

FOGYASZTÓVÉDELEM – FOGYASZTÓVÉDELMI JOG

Consumer Protection – Consumer Protection Law

Szerkesztette:

Hámori Antal – Hamar Farkas – Neszmélyi György Iván – Veres Zoltán



18  57

BGE

BUDAPESTI
GAZDASÁGTUDOMÁNYI
EGYETEM

FOGYASZTÓVÉDELEM – FOGYASZTÓVÉDELMI JOG

Consumer Protection – Consumer Protection Law

Szerkesztette:

Hámori Antal – Hamar Farkas – Neszmélyi György Iván – Veres Zoltán



BGE

BUDAPESTI
GAZDASÁGTUDOMÁNYI
EGYETEM

Budapest, 2025

Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem
Budapest University of Economics and Business

Fogyasztóvédelem – fogyasztóvédelmi jog
Consumer Protection – Consumer Protection Law

Szerkesztők: Hámori Antal – Hamar Farkas – Neszmélyi György Iván – Veres Zoltán

A teljes könyv szakmai lektora: Vékás Lajos

A fejezetek szakmai lektorai:

Árva Zsuzsanna (közigazgatási jog)

Balázs István (közigazgatási jog)

Barta Judit (magánjog, versenyjog)

Benke József (magánjog, magánjogtörténet, római jog)

Fézer Tamás (polgári jog)

Gellén Klára (polgári jog, sajtó-, médiajog)

Gombos Katalin (Európa-jog)

Győri Zoltán (élelmiszerbiztonság)

Józsa László (marketing)

Karsai Krisztina (büntetőjog)

Lentner Csaba (pénzügyek)

Nagy Zoltán (pénzügyi jog)

Rekettye Gábor (marketing)

Angol nyelvi lektor: Benke Eszter Éva

Magyar nyelvi lektor: Pásztorné Dévény Ágnes

Kiadó: Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

Budapest University of Economics and Business

Székhely: 1055 Budapest, Markó u. 29-31.

Kiadásért felel: Prof. dr. habil. Andor György PhD, rektor, egyetemi tanár

Felelős szerkesztő: dr. jur. Hámori Antal PhD, kutatócsoportvezető, egyetemi docens

Minden jog fenntartva, beleértve a bárminemű eljárással való sokszorosítás jogát is.

© Copyright: szerzők, szerkesztők, kiadó, 2025

Borítótervezés: Orlando Stúdió Kft. 1124 Budapest, Stromfeld Aurél út 27.

Nyomdai kivitelezés: Typonova Grafikai Kft. 1045 Budapest, Madridi u. 2.

ISBN (print): 978-615-6886-12-5

ISBN (online): 978-615-6886-13-2

DOI: 10.29180/978-615-6886-13-2

Budapest, 2025

Szerzők

dr. vet. **Barna Sarolta** elnöki megbízott, volt elnökhelyettes, Nébih

dr. habil., dr. jur. **Bencsik András** PhD, egyetemi docens, ELTE ÁJK KJT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Fazekas Judit** CSc, prodékán, egyetemi tanár, SZE DF ÁJK PJPET

Fekete-Frojimovics Zsófia PhD, tanszékvezető, egyetemi docens, BGE KVIK VT

dr. jur. **Filó Mihály** PhD, adjunktus, ELTE ÁJK BJT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Frivaldszky János** PhD, volt rektorhelyettes, tanszékvezető, egyetemi tanár, PPKE JÁK JBT

dr. univ. **Hamar Farkas** PhD, főiskolai docens, BGE KVIK KÜTT

dr. jur. **Hámori Antal** PhD, kutatócsoportvezető, egyetemi docens, BGE KVIK VT

dr. jur. **Hernádi Júlia** fogyasztóvédelmi irodavezető-helyettes, GVH FI

dr. habil. **Kasza Gyula** PhD, tanszékvezető, egyetemi docens, ÁTE AÉTT, programvezető, Nébih

dr. jur. **Koller Edit Mária** ny. főosztályvezető, PVKH FF

Prof. dr. habil., dr. jur. **Koltay András** PhD, prorektor, kutatóprofesszor, NKE ÁNTK TKT, egyetemi tanár, PPKE JÁK PJT, elnök, NMHH

dr. habil., dr. jur. **Lapsánszky András** PhD, tanszékvezető, egyetemi docens, SZE DF ÁJK KPJT, elnökhelyettes, NMHH

dr. silv., dr. jur. **Nagy Dániel** országos eutr erdészeti főfelügyelő, kamarai jogtanácsos, c. egyetemi docens, Nébih

dr. vet. **Nemes Imre** elnök, Nébih

Prof. dr. habil. **Neszmélyi György Iván** PhD, egyetemi tanár, MILTON NPT

Rigó Csaba Balázs elnök, GVH

Prof. dr. habil., dr. jur. **Sándor István** PhD, DSc, tanszékvezető, egyetemi tanár, ELTE ÁJK RJÖJT

Szabó Edit mb. oktató, BGE KKK MT

Szőke Andrea PhD, főiskolai docens, BGE KVIK GSZT, VT

dr. univ. **Totth Gedeon** CSc, főiskolai tanár, BGE KKK MT

dr. jur. **Varga József** PhD-hallgató, ELTE ÁJK BJT

dr. jur. **Veres Zoltán** PhD, mb. oktató, PPKE JÁK PJT, vármegyei jegyző, KEVÖ

Szakmai lektorok

Prof. dr. habil., dr. jur. **Árva Zsuzsanna** PhD, intézetvezető, tanszékvezető, egyetemi tanár, DE ÁJK KJT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Balázs István** CSc, egyetemi tanár, DE ÁJK KJT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Barta Judit** PhD, tanszékvezető, egyetemi tanár, ME ÁJK CTI KJT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Benke József** PhD, DSc, egyetemi tanár, PTE ÁJK PJT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Fézer Tamás** PhD, egyetemi tanár, DE ÁJK PJT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Gellén Klára** PhD, intézetvezető, egyetemi tanár, SZTE ÁJK ÜJI

Prof. dr. habil., dr. jur. **Gombos Katalin** PhD, tanszékvezető, egyetemi tanár, NKE ÁNTK EKMT

Prof. em. dr. habil., dr. univ. **Győri Zoltán** CSc, DSc, egyetemi tanár, tudományos tanácsadó, DE TTI, KÉKI

Prof. dr. habil., dr. univ. **Józsa László** CSc, egyetemi tanár, PE ÜGK VTI MT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Karsai Krisztina** PhD, DSc, intézetvezető, egyetemi tanár, SZTE ÁJK BTI

Prof. dr. habil., dr. univ. **Lentner Csaba** CSc, egyetemi tanár, NKE ÁNTK KKT

Prof. dr. habil., dr. jur. **Nagy Zoltán** PhD, egyetemi tanár, ME ÁJK AI PJT

Prof. em. dr. habil., dr. univ. **Reketttye Gábor** CSc, DSc, egyetemi tanár, PTE KTK MTI

Prof. em. dr. jur. **Vékás Lajos** CSc, DSc, az MTA rendes tagja, az MTA volt alelnöke, egyetemi tanár, ELTE ÁJK PJT

Angol nyelvi lektor

dr. univ. **Benke Eszter Éva** PhD, főiskolai tanár, BGE KVIK VT

Magyar nyelvi lektor

Pásztorné Dévény Ágnes PhD, ny. egyetemi docens, volt tanszékvezető-helyettes, tanszéki osztályvezető, BGE KVIK GSzT

Tartalomjegyzék

Vékás Lajos: Bevezetés	13
Lectori Salutem!	14
Rövidítések jegyzéke	15

Hámori Antal

I. Fejezet. A fogyasztói többletvédelem jelentősége, komplexitása, aktualitása	17
1. Bevezetés	17
2. A fogyasztói többletvédelem jelentősége	20
3. A fogyasztói többletvédelem komplexitása, sajátossága	22
4. Jogtárgyi heterogenitás, büntetőjogi, szabálysértési jogi jogtárgyak	27
5. Napjaink fogyasztóvédelmi jogalkotása, jogalkalmazása	29
6. Az Alaptörvény módosítása	38
7. Összefoglalás	38
8. Forrás- és irodalomjegyzék	40

Sándor István

II. Fejezet. A fogyasztóvédelmi jog történetének vázlata	60
1. Bevezetés	60
2. Kiindulási pont – mi a fogyasztóvédelmi jog?	61
2.1. A fogyasztóvédelem jogpolitikai háttere	61
2.2. A fogyasztóvédelmi jog	61
2.3. A fogyasztó	63
3. Történeti előzmények az egyes ókori jogokban	63
3.1. Egyiptom	64
3.2. Babilon	65
3.3. Az ókori görög jog	67
3.4. Az ókori római jog	69
4. Középkor	75
4.1. Kereskedelem a középkorban	75
4.2. Kereskedelmi jog a középkorban	76
4.3. A céhek szerepe	79
5. A fogyasztóvédelmi jog megjelenése	81
5.1. A kereskedelmi jog tudománya	81
5.2. A modern kereskedelmi jogi kodifikációk	83
5.3. A fogyasztóvédelmi jog megjelenése	85
5.4. Az EK fogyasztóvédelmi jogalkotása	86
5.5. A fogyasztóvédelem kialakulása és fejlődése Magyarországon	87
6. Összefoglalás	92
7. Forrás- és irodalomjegyzék	93

