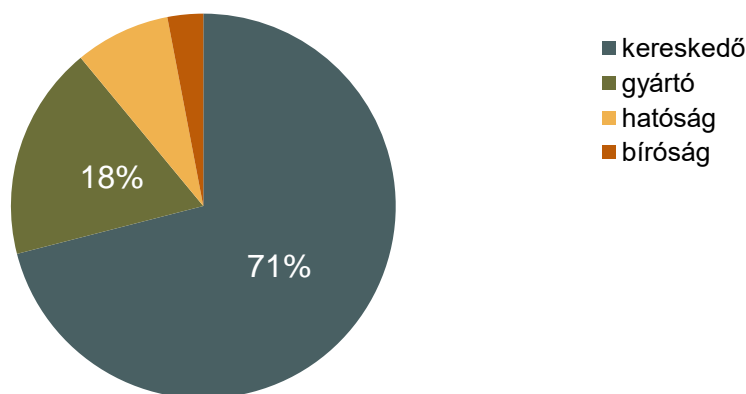
²⁴⁰ Az alfejezetben feltüntetett adatok forrása: Flash Eurobarometer 397: Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection, 2015

tekintve az összes interneten lezajlott vásárlás 16%-a esetén nem hazai volt a másik fél,²⁴¹ addig a magyarok esetében ez az arány mindössze 11% volt. A felmérés ugyanakkor egyértelmű növekedésről számol be e téren is.²⁴²

3.3. Vásárlói elégedettség, jogorvoslati lépések

A Bizottság 2015-ös felmérésében a magyar megkérdezettek közül 29% számolt be olyan esetről, amikor hazai kereskedőtől való vásárlás után olyan problémát tapasztalt a termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatban, ami reklamációra adhatott alapot, ötéjük azonban nem tett semmilyen további lépést.²⁴³ Ennek okaként említették, hogy nem bíztak abban, hogy megfelelően orvosolni lehet az esetet, tartottak attól, hogy túl sokáig húzódna az ügy, illetve az esetek harmadában túl alacsonynak tartották az elszenvedett kárt ahhoz, hogy további lépéseket kezdeményezzenek. Ebből arra lehet következtetni, hogy többekben is az az elképzelés él, hogy a fogyasztóvédelmi jogérvényesítés egy hosszadalmas és relatíve költséges folyamat, annak ellenére is, hogy a közösségi jogalkotás igyekszik ezen feltevést megdöntő szabályozást bevezetni.²⁴⁴

A lépéseket kezdeményezők 71%-a közvetlenül a szolgáltatóhoz, illetve a viszonteladóhoz fordult panaszával, 18% a gyártót kereste meg, 8% kérte egy hatóság közbenjárását, 3% pedig



a bíróság előtt perelte az érintett vállalkozást.

4. ábra - A vásárlói panaszok címzettjei (n = 26.590)²⁴⁵

A polgárok érdekei tehát azt diktálják, hogy az adásvételi vagy szolgáltatási szerződésekkel kapcsolatban felmerülő belföldi és határokon átnyúló jogviták rendezésének is egyszerű, hatékony, gyors és megfizethető módjaihoz férjenek hozzá. Ez növelhetia piac, illetve az EU

²⁴¹ Ez a 2013-as évhez képest 33%-os növekedést jelent, az emberek tehát egyre gyakrabban vásárolnak EU-szerte tartózkodási országukon kívülről, amelynek a jelentés szerint elsődleges oka a versenyképesebb árakban, illetve a szélesebb kínálatban gyökerezik.

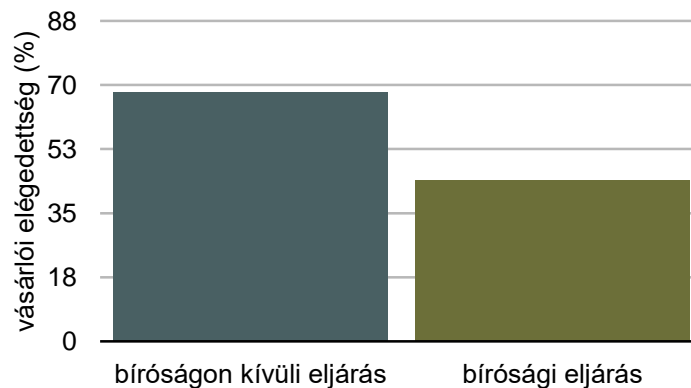
²⁴² A megelőző években ez 6% (2013), illetve 8% (2014) volt.