III. Fejezet. A jogi fogyasztóvédelem kialakulásának főbb esztörténeti előzményei, gazdasági-termelési körülményei és néhány aktuális elméleti kérdése	103
1. Bevezetés	104
2. Jogfilozófiai esztörténeti megfontolások a jogi fogyasztóvédelem kialakulása előtti, azt megalapozó főbb jogi szemléletekről	109
2.1. Klasszikus kor: a római jog számolt az adásvételi viszonyokban a megvezetéssel, de a <i>minorokat</i> védte ezek eseteiben	109
2.1.1. Eltérés a klasszikus római jogtól: a német pandektajog jheringi egoista olvasatának kötelmi jogi szemléletéről	109
2.1.2. A római jog számolt a felek ügyeskedő adásvételi gyakorlatával, ám azt nem tekintette az emberi természetből fakadó helyes magatartásnak	109
2.2. Aquinói Szent Tamás elméletében az adásvételi ügyletekben az egyenlőséget, a kölcsönös igazságosság szabta egyenértékűséget az igazságos ár fejezte ki – az ettől való jelentős eltérés erkölcsi bűn és jogtalanság	111
2.2.1. Aquinói Szent Tamás az adásvételi csalásokról és az uzsoráról írt érvelésének aktualitásáról a fogyasztóvédelmi kérdések megítélésével	111
2.2.2. Aquinói Szent Tamás dologközpontú kötelmi jogi szemléletének rövid bemutatása	111
2.2.3. Aquinói Szent Tamás az adásvétel kölcsönös igazságosságáról és az igazságos árról – alapvetések	113
2.3. A kiteljesedett német modern társadalomkép: Rudolf von Jhering módszertani egoizmusában a gyengébb alany érdeke a kötelemben a gazdaságilag potens érdekének rendelődik alá	114
3. A fogyasztók tömegeit érintő, a jogi fogyasztóvédelem irányait befolyásoló főbb piaci-gazdasági-termelési előzmények és körülmények	116
3.1. A tőzsdei határidős spekulációs ügyletek kiforgatják értelméből a teljes nemzetgazdaságot – a „papírosbúza” ügye	116
3.2. A fordista sorozatgyártás a legjövödelmezőbb tömegcikkeket gyártja a jóléti kapitalizmus jegyében nem tekintve a termelő és fogyasztó ember humánusát	120
3.3. Alfred P. Sloan termelésszervezési és menedzsment reformjai a tömegtermelés termékdiverzifikációjára	129
3.4. Túl az autógyártáson: a termékfejlesztés fogyasztókra szabása	130
4. A fogyasztóvédelmi jogok megszületése: John F. Kennedy programadó üzenete	130
5. A tulajdonképpen fogyasztói társadalom létrejötte – a fogyasztás mint életmód	131
6. Az MKKV szektor a speciális fogyasztói igények kielégítésére a piaci részeket keresi és szolgálja ki	132
7. Az EU-s piaci szemléletű fogyasztóvédelem a fogyasztó jól informáltságát és a fair kötelmi eljárást védi és nem az igazságos árat magát – a fogyasztó, aki	

dönt, lenne az erősebb gazdasági fél?	133
8. Visszatérés a kötelem klasszikus felfogásának kölcsönös igazságosságához kötött referenciájához	136
9. A fogyasztóvédelmi versenyjog ár-értékű összehasonlíthatóságát felváltja a komplex minőségi értékelés közösségisége	137
10. Visszatérés a személyköziséghez: az online fogyasztói közösségek lehetséges humanizáló hatása	138
11. A fogyasztó személyes vásárlási szokásaira szabott dinamikus árképzésben rejlő veszélyekről	140
12. A fogyasztók igényeire szabott szolgáltatások korában megmutatkoznak a közjogi fogyasztóvédelmi beavatkozások korlátai: vissza a klasszikus kötelmi szemlélethez?	142
13. Összefoglalás	157
14. Forrás- és irodalomjegyzék	160

Fazekas Judit

IV. Fejezet. A fogyasztóvédelem magánjogi keretei – a fogyasztói szerződések

sajátosságai	164
1. Bevezetés	164
2. A fogyasztói szerződés alanyai	165
3. A fogyasztói szerződések rendszere	166
4. A szerződési jog fogyasztóvédelmi szabályozásának sajátosságai	168
4.1. A fogyasztóvédelmi szabályozás kógens jellege	168
4.2. A fogyasztói jogokat csorbító szerződési kikötések semmissége	170
4.3. A fiduciárius hitelbiztosíték semmissége	171
4.4. A fogyasztó részére biztosított jogokról való lemondás semmissége	171
4.5. Alakísági követelmények	171
4.6. A fogyasztói szerződések értelmezési szabálya	172
4.7. A fogyasztóval szerződő felet terhelő szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség	173
4.8. A tájékoztatási kötelezettség megsértésének jogkövetkezményei	178
4.9. A vállalkozást terhelő bizonyítási kötelezettség	179
4.10. A fogyasztót megillető indokolás nélküli elállási és felmondási jog	180
4.11. Az elektronikus szerződéskötés szabályai	183
4.12. A nem kért értékesítés (inercia szerződés) jogkövetkezménye	184
4.13. A szerződéskötést követő telefonos kapcsolattartás	184
4.14. Többletösszegek fizetése	184
4.15. A fogyasztói jogok jogválasztással való kizárásának tilalma	185
5. Összefoglalás	186
6. Forrás- és irodalomjegyzék	187

V. Fejezet. A fogyasztóvédelem közjogi keretei, különös tekintettel az intézményi-szervezeti (át)alakulásra	190
1. Bevezetés	190
2. A kormányzati szerepkör terjedelme a fogyasztóvédelemben	191
3. A fogyasztóvédelmi igazgatás alakulása	193
3.1. A kezdetek: az Állami Kereskedelmi Felügyelet	193
3.2. Az önállósodás felé: az Állami Kereskedelmi Felügyelőség	194
3.3. A szervezeti önállóság relativizálódása: az Országos Kereskedelmi Felügyelőség	196
3.4. A piacgazdaság felé vezető úton: az Országos Kereskedelmi és Piaci Főfelügyelőség	196
3.5. Rendszerváltás a fogyasztóvédelemben: a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség	198
3.6. A fogyasztóvédelmi igazgatás a „kettős irányítás” időszakában	199
3.7. A fogyasztóvédelmi igazgatás átalakításának „végnapjai”	202
4. Az intézményrendszer átalakításának legutóbbi fejleményei	204
5. Összefoglalás	205
6. Forrás- és irodalomjegyzék	206

Koller Edit Mária – Hamar Farkas

VI. Fejezet. A kormányhivatal fogyasztóvédelmi szerepe, a fogyasztóvédelmi hatóság közgazdaságtani vonatkozásai	208
1. Bevezetés	209
2. A fővárosi és megyei kormányhivatalok létrehozása. A fogyasztóvédelmi felügyelőség, mint a kormányhivatal önálló feladat- és hatáskörrel rendelkező szakigazgatási szerve (2011. január 1. – 2015. március 31.)	211
2.1. A fogyasztóvédelem szervezetének alakulása a kormányhivatalok születésekor	211
2.1.1. A szervezeti változás alapja	211
2.1.2. A szervezeti változás kormányhivatali szemmel	212
2.2. Főbb irányvonalak a fogyasztóvédelemben	213
2.2.1. A fogyasztóvédelmi politika és vívmányai	213
2.2.2. A kitűzött célok megvalósítása	214
3. Belső integráció a kormányhivatalokban (2015. április 1. – 2016. december 31.)	215
3.1. A fogyasztóvédelmi szakterület belső integrációjának jelentése	215
3.2. Az előző szakaszban szerzett tapasztalatok hasznosulása a fogyasztóvédelmi politikában és a jogszabályokban	215
3.3. A változás hozadéka a kormányhivatali munkatársak munkájában	217
4. A központi hivatalok felülvizsgálata és a járási hivatalok megerősítése (2017. január 1. – 2020. február 29.)	217
4.1. Teljes átalakulás a fogyasztóvédelem szervezetrendszerében (is)	217

4.2. Fogyasztóvédelem fogyasztóvédelmi politika nélkül	220
4.3. Mi történt a gyakorlatban?	221
4.3.1. Szakmai irányítás NFH nélkül	221
4.3.2. A PMKH mint másodfokú hatóság	222
4.3.3. A kevesebb munka lehet több is?	226
5. 2020. március 1. napjától napjainkig	226
5.1. Vissza a megyéhez	226
5.2. A soron kívüli ellenőrzések és a szigorítások korszaka	227
5.3. A jelenlegi szakasz eddigi tapasztalatai és a 2024–2025. évi változások	229
5.3.1. Hol legyen a fogyasztóvédelem szakmai irányítása?	229
5.3.2. Milyen az élet másodfok nélkül?	230
5.3.3. A kettős irányítás velejárói	230
5.3.4. A 2024–2025. évi változások	231
6. A kormányhivatali rendszer fogyasztóvédelmi tevékenységének közgazdasági sajátosságai 2022–2023-ban	235
6.1. Kutatásmódszertan	235
6.2. Kutatási kérdés	235
6.3. A kutatás összegyűjtött adatai	236
6.4. Adatfeldolgozás, vizualizáció	238
6.5. A kutatási eredmények összegzése	241
6.6. A 2023. év változásai	242
6.7. A kutatás további lehetséges irányai	242
7. Összefoglalás	243
8. Forrás- és irodalomjegyzék	244

Veres Zoltán

VII. Fejezet. A pénzügyi fogyasztóvédelem alapjai. A szabályozás rendszere és az érvényesülés garanciái (intézményrendszer és fogyasztói jogok)	248
1. Bevezetés	249
2. A pénzügyi fogyasztóvédelem mibenlétéről és lehetséges tárgyköreiről. Elhatárolási kérdések és kapcsolódási pontok	249
2.1. Néhány általános alapvetés	249
2.2. A pénzügyi fogyasztóvédelem alapkérdései: a pénzügyi szektor fogalmáról, a lehetséges szabályozási tárgykörökről és jogági kapcsolatokról	251
2.2.1. A pénzügyi szektor fogalmáról	251
2.2.2. A pénzügyi fogyasztóvédelem szabályozási tárgykörei és kapcsolódó területei	252
3. A szabályozás rendszere	255
3.1. Európai uniós aktusok	255
3.2. Magyar jogszabályok	256
3.3. Jogalkalmazó szervek aktusai	256
3.3.1. Bírósági döntések	256
3.3.2. Felügyeleti aktusok	258

3.3.3. Egyéb szervek döntései	259
3.4. Soft law	259
4. A pénzügyi fogyasztóvédelem érvényesülésének garanciái: a fogyasztói jogok és a jogérvényesítési lehetőségek, különös tekintettel a tájékoztatáshoz való jogra és a megtévesztés tilalmára	260
4.1. A fogyasztók jogai általában és egyes pénzügyi jogviszonyokban	260
4.1.1. A fogyasztók jogai általában	260
4.1.2. A fogyasztók jogai és a pénzügyi fogyasztóvédelem	261
4.2. A tájékoztatáshoz való jog és a megtévesztés elleni védelem	262
4.2.1. Tájékoztatási szabályok az egyes pénzügyi piacokon	263
4.2.2. A megtévesztés elleni védelem	264
4.3. A pénzügyi fogyasztók rendelkezésére álló jogérvényesítési lehetőségek Magyarországon	265
5. A pénzügyi fogyasztóvédelem előtt álló egyes kihívásokról	266
5.1. Digitalizáció, digitális pénzügyi eszközök és szolgáltatások	267
5.1.1. A digitalizációról	267
5.1.2. Digitális pénzügyi eszközök, szolgáltatások	269
5.2. Új szereplők megjelenése: FinTech, BigTech cégek a pénzügyi piacokon ...	270
5.3. A közösségi finanszírozás, mint a FinTech-forradalom egyik sikertörténete ..	271
6. Összefoglalás	274
7. Forrás- és irodalomjegyzék	276

Lapsánszky András – Koltay András

VIII. Fejezet. Fogyasztói jogok és fogyasztóvédelmi garanciák az elektronikus hírközlési igazgatásban	283
1. Bevezetés	283
2. Az elektronikus hírközlésfelügyelet különös fogyasztóvédelmi eljárási lehetőségei	284
3. A tájékoztatási elemek kiemelt szerepe	287
3.1. Szerződéses dokumentumok és tájékoztatás a szerződéskötés során	287
3.2. Az előfizetői szerződéssel, tájékoztatással kapcsolatos formai követelmények	289
4. Fogyasztókat védő garanciák az elektronikus hírközlési jogviszonyban	291
4.1. A határozott idejű szerződés	291
4.2. Szerződésmódosítás	293
4.3. A szerződés megszűnése	294
4.4. Szolgáltatásminőség	296
4.5. Roaming szolgáltatások, számlasokk elleni védelem	298
4.6. Panaszkezelés	300
4.7. Emelt díjas szolgáltatások	302
5. Összefoglalás	304
6. Forrás- és irodalomjegyzék	304

IX. Fejezet. A GVH fogyasztóvédelmi tevékenysége az online térben, különös tekintettel a nagy technológiai óriások elleni eljárásokra	307
1. Bevezetés	307
2. A nagy technológiai óriások elleni fellépés jogszabályi háttere	308
3. A GVH versenyfelügyeleti eljárásai digitális szolgáltatást nyújtó óriásvállalatokkal szemben	310
3.1. Elégtelen, megtévesztő tájékoztatási gyakorlat	311
3.2. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok, sürgető üzenetek	314
3.3. Megtévesztő ingyenes állítás	316
3.4. Rejtett költségekkel befolyásolás	318
3.5. Célzott reklámozás, ingyenesség, adattal való fizetés dilemmái	319
4. Vizsgálat az online szálláshelyfoglalás és a szálláshely-szolgáltatás hazai piacán ..	320
5. Átfogó gyorsselelmzések	321
6. Piacselelmzés a mesterséges intelligencia hatásairól	323
7. Összefoglalás	324
8. Forrás- és irodalomjegyzék	326

X. Fejezet. Fogyasztóvédelem az élelmiszerláncban és a tűzifa-forgalmazásban – a Nébih tevékenysége	330
1. Bevezetés	330
2. A Nébih hatósági ellenőrzési rendszere	332
3. A Nébih minőségvizsgálatai	333
4. A Szupermenta – a Nébih termékteszt programja	333
5. Kettős minőség vizsgálatok	335
6. Kiváló minőségű élelmiszer védjegyrendszer (KMÉ)	339
7. Lakossági bejelentések, a „Zöldszám” és a közösségi média	342
8. A termékviSSzahívások nyilvánosságra hozatala	343
9. A közétkeztetés minősítőrendszere, a Minőségvezérelt Közétkeztetés Program ...	345
10. A Nébih oktatási tevékenysége	347
11. A faanyag terméklánc-felügyelete (EUTR)	348
12. Összefoglalás	350
13. Forrás- és irodalomjegyzék	351

XI. Fejezet. A gyermekekre gyakorolt reklámhatások fogyasztóvédelmi kérdései ..	354
1. Bevezetés	354
2. Gyermekek a fogyasztói társadalomban	355
3. A megváltozott reklámfogyasztás a legfiatalabb korcsoportokban	355
4. Gyermekek a reklámok célkeresztjében	357
5. Egészségügyi és pszichés kockázatok	359

6. A reklámetika és a kiskorúak. A marketingkommunikáció önszabályozása a gyermekek és fiatalkorúak vonatkozásában	359
7. A gyermekek és fiatalkorúak védelme hazai és nemzetközi példákban	362
8. Összefoglalás	363
9. Forrás- és irodalomjegyzék	364

Szőke Andrea – Fekete-Frojimovics Zsófia

XII. Fejezet. Paraszociális kapcsolatok influenszerekkel és fogyasztóvédelmi aspektusok, különös tekintettel a(z ön)szabályozás lehetőségeire	366
1. Bevezetés	366
2. Influenster marketing és paraszociális kapcsolatok	367
3. Nemzetközi és hazai szabályozások	370
4. Önszabályozási kísérletek: etikai irányelvek, magatartáskódexek	372
5. Összefoglalás	376
6. Forrás- és irodalomjegyzék	376

Filó Mihály – Varga József

XIII. Fejezet. A szabadság ára. A fogyasztók büntetőjogi védelme	380
1. Bevezetés	380
2. Matriális jogellenesség és fogyasztóvédelem	381
2.1. Franz von Liszt a szövethamisítási botrányról	381
2.2. Matriális jogellenesség és fogyasztóvédelem	381
3. Fogyasztóvédelem a hazai büntetőjogban	383
3.1. A „fogyasztóvédelmi büntetőjog” fogalma, kezdetei	383
3.2. A fogyasztóvédelem büntetőjogi aspektusainak megjelenése és fejlődése a hazai szabályozásban	384
3.2.1. A Csemegi-kódex	384
3.2.2. Az 1961. évi V. törvény	385
3.2.3. Az 1978. évi IV. törvénytől a hatályos magyar Büntető Törvénykönyvig	386
3.2.4. A hatályos szabályozás újításai	389
4. A fogyasztóvédelmi büntetőjog jövője	392
5. Összefoglalás	392
6. Forrás- és irodalomjegyzék	392

A fejezetek magyar és angol nyelvű összefoglalói – Summaries of the chapters in Hungarian and English	395
--	------------

Bevezetés

A tizenhárom fejezetből álló munkát minden megszorítás nélkül tekinthetjük a magyar fogyasztóvédelem és a fogyasztóvédelmi jog átfogó monográfiájának. A komplex megközelítést tükröző címet mind a történeti dimenziók részletes összefoglalása, mind a különböző jogi diszciplínákban megjelenő fogyasztóvédelmi szabályok átfogó kritikai-értékelő bemutatása miatt megérdemli ez a könyv.

A szerzők a magyar fogyasztóvédelmi jogot tárgyalják. Egyes kérdéseknél, különösen a ma már klasszikusnak tekinthető magánjogi témák kapcsán, utalnak a főbb külföldi kódexek megoldására is. Ismert ugyanakkor, hogy éppen a fogyasztóvédelem területén (mindenekelőtt a magánjogi fogyasztóvédelemben, de nemcsak ott) egységes európai uniós szabályok játsszák a főszerepet. A magánjogi szerződések világában az Európai Unió főleg az irányelvek eszközét alkalmazza, más területeken rendeleti jogalkotás egységesíti a tagállamok fogyasztóvédelmi jogát.

A könyv nemcsak átfogó jellege, hanem alapossága miatt is elismerést érdemel. Szinte hiánytalanul feldolgozza a magyar jogirodalmat és – ahol erre lehetőség kínálkozik – a bírói gyakorlatot is. Külön dicséretet érdemel a részletes, fejezetről fejezetre összefoglalást adó, magyar és angol nyelvű záró rész.

Mindezek alapján melegen ajánlom az Olvasónak a művet.

Budapest, 2025. március 1.

Vékás Lajos
professor emeritus,
az MTA rendes tagja

Lectori Salutem!

Tisztelettel és szeretettel köszöntjük az Olvasót!

A jelen könyvvel egy rendkívül gazdag körutazásra invitáljuk a fogyasztóvédelem művelőit, érdeklődőit. A tizenhárom fejezet betekintést nyújt e rendkívül aktuális, jelentős, komplex, mindenkit érintő területre, amely a jogalkalmazás, a jogalkotás, a tudományos kutatás és az oktatás, az elmélet és a gyakorlat számára is kamatoztatható. A jogtörténeti és a jogfilozófiai alapokat, vonatkozásokat is szem előtt tartva a jogágakon átívelő tárgykörünk alapvetően a magánjogi és a közjogi, az anyagi jogi és az eljárásjogi szabályozás és gyakorlat különböző aspektusait, reflexióit, aktualitásait – széleskörű forrásanyaggal, szakirodalmi apparátussal – fogja át. Ennek keretében többek között foglalkozunk a fogyasztói többletvédelem kérdéseivel, dilemmáival, jogalkotási és jogalkalmazási problémáival, a fogyasztói szerződések sajátosságaival, a napjainkban sem szűnő intenzív intézményi-szervezeti változásokkal, a pénzügyi fogyasztóvédelemmel, az elektronikus hírközlési igazgatással, a versenyjogi fejleményekkel, az élelmiszerlánc-biztonsággal, a gyermekekre gyakorolt reklámhatásokkal, az influenszer marketinggel, a paraszociális kapcsolatokkal és a fogyasztók büntetőjogi védelmével.

E könyv mozgatórugója a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetemen 2022. szeptember 19-én létrejött egyetemközi Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport¹ keretében kibontakozó szellemi alkotói közösség, amely a bő két év alatt öt tudományos konferenciát is rendezett (2022. október 26-án, 2023. március 22-én, 2023. október 25-én, 2024. május 29-én, 2025. január 29-én).² A negyedik konferencia a formálódó fejezetek szakmai, tudományos közönség bevonásával történő tárgyalását tűzte ki célul.³ A hatodik konferencia időpontja 2025. május 28. napja. Az összeférhetetlenségi szabályok megfelelő betartására is gondosan ügyelve az elkészült fejezetek külön-külön is, kölcsönösen anonim szakmai és nyelvi lektorálási folyamaton mentek keresztül. Lektoraink áldozatos, önzetlen szolgálatát, amely által e könyv tovább gazdagodhatott, ezúton is hálásan köszönjük. Külön köszönjük Vékás Lajos professzor úrnak a teljes könyvre kiterjedő, áldozatos, önzetlen lektori szolgálatát és a könyv elején szereplő Bevezetését. Köszönöm Szerző- és Szerkesztőtársaimnak, valamint a Kiadónak, hogy e mű létrejött. Szívből reméljük, hogy könyvünk minden Olvasó javára válik!

Budapest, 2025. március 3.

Hámori Antal

¹ Ld. Hámori, A. (2023). Fogyasztóvédelmi oktatás a Budapesti Gazdasági Egyetemen. *Multidiszciplináris Kihívások Sokszínű Válaszok*, (1ksz), 39-65.; <https://uni-bge.hu/hu/kvik/fogyasztovedelmi-kutatocsoport>.

² Ld. pl. Veres, Z. (2023). Fogyasztóvédelmi aktualitások – interdiszciplináris megközelítésben. *Iustum Aequum Salutare*, 19(1), 203-206.; Veres, Z. (2023). Beszámoló a Budapesti Gazdasági Egyetemen működő Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport „II. Fogyasztóvédelmi aktualitások” című konferenciájáról. *Jogelméleti Szemle*, 24(2), 121-124.; Hámori, A. & Veres, Z. (2024). Fókuszban a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma – Beszámoló a BGE Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport III. tudományos konferenciájáról. *Jog – Állam – Politika*, 15(1), 211-214.

³ Ld. Veres, Z. & Hámori, A. (2025). IV. Fogyasztóvédelmi aktualitások című konferencia a Budapesti Gazdasági Egyetemen. *De iurisprudentia et iure publico*, 16(1). Az ötödik konferenciához ld. Veres, Z. & Velegi, D. (2025). A termékbiztonság aktuális kérdései. Beszámoló a BGE KVIK Fogyasztóvédelmi Kutatócsoportjának tudományos konferenciájáról. *Jura*, 31.