²⁴³ Flash Eurobarometer 397: Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection, 2015.

²⁴⁴ Lásd 2008/52/EK irányelv

²⁴⁵ Flash Eurobarometer 358 Consumer Attitudes Towards Crossborder Trade, 2013

belső piaca iránti bizalmukat. Amint azt a 3. ábra szemlélteti, a fogyasztók nagyjából tizede rögtön harmadik fél bevonásával igyekezett a felmerült problémát megoldani. Ezen esetekben – valamint olyan ügyekben, melyekben a kereskedővel, gyártóval kezdeményezett tárgyalások nem vezetnek eredményre – juthatnak nagy szerephez az alternatív vitarendezési módok, ezeken belül az online vitarendezés. A pártatlannak ítélt személyek bevonását követően azonban eltérő elégedettségi szintekről számol be a jelentés. A bírósági eljárás eredményével kevesebb, mint az abban résztvevők fele (44%) volt elégedett, míg egyéb hatóság közreműködésével a résztvevők több mint kétharmada (68%).



5. ábra - A harmadik fél bevonásával rendezett vitákkal való elégedettség százalékos értéke²⁴⁶

3. Alternatív vitarendezés

Amennyiben a vitában érintett felek konfliktusuknak nem találták meg közösen a megoldását, egy harmadik, bölcsnekés pártatlannak ítélt személy segítségével isérelték ezt meg az ősi és az ókori társadalmakban is.²⁴⁷ Ezek a bölcsök első lépésként a feleket abban próbálták segíteni, hogy maguk jussanak konszenzusra. Csak ennek eredménytelensége után került a döntés joga harmadik személyhez – ennek hagyománya később a római jogi kultúrában is továbbélt.²⁴⁸ A 19. században nemzetközi konfliktusok esetében többször is sikeresen alkalmazták a mediációt, aminek hatására az nemzetközi diplomáciai tevékenység alapjává vált. A 20. századtól az alternatív vitarendezés egyre elterjedtebbé vált. Ahogy azt Albert Fiadjoe írja, a kreatív jogászkodásnak (*creativelawyring*) a 21. században is elfogadható, sőt *szükséges* részét képezi a peren kívüli tárgyalás és a mediáció.²⁴⁹ Magyarországon az alternatív vitarendezés a kétezres évek elején jelent meg és vált egyre népszerűbbé.

²⁴⁶ Flash Eurobarometer 358 Consumer Attitudes Towards Crossborder Trade, 2013

²⁴⁷ Jerome T. BARRETT – Joseph BARRETT: *A history of alternative dispute resolution: The story of a political, social, and cultural movement* (New York: John Wiley & Sons 2004).

²⁴⁸ FÖLDI András – HAMZA Gábor: *A római jog története és intézményei* (Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó 2016).

²⁴⁹ Albert FIADJOE: *Alternative Dispute Resolution: A Developing World Perspective* (New York: Routledge-Cavendish 2004) 1.

Az AVR gyűjtőfogalom, amely alatt többnyire a bírósági úttal szembeni alternatíva értendő. Az AVR-nekszámos típusa, több felosztása ismeretes, a 2. táblázat Kéri Ádám felosztását szemlélteti.²⁵⁰