Rövidítések jegyzéke

Alaptörvény	Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.)
Ákr.	2016. évi CL. törvény az általános közigazgatási rendtartásról
ÁSZF	általános szerződési feltétel
BFKH	Budapest Főváros Kormányhivatala
Bit.	2014. évi LXXXVIII. törvény a biztosítási tevékenységről
Bszt.	2007. évi CXXXVIII. törvény a befektetési vállalkozásokról és az árutőzsdei szolgáltatókról, valamint az általuk végezhető tevékenységek szabályairól
Btk.	2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről
EGK	Európai Gazdasági Közösség
Eht.	2003. évi C. törvény az elektronikus hírközlésről
EK	Európai Közösség(ek)
Eszr.	22/2020. (XII. 21.) NMHH rendelet az elektronikus hírközlési előfizetői szerződések részletes szabályairól
EUMSZ	Az Európai Unió működéséről szóló szerződés
Eüsztv.	2015. évi CCXXII. törvény az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól
Éltv.	2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről
FEOSZ	Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége
Fgytv.	1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről
Fht.	2009. évi CLXII. törvény a fogyasztónak nyújtott hitelről
Fttv.	2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról
Grt.	2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól
GVH	Gazdasági Versenyhivatal
Hpt. (új)	2013. évi CCXXXVII. törvény a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról
Hpt. (rég)	1996. évi CXII. törvény a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról
ICsSzEM	Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium
IM	Igazságügyi Minisztérium
ITM	Innovációs és Technológiai Minisztérium
KERMI	Kereskedelmi Minőségellenőrző Intézetet
Kertv.	2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről
Ket.	2004. évi CXL. törvény a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól
Kit.	2018. évi CXXV. törvény a kormányzati igazgatásról.
KSH	Központi Statisztikai Hivatal
Ksztv.	2010. évi XLIII. törvény a központi államigazgatási szervekről, valamint a Kormány tagjai és az államtitkárok jogállásáról.
KTM	Közigazgatási és Területfejlesztési Minisztérium
MNB	Magyar Nemzeti Bank

MNB tv.	2013. évi CXXXIX. törvény a Magyar Nemzeti Bankról
MRSZ	Magyar Reklámszövetség
Nébih	Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal
NFH	Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság
NFM	Nemzeti Fejlesztési Minisztérium
NGM	Nemzetgazdasági Minisztérium
NKFIH	Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság
NMHH	Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság
ÖRT	Önszabályozó Reklámtestület
Panasztv. (rég)	2013. évi CLXV. törvény a panaszokról és a közérdekű bejelentésekről
Panasztv. (új)	2023. évi XXV. törvény a panaszokról, a közérdekű bejelentésekről, valamint a visszaélések bejelentésével összefüggő szabályokról
PBT	Pénzügyi Békéltető Testület
Pftv.	2012. évi LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről
PMKH	Pest Megyei Kormányhivatal
Pp.	2016. évi CXXX. törvény a polgári perrendtartásról
PSZÁF	Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete
Ptk.	2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről
PVKH	Pest Vármegyei Kormányhivatal
Szabs. tv.	2012. évi II. törvény a szabálysértésekről, a szabálysértési eljárásról és a szabálysértési nyilvántartási rendszerről
Sztv.	2012. évi XLI. törvény a személyszállítási szolgáltatásokról
Tpt.	2001. évi CXX. törvény a tőkepiacról
Tpvt.	1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról
Vtv. (Vkt.)	2005. évi CLXXXIII. törvény a vasúti közlekedésről

I. Fejezet. A fogyasztói többletvédelem jelentősége, komplexitása, aktualitása

1. Bevezetés
2. A fogyasztói többletvédelem jelentősége
3. A fogyasztói többletvédelem komplexitása, sajátossága
4. Jogtárgyi heterogenitás, büntetőjogi, szabálysértési jogi jogtárgyak
5. Napjaink fogyasztóvédelmi jogalkotása, jogalkalmazása
6. Az Alaptörvény módosítása
7. Összefoglalás
8. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A jelen bevezető fejezetben rá szeretnénk mutatni az ún. fogyasztóvédelmi jog fogalmi tartalmának lényegére, amely szerint egyre inkább egyfajta – fogyasztó és vállalkozás közötti (pl. fogyasztói szerződés⁴ szerinti) jogviszony esetén megjelenő – többletvédelmi joganyagról van szó, és amelynek jelentősége az egymásnak feszülő ellentétes gazdasági, politikai és egyéb érdekek küzdelmében megítélésünk szerint akkor sem maradéktalanul egyértelmű, ha az bizonyos vélemények értelmében „a nyugati társadalmakban mára olyan paradigmává vált, amelyet sem a jogalkotás, sem a jogalkalmazás szintjén nem szükséges bizonyítani”.⁵ Véleményünk, tapasztalataink szerint e „jelentőség” – közelebről, mélyebben szemügyre véve – a jogalkotás és a jogalkalmazás, vagy éppen a jogtudomány és az oktatás körében is meglehetősen széles és változékony, nem mindig mértékletes, arányos, megfelelő (visszalépésekről is tanúskodó) „skálán” mozog (olykor, mintha – a jogalkotás és a jogalkalmazás szintjén is – inkább pusztán „politikai” szövegek lennének, és valamilyen, jogtörténetileg is nyomot hagyó tragédia bekövetkezése, illetve sok éves, több évtizedes erőfeszítések, bizonyítások kapcsán lépnének előre), a vállalkozásoknak a fogyasztók sérelmére elkövetett jogsértéseiről nem is beszélve (az alábbiakban szereplő példákkal többek között ezekre is fel kívánjuk hívni a figyelmet).⁶

Mindjárt e mű elején egybeként arra is gondolhatunk, hogy az Alaptörvényben a fogyasztók jogainak védelme az Alapvetés részben szerepel, nem pedig a Szabadság és felelősség című alapjogi fejezetben.⁷ Továbbá, fontos kiemelni, hogy a fogyasztók és a

⁴ Ld. pl. a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 1. § (1) bekezdés; Fazekas, jelen könyv IV. Fejezet.

⁵ 2025. január 6. napján kelt lektori vélemény 1. o.

⁶ Vö. pl. 23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet a zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről [1. § (1) bekezdés a)-b) pont (csak 300, ill. 1000 fő felett)] a „West-Balkán”-tragédia kapcsán; 280/2024. (IX. 30.) Korm. rendelet a településrendezési és építési követelmények alapszabályzatáról 5. § 167-168. pont.

⁷ Ld. Alaptörvény M) cikk (2) bekezdés második mondat. Vö. pl. 8/2014. (III. 20.) AB határozat (ld. pl. Indokolás [57]–[59], [61]–[64], [67]–[68], [75]), 3175/2013. (X. 9.) AB határozat, 1270/B/1997. AB határozat (2000. május 8.); Bencsik, 2013, pp. 21-31.; Hámori, 2017a, pp. 15-22.; Kis, 2025.

vállalkozási oldal szereplői általában nem jogászok, és a jogászok többsége sem a fogyasztóvédelmi joggal foglalkozik. Mindazonáltal a fogyasztóvédelmi jogászok is szembesülhetnek kihívásokkal, például a pénzügyi fogyasztóvédelmi jog területén. Tehát azt, hogy valójában mennyire, milyen körben, milyen szempontból jelentős és ismert a szóban forgó téma, nézetünk szerint, különböző okokból kell vizsgálni.⁸ E körben azt sem tartjuk szem előtt tévesztendőnek, hogy különösen a szabálysértési jogban és a büntetőjogban definitíve nem találkozunk az említett – fogyasztó és vállalkozás közötti jogviszony szerinti – többletvédelemmel, ugyanakkor meglehetősen nagyfokú jogtárgyi heterogenitás jellemző, amely tekintetben a fogyasztók érdekei is megjelennek, azaz a fogyasztóvédelmi jog e szabályanyagra is kiterjed (ld. pl. fogyasztóvédelmi büntetőjogról, illetve büntetőjogi fogyasztóvédelemről is beszélünk⁹), ezért erre, jelen könyvünk által is érzékelhetően komplex jogterületünk sajátos és képlekeny voltát ugyancsak megjelenítendő, külön pontban is kitérünk.

A jelen fejezetben foglaltak alapján is látható, hogy különösen az utóbbi években igen jelentős fogyasztóvédelmi jogalkotói lépések történtek; olyan intézkedésekre is sor került, amelyekre hosszú és küzdelmes évek óta vártunk. Meglátásunk szerint azonban napjaink körülményei között is bőven maradtak még releváns teendők. A hivatkozott alkotmánybíróági határozatok tartalmára és az érintett problémákra is tekintettel úgy ítéljük meg, hogy igen jelentős, alapvető fogyasztóvédelmi változást eredményezhetne a fogyasztói jogok alkotmányjogi értelemben vett alapjogi megjelenítése. Ezért a fogyasztói többletvédelem alábbiak szerinti szakirodalommal is alátámasztott jelentőségének, komplexitásának, sajátosságának, a jogtárgyi heterogenitás, napjaink fogyasztóvédelmi jogalkotásának és jogalkalmazásának kereteink közötti felvillantását követően ezirányú, szövegszerű indokolással ellátott *de lege ferenda* javaslatot is teszünk.

⁸ Vö. pl. még mindig küzdeni kell azért, hogy a fogyasztók a bankokból díj- és költségmentesen juthassanak hozzá a nettó munkabérükhöz, miközben a munkáltatók a nettó munkabéreket – igen széles körben – kizárólag a bankokon keresztül juttatják el a munkavállalókhoz, akiknek emiatt kellett annak idején fogyasztóként szerződéses jogviszonyt létesíteniük a bankokkal, vagyis emberek milliói nem jutnak hozzá a nettó munkabérük teljes összegéhez, ami álláspontunk szerint elfogadhatatlan, tarthatatlan; az Országgyűlésben „[a]z átlagkeresetig történő ingyenes bankolás megteremtéséről szóló H/9618. számú határozati javaslat (Döntés képviselői önálló indítvány tárgysorozatba vételéről)” nem került elfogadásra, „a bizottság nem támogatta a tárgysorozatba vételt” [ld. az Országgyűlés Gazdasági Bizottságának 2024. november 12-én, kedden, 9 óra 33 perckor az Országház Tisza Kálmán termében (főemelet 37.) megtartott üléséről készült jegyzőkönyv, Ikt. sz.: GAB-42/38-5/2024., GAB-14/2024. sz. ülés (GAB-56/2022-2026. sz. ülés), 64-66. o. (<https://www.parlament.hu/documents/static/biz42/bizjvk42/GAB/2411121.pdf>)], és a jelen kézirat lezárásáig „a 250 ezer forintos ingyenes készpénzfelvételi határra” tett, „ellenszavazat és tartózkodás nélkül egyhangú határozat”-tal elfogadott fogyasztóvédelmi albizottsági javaslat [ld. az Országgyűlés Gazdasági Bizottsága Fogyasztóvédelmi Albizottságának 2024. október 29-én, kedden, 9 órakor az Országház Tisza Kálmán termében (főemelet 37.) megtartott üléséről készült jegyzőkönyv, Ikt. sz.: GAB-42/34-3/2024/FV, FV-2/2024. sz. ülés (FV-5/2022-2026. sz. ülés), 5-9. o. (<https://www.parlament.hu/documents/static/biz42/bizjvk42/GAB/A546/2410291.pdf>; a jegyzőkönyv 9-16. oldalain szereplő, aktuális problémáról szóló napirendi pont: „Eszmecsere az üdülési jogok piacán tapasztalható anomáliák visszaszorításának lehetőségeiről”]] sem került a Gazdasági Bizottság napirendjére; reméljük, hogy – kellően érzékelve a fogyasztóvédelem és a munkavállalóvédelem jelentőségét – legalább az albizottsági javaslat mielőbbi támogatásra, elfogadásra kerül.