Az alternatív vitarendezési eljárások (AVR) a fejlett demokráciákban kiemelkedő szerepet töltenek be. Az AVR lényegesen rövidebb idő alatt lefolytatható, mint a peres eljárások – általában 90 napon belül egyezség születik a felek között.²⁵¹ A bíróságok leterheltségének ismeretében ez az egyik legnagyobb előnye – a járásbírók, a közigazgatási és munkaügyi bíróságok, a törvényszék első fok, illetve a törvényszék másodfok ügyforgalmát együttesen tekintve, 2017. január-április időszakban az országos peres és nemperes ügyérkezés mennyisége 456.000 volt.²⁵² További előnye még a költséghatékonyság. Mind a felek, mind az állam részéről alacsonyabb ráfordítást igényel egy vita alternatív úton való rendezése. A 2009/2010. évi kísérleti bírósági mediációs program adatai alapján a teljes ügyvédi és bírósági költségcsökkentés mintegy 1 milliárd forint lehet abban az esetben, ha a bíróságok elé kerülő mediációra alkalmas ügyek *csupán* 30%-a valóban mediálásra kerül, és azok 2/3-a sikerrel zárul.²⁵³ (Ez a számítás egyáltalán nem földtől elrugaszkodott, tekintve, hogy a munkaügyi jogviták alternatív eljárások keretében való megoldásának megegyezési aránya 93%-os volt Magyarországon 2008-ig.²⁵⁴)

Az alternatív vitarendezési eljárásokban elkerülhető a peres eljárásokban megjelenő győztes-vesztes felállás, hiszen a felek igényeihez rugalmasan illeszkedhet az eljárás, egyfajta bizalmi jellegről is beszélhetünk, amik mind serkentőleg hatnak a problémamegoldásra.²⁵⁵ Lélektanilag pedig fontos az, hogy az emberek belső kontrollézete a fentiek hatására növekedhet, és így önmagukra ténylegesen jelentős tényezőként tekinthetnek, akiknek hatásuk van a velük történő eseményekre.²⁵⁶ Ezáltal motiváltabbakká válnak a konszenzus keresésére, amely egyrészt az alternatív eljárások gyorsaságának, másrészt az ezt követő önkéntes jogkövetésnek, vagyis az egyezség betartásának magyarázataként szolgálhat.²⁵⁷

Ehhez a ponthoz érve azonban meg kell említeni az eljárás hátrányait. Az önkéntesség következtében ugyanis nincs garancia az eljárás befejezésére. AVR esetén a nyilvánosság többnyire kizárt – bár a békéltető testületek ajánlása ezalól kivételt jelent – amely hátrálhatja az eredményes befejezést, illetve nem is alkalmazható AVR minden esetben.²⁵⁸

²⁵⁰ KÉRI Ádám: *Békéltetésben a jövő - Alternatív vitarendezési eljárások vs bírósági út - Típusok és szabályok.* www.jogiforum.hu/hirek/32584.

²⁵¹ FÜRJES Balázs – KRÉMER András – SOMODI Éva: *A mediáció és a bírósági eljárások kapcsolata Magyarországon 2009/2010. évi kísérleti bírósági mediációs program kiértékelése.* abidinghun.files.wordpress.com/2014/09/3.pdf.

²⁵² Ld: birosag.hu/sites/default/files/allomanyok/stat-tart-file/az_ugyforgalom_alakulasa_a_torvenyszekeken.pdf.

²⁵³ FÜRJES–KRÉMER–SOMODI (251 l.).

²⁵⁴ Alice DECASTELLO: *A közvetítői eljárás az egészségügyben* (Doktori értekezés: Pécsi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Állam- és Jogtudományi Doktori Iskola 2008).

²⁵⁵ RÁCZ Zoltán: *Az alternatív vitarendezés (AVR) helyzete Magyarországon.* (Miskolci Egyetem 2015) www.uni-miskolc.hu/~microcad/publikaciok/2015/E7_Racz_Zoltan.pdf.

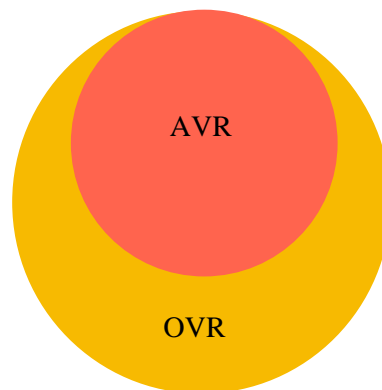
²⁵⁶ Phares E. JERRY: *Locus of control in personality.* (New York: General Learning 1976).

²⁵⁷ RÚZS MOLNÁR Krisztina: *A mediáció az alternatív vitamegoldás rendszerében, különös tekintettel munkajogi szerepére* (Doktori értekezés, Szegedi Tudományegyetem 2005). doktori.bibl.u-szeged.hu/324/1/tz_eredeti2934.pdf.

²⁵⁸ RÚZS MOLNÁR (257. l.).

TÁRGYALÁS	VÁLASZTOTT BÍRÓSÁGI ELJÁRÁS	MEDIÁCIÓ	BÉKÉLTETŐ TESTÜLETEK ELJÁRÁSA
az ügyben érdekelt felek részvételével zajlik, célja a vitás ügyek érintettek általi közvetlen rendezése. Itt tehát külső személy egyáltalán nem kerül bevonásra – ezt egyesek nem is tekintik AVR-nek.	a felek pártatlan, szakértő felet jelölnek ki a vitájuk eldöntésére. Ennek menetét törvény szabályozza, s leginkább a multinacionális cégek veszik igénybe. Döntése a felekre kötelező.	a felek a konfliktusuk feloldásával egy külső személyt bíznak meg, akinek nem a végzettsége, hanem a személyes adottsága játszik fontos szerepet. A mediáció eljárása nem formalizált és nem eredményez döntést a mediátor által.	a békéltető testületek olyan testületek, melyek a vita megoldását egyezséggel kísérlik meg lezárni, de döntőbíróként is funkcionálnak. Alávetés esetén kötelező döntést is hozhatnak, egyébként pedig csupán ajánlást tehetnek.

3.1. Online vitarendezés



6. ábra - Az AVR és OVR kapcsolata

Az online vitarendezés online technológiával támogatott alternatív vitarendezési eljárást jelent. Az OVR-szervezetek lehetővé teszik a fogyasztók és a vállalkozások számára, hogy online úton rendezzék vitáikat. Ez különösen az online vásárláskor felmerült nézetkülönbségek feloldásában nyújthat segítséget, amikor a fogyasztó és a kereskedő gyakran nagyon távol vannak egymástól. 2010-ben minden ötödik, az egységes piacon árut vagy szolgáltatást vásárló uniós polgárnak valamilyen problémával kellett szembesülnie.²⁵⁹ E vásárlóknak csupán töredéke folyamodott jogorvoslatért. Az ebből keletkező veszteség az EU GDP-jének mintegy 0,4%-át teszi ki.

²⁵⁹ European B2C E-commerce Report, 2016

Az EU-ban több mint 750 AVR-szervezet létezik.²⁶⁰ Ezek között nagy különbségek tapasztalhatók, ennek következtében az európai fogyasztók nem egyforma mértékben élhetnek a peren kívüli vitarendezés lehetőségével. Az EUMSZ-nekvaló megfelelés érdekében e visszásság megszüntetése, a tagállamok ilyen különbségeinek kiegyenlítése céljából az Európai Parlament és a Tanács a fogyasztói jogviták online rendezéséről szóló, 2013. május 21-i 524/2013/EU rendelete alapján az Európai Bizottság létrehozott egy online vitarendezési platformot.

3.1.1. Az Európai Unió online vitarendezési felülete

„Elfogadhatatlan, hogy ennyi fogyasztói probléma megoldatlan marad, és mindez azért, mert a fogyasztóknak nem áll rendelkezésükre hatékony eszköz a kereskedőkkel folytatott vitáik rendezésére. Ez kihat anyagi helyzetükre és az uniós piacba vetett bizalmukra is, és lelassítja az európai növekedést is. Ha elfogadják a javaslatokat, amelyeket ma előterjesztek, az európai fogyasztók könnyebben, gyorsabban és olcsóbban oldhatják meg problémáikat függetlenül attól, hogy az EU-ban hol és miként vásároltak árut vagy szolgáltatást.”²⁶¹