⁹ Ld. pl. Filő & Varga, jelen könyv XIII. Fejezet; Karsai, 2008, 2011.

Fontosnak ítéljük tehát a fogyasztóvédelem jelentőségének kellő megvilágítását, reflektorfénybe kerülését, hangsúlyozását a jogalkotásban, jogalkalmazásban, jogtudományban, szakirodalomban és oktatásban egyaránt. Törekedtünk arra, hogy megfelelően kielégítsük a fogyasztóvédelem iránt érdeklődők, az oktatók, a kutatók igényeit a releváns források és szakirodalom tekintetében, ezért erre is igyekeztünk mértékkel figyelmet fordítani.

A tárgyunk lényegi magvát illetően, bevezetésként kiemeljük: a különböző szintű és ágú fogyasztói többletvédelem napjaink összetett, jogilag is egyre inkább átszőtt, rohamosan változó világában leginkább a „fogyasztó” és „vállalkozás”¹⁰ közötti, nem feltétlenül kontraktuális jogviszonyok körében jelenik meg,¹¹ lévén, ez az oltalom az általános szabályozáshoz képest akkor és annyiban lehet indokolt, illetve szükséges – akár alkotmányjogilag is releváns módon –, amikor és amennyiben a „fogyasztó” jogilag absztrahálható értelemben a jogviszony másik alanyával szemben – ténylegesen, a(z) egyébként – jogilag – horizontális) jogviszony (aszimmetrikus) természetéből adódóan – hátrányos helyzetben van.¹² Erről a relációról van szó, ha a másik jogalany „vállalkozás”, ilyenkor – az említettek szerint – a fogyasztói relatív ismerethiány, egyensúlytalanság, az aszimmetrikus szituáció fennáll. Az akár több száz oldal terjedelmű általános szerződési feltételekkel tüzdelte, üzlet-helyiségen kívüli, távollévők közötti, elektronikus, online, digitális, megtévesztő, agresszív térben a helyzet jelentősen fokozódik, amely – főként a rendkívül bonyolult pénzügyi szektorban¹³ – további reflexiót kíván. Az életkoruknál, egészségi állapotuknál fogva is kiszolgáltatott fogyasztók esetében e védelem fokozott mértékben indokolt.¹⁴ Mindehhez például – a szükséges etikai alapok mellett – a szociológiai, a pszichológiai, az élelmiszer- és táplálkozástudományi, a történelemtudományi, valamint a közgazdaságtani ismeretek is hathatós segítségül szolgálhatnak a jogalkotásban, a jogalkalmazásban és a jogtudományban egyaránt.¹⁵

Figyelemre méltó, hogy fogyasztóvédelmi jogi művekben a témához kapcsolódó bibliai szövegek is gyakran előfordulnak, például Fazekas Judit, Osztoivits András, Sándor István tollából: *„Ne legyetek igazságtalanok az ítékezésben, a hossz mérték, a súly mérték és az űrmérték használatában. Legyen hiteles a mérleged, hiteles a súlyod, hiteles a mértéked, hiteles a vékád. [...]” (Lev 19,35-36¹⁶)*¹⁷ *„Zsákodban ne legyen kétféle súly, egy nehezebb és egy könnyebb. Házadban ne tarts kétféle űrmértéket, egy nagyobbat és egy kisebbet. Hibátlan és pontos legyen a súlyod, hibátlan és pontos legyen az űrmértéked, hogy sokáig élj azon a földön, amelyet az Úr, a te Istened ad neked. Mert utálat tárgya az Úr, a te Istened szemében, aki ilyet tesz, aki csal.” (MTörv 25,13-16¹⁸)*¹⁹

¹⁰ Ld. pl. Ptk. 8:1. § (1) bekezdés 3-4. pont.

¹¹ Ld. pl. Fgytv. 1. § (1) bekezdés; Ptk. 6:168-6:170. §, 6:550-6:559. §.

¹² Ld. pl. Hámori, 2022b, 2015a, 2015b.

¹³ Ld. pl. Veres, jelen könyv VII. Fejezet.

¹⁴ Vö. pl. Totth & Szabó, jelen könyv XI. Fejezet; Szőke & Fekete-Frojimovics, jelen könyv XII. Fejezet.

¹⁵ Ld. pl. Balogh, 2023; Berki-Süle & Hlédik, 2019.

¹⁶ Biblia, p. 126.

¹⁷ Ld. pl. Fazekas, J., 2007, p. 19., 2004, p. 11., 2001, p. 11., 1995, p. 34.; Hámori, 2017a, p. 3., 2014, p. 3., 2007a, p. 4.; Osztoivits, 2006, p. 7.; Sándor, jelen könyv II. Fejezet.

¹⁸ Biblia, p. 202.

¹⁹ Ld. pl. Hámori, 2017a, p. 206., 2014, p. 136., 2007a, p. 126.

2. A fogyasztói többletvédelem jelentősége

A fogyasztói többletvédelem, a fogyasztóvédelmi jog jelentőségét jól mutatja, hogy mindenki fogyasztó; életünk, egészségünk, testi épségünk, anyagi jólétünk is forog kockán; és ez az összetett, viszonylag új, gyakran módosuló, bővülő jogterület, amelyet Lábady Tamás (1944–2017)²⁰ megfogalmazásával élve a világban „tornádóként” végigsöprőnek²¹ nevezhetünk, a vállalkozásokat is érzékenyen érinti. E terület megfelelő oktatása nagymértékben hozzájárulhat a vállalkozások és minden ember tisztességes, a nyereségesség szempontjából sem elhanyagolható bírságmentes tevékenységéhez és boldogságához.²²

A fogyasztók nap mint nap kerülnek hátrányos, sőt, olykor nagyon méltatlan helyzetbe a vállalkozásokkal szemben, és persze sem ők, sem a hatóságok,²³ sem a bíróságok²⁴ nem

²⁰ Ld. <https://jak.ppke.hu/i-m-labady-tamas> (letöltés: pl. 2024.10.08.).

²¹ Ld. Lábady, 2007a, p. 7.; Hámori, 2014, p. 15.

²² Ld. pl. Agg, 2001; Buzás & Hámori, 2005; Fazekas, 2016a; Hámori, 2022b, 2016a, 2016b, 2013a, 2012a, 2012b, 2011, 2009a, 2009b, 2001a, 2001b; Lábady, 2014, 2007; Papp, 2011; Pázmándi, 2020; Szabó, 2017; Szendrő, 2020; Traub, 1995; Vékás, 2002; Vida, 1999.

²³ Ld. pl. Hámori, 2019a, 2018-2019, 2011 [a véleményem szerint a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól szóló 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet 5. §-a, az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet 7. §-a tekintetében, ld. pl. Kúria Kfv.II.37.507/2015/3. sz. ítélet (2016. február 3.), EBH2007. 1744. (LB Kfv.37.027/2007/4.), BH2008. 257. (LB Kfv.37.206/2007/5.)].

²⁴ Ld. pl. Hámori, 2011 [a véleményem szerint a 151/2003. (IX. 22.) Korm. r. 7. §-a tekintetében, ld. pl. Kúria Kfv.II.37.507/2015/3. sz. ítélet [2016. február 3., a Kúria a Hámori, 2011-ben foglalt érvek és az indokolási kötelezettsége – ld. pl. Alaptörvény XXVIII. cikk (1) bekezdés (és alkotmánybírósági gyakorlata) – ellenére nem indokolja meg azt az álláspontját, miszerint a kicserélés kötelezettsége az „azonnal” történő kicserélést jelenti, a vállalkozás „köteles a hibás árut előzetes vizsgálat nélkül azonnal kicserélni”, a Hámori, 2011-ben részletesen kifejtett álláspontom szerint a Korm. r. 7. §-a ilyen kötelezettséget nem foglal magában, miként az „azonnal” szó nem is szerepel e 7. §-ban, a Korm. r. 7. §-ának vállalkozással szembeni fogyasztói többletvédelme az, ami abban olvasható, és nem több, azaz az, hogy a vállalkozás az abban foglaltak szerint nem hivatkozhat „aránytalan többletköltségre”, a Korm. r. 7. §-ában szó sincs vállalkozási teljesítési határidőről, tehát a 19/2014. (IV. 29.) NGM r. 5. §-a – korábban a fogyasztói szerződés keretében érvényesített szavatossági és jótállási igények intézéséről szóló 49/2003. (VII. 30.) GKM rendelet 4. § (2) bekezdése – szerinti határidő (volt) alkalmazandó], EBH2007. 1744. (LB Kfv.III.37.027/2007/4.), BH2008. 257. (LB Kfv.IV.37.206/2007/5.) – megítélésem szerint a fogyasztóvédelmi hatóság és a bíróság (élén a Kúriával) a vállalkozások sérelmére *contra legem* és *contra constitutionem* fogyasztóvédelmi gyakorlatot folytat, ezért az megszüntetendő; a Kfv.II.37.851/2014/7. sz. kúriai ítélet (2015. május 6.) indokolása szerint *in concreto* a Korm. r. 7. §-a körébe tartozó esetről van szó („a fogyasztó” „a minőségi kifogását a három munkanapos határidőn belül előterjesztette”), és „a felperesnek a GKM. r. 4. § (2) bekezdése alapján az ott meghatározott, legfeljebb 15 napos határidőben [azaz nem azonnal] kellett volna törekednie a fogyasztó igényének megfelelően a készülék kicserélésére”, „a Kúria bizonyítottan tekintette, hogy a felperes a 2012. december 27-én felvett jegyzőkönyvhöz képest a jótállási igényt nem a GKM. r. 4. § (2) bekezdése szerinti határidőben intézte, nem az előírt határidőben törekedett annak elintézésére”; érdemes megemlíteni, a Kfv.II.37.507/2015/3. sz. ítélet (2016. február 3.) bírái: Buzinkay Zoltán tanácselnök, Márton Gizella előadó bírő, Rothermel Erika bírő; a Kfv.II.37.851/2014/7. sz. ítélet (2015. május 6.) bírái: Buzinkay Zoltán tanácselnök, Márton Gizella előadó bírő, Tóth Kincső bírő}. A 151/2003. (IX. 22.) Korm. r. 7. §-a szerinti akadályozás hiányához – a polgári perek köréből – ld. pl. Kúria Pfv.VII.20.429/2010/7. sz. ítélet (2010. április 15.), amely szerint a kicserélés aránytalansága is fennáll [e kúriai ítélet indokolása – a kúriai tanács álláspontjaként – tartalmazza: „A Ptk. 306. § (1) bekezdés a) pontjában foglalt, az 1999/44/EK irányelvvel összhangban álló szabályozás

járnak el mindig megfelelően. A fogyasztói többletvédelem jogi regulációja is áthatja mindennapi életünket. A fogyasztó és vállalkozás közötti szerződések száma kiemelkedik a kontraktusok nem ritkán nehezen átlátható sokaságából.²⁵