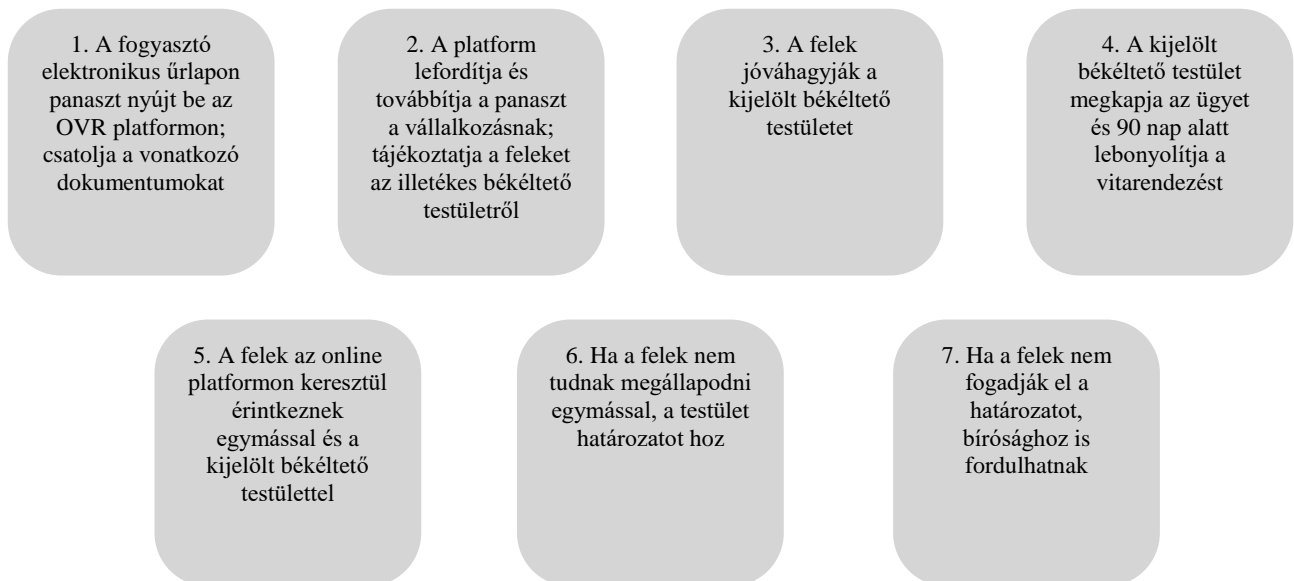
Ezen indoklással terjesztette elő javaslatát John Dalli egészség- és fogyasztóügyekért felelős európai biztos. A rendelet szerint az Európai Unióban tartózkodási hellyel rendelkező fogyasztók és az Európai Unióban letelepedett szolgáltatók közötti, online szolgáltatási szerződésekből eredő kötelezettségekkel kapcsolatban felmerülő jogviták – így az online megkötött szerződésekkel összefüggő pénzügyi fogyasztói jogviták – bírósági eljáráson kívüli rendezésére irányuló kommunikációt ezen a platformon keresztül kell a fogyasztók részére biztosítani.²⁶² Az online vitarendezési platform 2016. február 15-től elérhető a fogyasztók számára. A Rendelet hatálya közvetlenül kiterjed a Magyarországon székhellyel rendelkező pénzügyi szolgáltatóra is, amennyiben közteés a fogyasztó között létrejött online szolgáltatási szerződéssel kapcsolatban pénzügyi fogyasztói jogvita merül fel. A fogyasztó a Rendelet szerint online vitarendezési platformon keresztül online kezdeményezheti a jogvita bírósági eljáráson kívüli rendezését a másik féllel közösen megválasztott vitarendezési fórumnál. Magyarországon a pénzügyi fogyasztói jogviták rendezésére a Pénzügyi Békéltető Testület jogosult. A folyamat menetéről a 6. ábra nyújt áttekintést.

²⁶⁰ Ezen szervezetek működésén kívül esik a legtöbb nagy kereskedelmi – pl. internetes aukciós – oldal, melyek saját vitarendezési felülettel rendelkeznek. Ezek először a felek közti tárgyalás lehetőségét kínálják fel. Amennyiben e folyamat mindkét fél számára elfogadható eredmény nélkül zárul le, az oldal mint harmadik közvetítő szereplő lép be a konfliktusba. Részletes áttekintésért ld: Civil Justice Council: *Online Dispute Resolution for Low Value Civil Claims*. 13–19. www.judiciary.uk/wp-content/uploads/2015/02/Online-Dispute-Resolution-Final-Web-Version1.pdf.

²⁶¹ European Commission – Press release – Fogyasztóvédelem. europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1461_hu.htm.

²⁶² A platform az alább linken érhető el:

ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home.show&lng=HU.

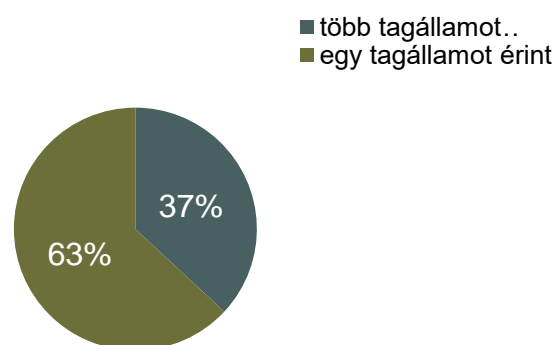


7. ábra – Az OVR folyamat menete

Az OVR-rendelet tehát egy egységes, uniós szintű online platformot hozott létre az interneten vásárlók és a kereskedők számára, amelyen keresztül rendezhetik egy vásárlás kapcsán felmerült szerződéses vitáikat.

A platform felállása óta összesen 38.219 panasz került ilyen módon benyújtásra – a nagyságrend szemléltetése érdekében jegyzem meg csupán, hogy az eBay rendszerén belül²⁶³ évi 14 millió vitát folytatnak le²⁶⁴ (Az EU OVR felületén a panaszok számát tekintve leggyakoribb ágazatok a ruházati cikkek (11%); légitársaságok (10%); információs és kommunikációs technológiai termékek (8%) voltak.²⁶⁵)

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 a felhasználók nem használják kiaz ezen a téren nyújtott lehetőségeket. A továbbiakban az OVR felületen elérhető statisztikai adatokat ismertetem, értelmezem.



8. ábra – Az egy-, illetve több tagállamot érintő panaszügyek aránya

²⁶³ ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.statistics.show.

²⁶⁴ CORTES (227. lj.) 215.

²⁶⁵ ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.statistics.show.

Ahogy azt az 5. ábra szemlélteti, az ügyeknek alig több mint egyharmadában van szó olyan panaszról, ahol a kereskedő székhelye és a fogyasztó tartózkodási helye nem esik egybe. Ez arra enged következtetni, hogy a fogyasztók cross-bordervásárlásaikból eredő vitáik megoldására még nem keresik fel tudatosan az EU erre a célra kialakított OVR felületét. Sokkal inkább arról lehet szó, hogy véletlenszerűen találnak rá a felületre, így a kívánt cél elérése érdekében mindenképpen nagyobb hangsúlyt kell fektetnie a Bizottságnak a felület ismertebbé tételére.

Magyarországon az elmúlt évben összesen 847 panaszt nyújtottak be, ezek címzettje 449 esetben volt belföldi kereskedő. A magyar panaszosoknak tehát majdnem fele kihasználja a felület által nyújtott „nyelvi hidat”. Legtöbb esetben romániai (191)²⁶⁶ németországi (58) és egyesült királyságbeli (42) kereskedőkkel szemben érvényesített. Magyar kereskedőkkel szemben pedig 1846 esetben tettek panaszt más országokból fogyasztók, elsősorban az Egyesült Királyságból (301), Romániából (230), Németországból (122), Lengyelországból (109) és Bulgáriából (91). Érdekes módon az ír, német és angol székhelyű kereskedőkön kívül a magyar kereskedők azok, akikkel szemben minden tagállamból érkezett már panasz. A tagállamok ezek szerint kihasználják azt a bizonyos *nyelvi hidat* a magyar székhelyű cégekkel való konfliktusok feloldásában.