A *de facto* hátrányos helyzetben lévő, a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körén kívül eljáró félnek (természetes személynek) az előnyös pozícióval bíró, jogi értelemben vett hozzáértő (szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körében eljáró) jogalannyal szembeni fokozott oltalma, támogatása kiemelten figyelemre méltó, mert az igazság, az igazságosság és a méltányosság, a jó erkölcs és a jog²⁶ ezt követeli meg: a rászorulótt ekként védeni, segíteni kell.²⁷ Ennek megfelelően, nagyon fontos és aktuális a fogyasztóvédelmi ismeretek különböző szintű, alap-, közép- és felsőfokú, illetőleg egyéb, iskolarendszeren kívüli, élethosszig tartó oktatása, amelyre például az egyetemek és más oktatási intézmények mellett a kormányzatok is – időnként némileg változatos és hiányos képpel – kiemelt figyelmet fordítanak.²⁸

ugyanis éppen azt kívánja biztosítani, hogy a kijavításra általában nagy értékű, a kicserélésre pedig viszonylag kisebb értékű dolgok esetében kerüljön sor.”].

²⁵ Ld. pl. Hámori, 2022b.

²⁶ Ld. pl. Diós, 2000, pp. 861–863.; a német Recht (jog) gyökere a richtig (igaz), a magyar „jog” szó pedig a „jó” szóból ered.

²⁷ Ld. pl. Hámori, 2022b, 2017a, 2016b, 2016c, 2015a, 2015b.

²⁸ Ld. pl. Fgytv. 17. § (1)–(5) bekezdés (vö. pl. EUMSZ 12. és 169. cikk, EU Alapjogi Charta 38. cikk: „Az Unió politikáiban biztosítani kell a fogyasztók védelmének magas szintjét.”), 17/D. § (1)–(6), (8)–(10), (12a), (14)–(15), (17) bekezdés, 18. § (6)–(6c) bekezdés, 44. § (1) bekezdés a) és c) pont, 1. melléklet; a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet (2024. december 31. napjáig hatályos) 5. § (1) bekezdés, (4) bekezdés g) pont; Európai Bizottság, *Új fogyasztóügyi stratégia. A fogyasztói reziliencia erősítése a fenntartható helyreállítás érdekében* című, huszonkettő intézkedést magában foglaló, 2020. november 13-i közleménye (COM(2020) 696 final); Innovációs és Technológiai Minisztérium, *Fogyasztóvédelmi szakmapolitikai program*, 2021, 110; a fogyasztóvédelmi politikáról szóló 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat; Buzás & Hámori, 2005; Hamar & Hámori, 2016; Hámori, 2023b, 2022b, 2021, 2017a, pp. 12–14, 2016a, 2016b, 2001a, 2001b. A fogyasztóvédelmi politika koncepciójáról szóló 1036/1999. (IV. 21.) Korm. határozat az 1999–2002. közötti időszak középtávú fogyasztóvédelmi politika céljai között – az információhoz jutás biztosítása érdekében – megemlítette a fogyasztói oktatás kiteljesedését, megszervezését; a prioritások között pedig rögzítve volt, hogy a fogyasztók fogyasztóvédelmi oktatásának a célok figyelembevételével az eddigieknél nagyobb súlyt kell adni az alsó- és középfokú oktatásban, valamint a felsőoktatásban. A kormányhatározat a fogyasztóvédelmi politikai célok érdekében végrehajtandó feladatok között – az oktatási miniszter felelősségi körében – szerepeltette: a fogyasztói oktatás szervezése, kiteljesedése érdekében a) a fogyasztói jogok oktatását a Nemzeti Alaptantervbe, illetve az abból készülő kerettantervekbe, valamint a pedagógusképzés, illetve -továbbképzés tananyagaiba be kell építeni; a felsőoktatási intézményekben pedig ajánlással kell kezdeményezni a fogyasztóvédelmi oktatás beindítását (határidő: 2000. szeptember 1.); b) az alsó- és középfokú, valamint a felsőfokú oktatásban a fogyasztóvédelmi oktatás megszervezésére, tananyagok készítésére és az oktatók képzésére programot kell készíteni (határidő: 1999. december 31.). A II. középtávú, 2003–2006-ig szóló fogyasztóvédelmi politikáról szóló 1012/2003. (II. 25.) Korm. határozat 1. pontja alapján a II. középtávú fogyasztóvédelmi politika megvalósítását szolgáló, a határozat mellékletét képező feladatterv végrehajtása során kiemelt figyelmet kellett fordítani a fogyasztóvédelmi oktatás EU konform továbbfejlesztésére is. A feladattervben – egyebek mellett – szerepelt, hogy a felsőoktatásban gondoskodni kell a képesítési követelmények átdolgozásakor a szakcsoportoknak megfelelő fogyasztóvédelmi ismeretek képzési programba illesztéséről, valamint a fogyasztóvédelem témakörében szakirányú továbbképzési kurzusok intézményi meghirdetéséről; a megfelelő színvonalú oktatás érdekében az egyes képzési irányoknak megfelelő tananyagok elkészítéséről és kiadásáról kell gondoskodni, amelyhez a pénzügyi feltételeket is meg

3. A fogyasztói többletvédelem komplexitása, sajátossága

A fogyasztóvédelem alkotmány-, magán-, kereskedelmi, verseny-, reklám-, közigazgatási, pénzügyi, szabálysértési, büntetőjogi, anyagi és eljárásjogi szabályozása, egyesületi, civil szervezeti, helyi önkormányzati, békéltető testületi, pénzügyi békéltető testületi, hatósági, ügyészségi, bírósági, alkotmánybírósági gyakorlata, jogtudományi és egyéb irodalma, európai uniós és nemzetközi vonatkozásaival – hatalmasra duzzadó mértékével – rávilágít e terrénra, hazánk számára is különösen az európai uniós, jogtörténetileg is bizonyítottan nem előzmények nélküli integráció által és nyomán növekvő, kiemelkedő, rendkívül jelentős szerepére.²⁹ E komplexitást jelen könyv is szimbolizálni hivatott.

kell teremteni. A III. középtávú fogyasztóvédelmi politika megvalósítására irányuló, 2007–2010 közötti időszakra szóló cselekvési program végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozat II. pontjának 7. alpontja „a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatásban történő hangsúlyosabb megjelenése érdekében” kimondta: „7.1. a Nemzeti Alaptanterv (NAT) felülvizsgálata során a fogyasztóvédelmi ismeretek specialitásuknak megfelelően az egyes műveltségi területekbe kerüljenek beépítésre, [...] Határidő: 2007. június 30. 7.2. támogatni kell az alap- és középfokú intézmények pedagógusai fogyasztóvédelmi tárgyú továbbképzését, [...] Határidő: folyamatos 7.3. támogatni kell a fogyasztóvédelmi szakirányú továbbképzés tananyagának kidolgozását és a Magyar Felsőoktatási Akkreditációs Bizottság általi elfogadtatását, ennek céljából közös pályázatot kell meghirdetni, [...] Határidő: 2008. március 31. 7.4. az Országos Képzési Jegyzékben (OKJ) szereplő szakképesítések szakmai és vizsgakövetelményeinek felülvizsgálata során figyelembe kell venni az adott szakmához kapcsolódó fogyasztóvédelmi ismereteket; [...] Határidő: 2008. március 31., ezt követően folyamatos”. Magyarország IV. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2014-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 1011/2012. (I. 23.) Korm. határozat 1. pontjának 1.6. alpontja szerint: „A tudatos fogyasztóvá válás elősegítése a gyermekkorúak, a tanköteles korúak körében kiemelt feladat. Ennek érdekében szükséges a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatása gyakorlati tapasztalatainak megvizsgálása.” A Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2018-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 2011/2015. (XII. 29.) Korm. határozat 1. pontjának 1.4. alpontjában a Kormány – 2017. december 31-ei határidővel – „felhívja az emberi erőforrások miniszterét, a nemzeti fejlesztési minisztert, a nemzetgazdasági minisztert és a földművelésügyi minisztert, hogy a gyermekkorúak, illetve a tanköteles korúak körében a tudatos fogyasztóvá válás elősegítése, mint kiemelt feladat érdekében a köznevelésben a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatására és gyakorlati tapasztalatainak megvizsgálására a szükséges intézkedéseket tegye meg”; az 1.23. alpont pedig – folyamatos határidővel – tartalmazta, hogy a Kormány „felhívja a nemzeti fejlesztési minisztert és az emberi erőforrások miniszterét a fogyasztói érdekek képviseletét ellátó egyesületek és az általános-, közép- és felsőfokú oktatási intézmények közötti együttműködés erősítésére a fiatal fogyasztók tudatosságának javítása érdekében, valamint az érettségi bizonyítvány megszerzéséhez szükséges közösségi szolgálat fogyasztói érdekek képviseletét ellátó egyesületeknél történő eltolásának az ösztönzésére”.

²⁹ Ld. pl. Balla, 2019; Balogh, Bencsik & Zavodnyik, 2023; Baranovszky & Kóródy, 2020; Barnóczki, 2023; Barta, 2023, 2020; Bencsik, 2021, 2017, 2016a, 2016b, 2013; Bessenyő, 2014; Bodzási, 2019, 2018; Boros, Varga-Grund & Gordos, 2022; Burián, 1999, 1994; Czibrik & Pusztahelyi, 2022; Czuczai, 1997; Csák & Nagy, 2021; Csirszki, 2022; Darázs, 2023, 2010; Farkas & Wellmann, 2012; Fazekas, J., 2024, 2022a, 2022b, 2017, 2016b, 2007, 1995a, 1995b; Fazekas & Bartha, 2024; Fazekas, R., 2020; Fekete, 2009; Ferge, 2024; Filő, 2016; Frank, 2022; Frivaldszky, 2016, 2015; Fuglinszky, 2016; Gárdos & Rác, 2012; Gelencsér, 2021; Gellén, 2019; Glavanits, 2023; Gombos, 2024a, 2024b; Gombos & Lehóczky, 2019; Gödölle, 2014; Hajnal, 2024, 2020a, 2020b, 2015, 2014, 2013; Halász, 2024, 2022; Harsági, 2023; Hámosi, 2025, 2024a, 2024b, 2022b, 2022c, 2021, 2020a, 2020b, 2019a, 2019b, 2018-2019, 2018a, 2018b, 2018c, 2017b, 2017c, 2017d, 2017e, 2017f, 2017g, 2016d, 2016e, 2015c, 2014, 2013b, 2011, 2010a, 2008a, 2008b, 2007a, 2007b, 2006, 2005, 2004, 2003; Hegedüs-Lénárd, 2023; Jagusztin, 2021; Jeney, 2005; Józson, 2022, 2019a, 2019b, 2018a,

A fogyasztói többletvédelem, a fogyasztóvédelmi jog – hatóságokban³⁰ is megnyilvánuló – összetettsége, többretegűsége, szerteágazó és szervezetileg is meglehetősen gyakran

2018b, 2018c; Juhász, 2018; Julesz, 2007; Karsai, 2011, 2010, 2008; Kende & Nagy, 2004; Kenderes, 2008; Kertész, 2016; Király, M., 2001, 2000; Király, P. B., 2020; Koltay, Szikora & Lapsánszky, 2024 (27 tanulmány); Kozák, 2024; Kőhidi, 2014; Lattmann, 2011; Lábady, 1994, 1976a, 1976b, 1974; Loos, 2019; Maros, 2023; Menyhárd, 2001; Mészáros, 2019; Milassin, 2014; Miskolczi-Bodnár, 2018; Miskolczi-Bodnár & Sándor, 2012; Molnár, 2013; Nagy, 2016; Nemessányi, 2004; Németh, 2020, 2016, 2015, 2014; Orbán, 2024; Orosz, 2022; Osztovits, 2012, 2009, 2006; Osztovits & Virág, 2008; Panka, 2010; Papp, 2024; Pázmándi, 2021, 2020, 2016, 2008; Pfeiffer, 2016; Pribula, 2009; Pusztahelyi, 2020; Raffai & Jauernik, 2024; Rác, 2020; Rigó, Szoboszlai & Csirszki, 2023 (22 tanulmány); Sepsi-Keyha, 2019; Simon, K. L., 2019a, 2019b; Simon, R., 2016; Somssich, 2014; Strihó, 2020, 2011; Szabó, 2017, 2006; Szeghő, 2015; Szépvölgyi, 2019; Szikora & Árva, 2018; Szikora & Hajnal, 2020; Szilágyi, F., 2024; Szilágyi, G., 2021; Szoboszlai & Zenisek, 2022; Szollárné Béleczy, 2021; Szolnoki-Nagy, 2014; Tattay, 2015, 2014, 2005; Tigelaar, 2019; Toldy, 2023; Tóth, 2024a, 2024b, 2021; Ulrich, 2022a, 2022b; Varga, 2013; Verebics, 2014, 2012; Veres, 2024a, 2024b, 2022, 2019, 2016; Vékás, 2024, 2021, 2004, 2001, 2000; Vida, 2000; Vincze, 2010; Vörös, 2007; Wallacher, 2014; Weatherill, 1997; Weiss, 1971; Zavodnyik, 2013, 2010; Zoltán, 1970; Zoványi, 2023; megemlítendő: a Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére című, Keserű Barna Arnold és Szoboszlai-Kiss Katalin által szerkesztett, 840 oldalas kötet (Győr, 2023, Universitas-Győr Nonprofit Kft.) közel másfél tucat fogyasztóvédelmi alkotást is tartalmaz, Angyal Zoltán, Barta Judit, Csehi Zoltán, Darázs Lénárd, Frank Máté, Göndör Éva, Harsányi Gyöngyi, Horváth Gergely, Juhász Ágnes, Lapsánszky András, Leszkoven László, Lévy Miklós, Miskolczi Bodnár Péter, Szalai Péter, Ujváriné Antal Edit és Vékás Lajos tollából (Vékás „könyvtárnyi irodalom”-ról tesz említést, Vékás, 2023, p. 780.).

³⁰ Ld. pl. a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet (2024. december 31. napjáig hatályos) 1-2. §: „1. § Fogyasztóvédelmi hatósággént a Kormány – a pénzügyi közvetítőrendszer felügyeletével kapcsolatos feladatkörbe tartozó ügyek kivételével – közigazgatási hatósági ügyekben a) a fővárosi és vármegyei kormányhivatal (a továbbiakban: kormányhivatal), b), c) a Pest Vármegyei Kormányhivatal, d), e) a fogyasztóvédelemért felelős minisztert (a továbbiakban: miniszter) jelöli ki. 2. § Ha e rendelet eltérően nem rendelkezik a Kormány általános fogyasztóvédelmi hatósággént a kormányhivatalt jelöli ki.” (vö. korábbi változatai, és uo. 3-4. §); a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet (2025. január 1. napjától hatályos) 1. §: „Fogyasztóvédelmi hatósággént a Kormány – a pénzügyi közvetítőrendszer felügyeletével kapcsolatos ügyek kivételével – közigazgatási hatósági ügyekben a) a fogyasztóvédelemért felelős minisztert (a továbbiakban: miniszter), b) a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságot (a továbbiakban: NKFH), c) a fővárosi és vármegyei kormányhivatalt (a továbbiakban: kormányhivatal), d) Budapest Főváros Kormányhivatalát, valamint e) a Pest Vármegyei Kormányhivatalt jelöli ki.”; Fttv. 10-11. §; Szabs. tv. 38-39. § [vonatkozó részek, vö. pl. 231. § (2) bekezdés]. A fogyasztóvédelmi szervezetrendszer sok évtizedet átívelő rendkívül bonyolult, nehezen átlátható változásairól, átalakulásairól, valamint egyes fogyasztóvédelmi feladat- és hatáskörrel rendelkező állami szervekről külön fejezetekben szólunk; ld. Bencsik, jelen könyv V. Fejezet; Koller & Hamar, jelen könyv VI. Fejezet (kormányhivatal); Veres, jelen könyv VII. Fejezet (MNB); Lapsánszky & Koltay, jelen könyv VIII. Fejezet (NMHH); Rigó & Hernádi, jelen könyv IX. Fejezet (GVH); Barna, Kasza, Nagy & Nemes, jelen könyv X. Fejezet (Nébih). A magunk részéről e tekintetben itt csak néhány pontot, vonatkozást említünk meg. Nevezetesen, kiemelten leginkább azt, hogy ezek a (jelentős leterheltségek közepette bekövetkezett) változások sok esetben és nem ritkán nagy mértékben emberileg, lelkiileg is igen megterhelők, kiábrándítóak, kontraproduktívak voltak, és követni, megérteni sem volt mindig egyszerű, országos, területi, helyi, illetve járási szinten egyaránt (ld. pl. kettős irányítás – szakmai irányító által történő feladatmeghatározás, kormányhivatalok által történő forrásbiztosítás – sajátos nehézségei, hátrányos következményei, túlzott bürokratikuság, megyénként eltérő színvonal, NFH-s utasítási jog hiánya, jogegység hiány, bírói gyakorlat ismeretének hiánya, osztott munkakörben csak részben fogyasztóvédelmi feladatok ellátása, hatósági ellenőrzések visszaesése, NFH, majd másodfok megszűnése, járási, majd ismét területi szint megjelenése, együttműködési, szakmai, anyagi, emberi, információs hiányosságok, „létszámleépítések”, minisztériumokon, kormányzati ciklusokon belül is gyakori ve-