A fogyasztói oldalt tovább vizsgálva egy személyes tapasztalat alapján megjegyzem azt, hogy az OVR platform nem könnyen elérhető. Ismerősi körben a dolgozat elkészítésének idején számoltak be olyan fogyasztóvédelmi panaszról, melynek feloldására kitűnő lehetőséget nyújtott volna a vizsgált platform, ám az a Google keresés első két oldalán nem jelent meg, a panaszos tehát online tájékozódást követően nem volt tudatában az Unió OVR felület létezésének, arról tőlem hallott először, így tehát nem tudta ezt igénybe venni. A hatékony működéshez egy *keresőoptimalizálás* mindenképpen ajánlatos volna.

A honlapra eljutva egy átlátható, egyszerű, könnyen használható felületre érkezünk, amely minimális mennyiségű, de releváns, könnyen érthető információt szolgáltat a felhasználóknak. Tájékoztatás nyerhető az egyéb jogorvoslati lehetőségekről, illetve arról, hogy az alternatív vitarendezési módok milyen előnyökkel bírnak. Tartalmi szempontból tehát jónak értékelhető a platform – talán azzal a kivétellel, hogy a honlapon a statisztikák igen, ám a használatának tapasztalatairól készült jelentések egyáltalán nem voltak elérhetők a tanulmány készítésének idején.

További kritikaként felhozható, hogy a folyamat működését bemutató rövid tájékoztató videó kizárólag angol nyelven érhető el, az angolul nem értők számára pedig nem áll rendelkezésre a feliratozás lehetősége. Ezen lényeges javítással az elérhető célközönség sokszorososa lehetne a jelenleginek.²⁶⁷

A Bizottság által létrehozott online vitarendezési platform megítélésem szerint egy felhasználóbarát, könnyen kezelhető felület, amely hosszú távon elősegítheti azt, hogy a

²⁶⁶ A honlapon található tájékoztatás, mely szerint nem állnak rendelkezésre vitarendezési testületek a portálon Románia esetében felveti annak a kérdését, hogy ezen 191 panaszból mennyit lehetett sikeresen lezárni.

²⁶⁷ A videót ld: ec.europa.eu/consumers/solving_consumer_disputes/docs/odr_en.mp4.

fogyasztóknagyobb számban is eredményesen és költséghatékonyan rendezhesséka kereskedőkkel folytatott vitáikat, bármilyen árut vagy szolgáltatást, bármilyen módonés bárhol is vásároltak az EU-ban. A vitáikkaljes egészében lefolytathatják online felületen, ami kevesebb ráfordítást igényel a felek részéről. Fontos kiemelni továbbá azt is, hogy azeurópai fogyasztók és kereskedők meggyőződhetnek róla az online vitarendezési platformon megjelenített információk alapján, hogy az ott szereplő minden bíróságonkívüli európai vitarendezési szervezet ugyanazoknak a kritériumoknak felel meg.A szervezetekátláthatóak, megfelelő szakértelemmel rendelkeznek, pártatlanok, eredményesek és méltányosak. Ezen jellemzők pedig növelik az európaivásárlók fogyasztási hajlandóságát, hiszen egy esetleges konfliktus esetén nem kell jogaik érvényesítését veszélyben érezniük. A megnövekedett bizalom végül tehát arra sarkallja a fogyasztókat, hogyaz uniós egységes piacon – határok nélkül – aktívabban keressék a kedvező ajánlatokat és legjobb árakat, ami ösztönzi a versenyt és a gazdasági növekedést.

Záró gondolatok

Az OVR létjogosultságához, sőt szükségességéhez nem fér kétség, ám jelenlegi állapotában és formájában többkívánnivalót is hagy maga után az újonnan létrehozott EurópaiUnió OVR felület. Amennyiben viszont sikerül jobban megismertetni a fogyasztókkal szerte a tagállamokban, kényelmes, gyors és egyszerű módot fog nyújtani a panaszok határokon átívelő kezelésére. Az OVR platform meglátásom szerint a fogyasztóvédelmi jogérvényesítés esetenként rögzös menetét nagyban megkönnyítő elképzelés, üdvözlendő, hogy a közösségi jogalkotás ilyen formájában is támogatja az alternatív vitarendezést. Nem túlzás talán azt állítani, hogy bár az OVR még csak gyerekcipőben jár, de szép jövőt jósolhatunk neki.