zetői – akár miniszteri, államtitkári, helyettes államtitkári – változások, jelentős fluktuációk, szakember-, jogász-, szakismeret-, gyakorlathiányok, késedelmes teljesítések, amelyek 2010 után is tapasztalhatóak voltak), a „hektikusságok” ügyfelek által történő követhetőségéről már nem is beszélve. Ismereteim szerint a vázolt nehézségek miatt az évek során több kormányhivatalban úgy látták, látják a kollégák, hogy nem érzi a feladatot magáénak sem a kormányhivatal, sem a szakmai irányító (vö. pl. nagy leterheltségek, rendkívüli hatósági ellenőrzések, fokozódó elvárások, budapesti értekezletekre történő, munkaidőt jelentősen megnövelő távoli utazások, szervezési problémák és költségvetési összefüggések). A 2010 előtti időszak köréből elgondolkodtató példaként említem az ICsSzEM 2004 ősze és 2006 tavasza közötti, mindössze kb. másfél évnyi (pl. fogyasztóvédelmi) működését, valamint az erre az időszakra eső, annak ellenére bekövetkezett tárgyi létszámcsoökkentéseket, hogy a II. középtávú, 2003–2006-ig szóló fogyasztóvédelmi politikáról szóló 1012/2003. (II. 25.) Korm. határozat az I. Egységes, magas szintű fogyasztóvédelem cím alatt (ld. Korm. h. Melléklet) a 2003–2006 közötti időszakra vonatkozóan tartalmazta: „a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség létszámának 75 fővel történő növelése, a megfelelő pénzügyi feltételek biztosítása a piacfelügyelet fejlesztéséhez”, „a területi felügyelőségek létszámának 200 fővel történő növelése és a pénzügyi feltételek biztosítása a hatékony ellenőrzés és működés érdekében”; a kormányhatározatban foglaltak ellenére történt létszámcsoökkentések után a III. középtávú fogyasztóvédelmi politika megvalósítására irányuló, 2007–2010 közötti időszakra szóló cselekvési program végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozat III. pontjában szerepelt, hogy: „Az erőforrások biztosítása tekintetében 1. javítani kell az integrált Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség és a felügyeletét ellátó minisztérium szakmai egységének létszámfeltételeit; [...] Határidő: 1. ütem: 26 fő 2007. december 31. 2. ütem: további létszámbővítés a teljesítmény függvényében legfeljebb 150+5 fő 2008. december 31. 3. ütem: további létszámnövekedés a teljesítmény függvényében legfeljebb 99 fő 2009. december 31.”; e kormányhatározat I. pontja „A fogyasztóvédelem szervezetrendszer tekintetében” a következőket is magában foglalta: „1. az egységes fogyasztóvédelmi szervezetrendszer megteremtése céljából a fogyasztóvédelmi felügyelőségeket a közigazgatási hivatalok szervezetéből a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség szervezetébe kell integrálni; [...] Határidő: 2007. szeptember 1. 2. meg kell erősíteni az egyes fogyasztóvédelmi, illetve piacfelügyeleti tevékenységet végző szervek összehangolt működését, a fogyasztóvédelemért felelős minisztérium koordinációs szerepét a Piacfelügyeleti Tanács rendszeres működtetése mellett; [...] Határidő: 2008. december 31., ezt követően folyamatos”; a II. pont „A fogyasztóvédelem eszközrendszere tekintetében” egyebek mellett tartalmazta: „1. a feladat- és hatásköri szabályozás módosításával általános fogyasztóvédelmi hatáskört kell biztosítani az integrált Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség számára; [...] Határidő: 2007. december 31.” [vö. pl. a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságról szóló 225/2007. (VIII. 31.) Korm. rendelet, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság által kiszabott egyes bírságok felhasználásáról szóló 336/2007. (XII. 13.) Korm. rendelet]. Az is megemlítendő, hogy ugyancsak bomlasztó, demoralizáló hatása van annak a 2010 előtt és után is létező gyakorlatnak, miszerint rendkívül fiatal, gyors pályát befutó minisztériumi vezetők (pl. helyettes államtitkárok) vannak. A fogyasztóvédelem ismételt, 2024. évi NGM-hez kerülése után bekövetkezett nagy horderejű, hivatkozott jogszabályváltozások (ld. még Koller & Hamar, jelen könyv VI. Fejezet) remélhetőleg jelentős előre lépésekkel járnak, azonban ezek bekövetkezése attól is függ, hogy a rendkívül leterhelt államapparátus [vö. pl. a korábbinál kisebb létszámmal, (vár)megyei illetékességgel működő kormányhivatali szervezeti egységek – a rendkívüli ellenőrzések terhet is figyelembe véve – egyre nehezebben látják el feladataikat] mennyiben nyer megfelelő megerősítést (meglátásunk szerint pl. a hatóságok, az ügyészségek, a bíróságok és az Alkotmánybíróság, valamint az ombudsmani hivatal körében a feladatok határidőben és megfelelő színvonalon történő ellátásához rendelkezésre álló feltételek enyhén szólva nem minősülnek kedvezőnek, a létszámhoz, a különböző forrásokhoz képest fennálló igen jelentős leterheltség, a forráshiány – a határidőkre is figyelemmel – a szakmaiság, a jogszerűség rovására megy, ld. pl. határidős szabályok megsértése, szikár indokolások), a jelenleg is létező kettős irányítás azon jellemzője, hogy a feladatkiosztás a szakmai irányítóé, a működéssel, feladatellátás biztosításával kapcsolatos költségek a kormányhivataloknál jelentkeznek, minden kormányzati ciklusban problémát okozott, és ez az utóbbi évek hatósági ellenőrzési számainak jelentős növekedésével fokozódik. A minisztériumok, ezek és a kormányhivatalok, az utóbbiak közti és az egyéb szerve(zet)ekkel való jobb együttműködés, a kellő információmegosztás, tájékoztatás (pl. bírósági gyakorlat, hatósági ellenőrzések, jogalkotás tekintetében), a nagyobb rugalmasság, erkölcsi, anyagi, szakmai megbecsülés sokat segíthetne a helyzeten.

változó volta a jogterületi „önállóság” kérdéseit is feszegeti, amely például abban ölt testet, hogy a különböző önállósodási törekvések³¹ és az „önálló sajátosságok”³² (pl. a fogyasztó

³¹ Vö. pl. Maastrichti Szerződés 129a. cikk; Amszterdami Szerződés 153. cikk, EUMSZ 12. és 169. cikk; Józson, 2018b [pl. „[...] A szakirodalom is a mellett érvel, hogy az EUMSZ 169. cikk (2) bekezdése megerősíti, hogy az EUMSZ 114. cikk és nem az EUMSZ 169. cikk (1) bekezdése az uniós fogyasztóvédelmi politika jogalapja, az nem önálló hatáskör, hanem csupán származékos jogkör.” (p. 35) „[...] nehéz beazonosítani egy olyan különálló jogszabálycsomagot, amelynek a fogyasztók egészségének és biztonságának védelme lenne a célja, mint önálló jogszabályozási cél, mert az ilyen uniós szabályok elsődlegesen a belső piac építésére vannak megalkotva, a fogyasztók érdekeit ennek a célnak alárendelve védik. [...]” (uo.) „[...] az uniós fogyasztóvédelmi intézkedések jogalapja a fogyasztóvédelemtől független piaci jogpolitikai cél, tehát elsődlegesen ebben a »belső piaci fűzőben« fejlődhet a fogyasztóvédelem. Ezért van az, hogy a fogyasztók gazdasági érdekeit védő összes uniós jogi szabály az EUMSZ 114. cikkén alapszik. Ugyanezt teszi a 169. cikk (2) bek. a) pontjának rendelkezése is, amely szintén az EUMSZ 114. cikk javára billenti a jogalapválasztás során a mérleg nyelvét. [...]” (p. 36) „Az EUMSZ 169. cikk (2) bek. szerepe a gyakorlatban igen jelentéktelen, mondhatnánk semmit nem járult hozzá a fogyasztóvédelmi *acquis communautaire* fejlődéséhez. A Lisszaboni Szerződés óta született fogyasztóvédelmi uniós jog jogalapja nem az EUMSZ 169. cikk, hanem továbbra is az EUMSZ 114. cikk, a belsőpiaci jogharmonizáció keretében pedig a fogyasztóvédelem a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelmében merül ki. A piacteremtő fogyasztóvédelem pedig, amely az EUMSZ 114. cikk alapján zajlik, tovább korlátozza az EUMSZ 169. cikk gyakorlati jelentőségét. Péda erre a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmáról szóló 2005/29/EU irányelv jogalapja körül zajlott vita is, hiszen egyértelműen kimondja az irányelv, hogy kettős célkitűzése van (a belső piac megfelelő működése és magas szintű fogyasztóvédelem biztosítása). Ennek ellenére jogalapja még sem az EUMSZ 169. cikk lett. Az EUMSZ 169. cikk (2) bek. potenciálját az is gyengíti, hogy időközben az EU fogyasztóvédelmi politikája változott, a Bizottság áttért a maximális jogharmonizációra, holott az EUMSZ 169. cikk (2) bek. b) pontja minimum harmonizációról szól, amit az EUMSZ 169. cikk (4) bekezdése is alátámaszt. [...]” (p. 37) „[...] joggal veti fel a kérdést, hogy van-e önálló uniós fogyasztóvédelmi politika. A válasz a kérdésre az, hogy nincs, [...]” (uo.) „[...] vitatott, hogy alkalmas jogalként szolgálna-e az EUMSZ 169. cikke egyedül vagy együttesen az EUMSZ 114. cikkel vagy esetleg az EUMSZ 352. cikkel az európai szerződési jognak. Egyesek szerint éppen azért lenne alkalmas erre a célra, mert a minimális harmonizációt hirdeti, mások viszont megkérdőjelezik az EUMSZ 169. cikk (2) bek. b) pont alkalmasságát olyan esetben, amikor belső piaci célt szolgál az uniós jogi aktus. [...]” (uo.) „A szakmai érvek ellenére [...] a magánjogban sosem vált jogalappá az EUMSZ 169. cikk, mivel a Bizottság minden esetben az EUMSZ 114. cikk mellett voksolt és ez mindaddig így lesz, amíg az EUMSZ 169. cikk struktúrája akadályozza, hogy önálló jogalként működjön. [...]” (p. 38) „[...] a fogyasztóvédelem nem önálló, hanem piac-orientált cél az Európai Unióban. Ez egyértelműen következik az EUMSZ 169. cikkéből, amely szerint az EU a fogyasztók egészségét, biztonságát, gazdasági érdekeit, információhoz és érdekeinek képviseléséhez való jogát az EUMSZ 114. cikke alapján hozott jogi intézkedések által oltalmazza. Ebből adódóan logikus, hogy amennyiben az EUMSZ 12. cikke ütközésbe kerülne más uniós jogi elvvel, azt nem írni felül. [...]” (uo.) „[...] Az EUMSZ 12. cikkének súlyát a 2000. december 17-én kihirdetett Alapjogi Charta [...] sem növeli, amely előírja, hogy »az Unió politikáiban biztosítani kell a fogyasztók védelmének magas szintjét«, mivel annak is csak elvi-norma szerepe van, nem biztosít a fogyasztók részére többlet jogokat és nem ír elő többlet kötelezettségeket a tagállami és uniós intézmények terhére sem. [...]” (p. 39) „[...] A fogyasztóvédelem szerepe az Unió értelmezésében mindmáig járuléka a belső piaci céloknak, ennek okán pedig a Charta 38. cikke sem követelheti meg az uniós intézményektől, hogy a tagállami szinten létező legmagasabb védelmi szintet biztosítsák. [...]” (uo.) „[...] Az uniós intézmények tudatosan mellőzik a kvázi önálló, egyetlen fogyasztóvédelmi hatásköri rendelkezés – az EUMSZ 169. cikk – jogalként való használatát, minthogy azt a Lisszaboni Szerződést megelőzően is tették. Helyette az uniós intézmények továbbra is az EUMSZ 114. cikkekre építik az uniós fogyasztóvédelmi intézkedéseket. Ezen hatásköri szabály elsődleges célja a határokon átnyúló piacteremtés, a tagállami sajátos fogyasztóvédelmi politikákból adódó piacra-jutási korlátok felszámolása. [...]” (p. 40) „[...] az uniós fogyasztóvédelmi jog alapvetően piac-szabályozási jog, [...] az EUMSZ 169. cikke nem biztosít teret arra, hogy a fogyasztóvédelem önálló jogán,

és vállalkozás közötti szerződés esetének szabályozása,³³ önálló fogyasztóvédelmi jogszabályok³⁴ megalkotása) ellenére e matériában jócskán vannak több védett jogtárggyal bíró

önálló politikaként érvényesüljön. Az uniós fogyasztóvédelmi jog, amely ugyan a fogyasztók érdekeit is szolgálja, nem képes, mert nem célja és nem feladata a tiszta fogyasztóvédelmi vagy tágabb társadalmi érdekeket figyelembe venni. [...]” (pp. 40-41)); vö. pl. Fazekas, 2022, p. 25. („[...] A fogyasztóvédelmi célkitűzéseket célzó intézkedések meghozatalára az EUMSZ 169. cikke – az általános belső piaci jogharmonizációs jogalapak mellett – speciális jogalapot is teremt. Az adott uniós intézkedés jogalapját annak céljára és tartalmára tekintettel kell meghatározni. Ha a szabályozás célját tekintve a belső piaci célok erősebbek, akkor célszerű a belső piaci jogalap választása, de ha ez nem elsődleges, akkor a különleges jogalap önmagában is elegendő felhatalmazás lehet a jogharmonizációs jogi aktus elfogadásához. Ha a jogalapak a célok és az alkalmazandó döntéshozatali rend alapján nem zárják ki, sőt erősítik egymást, akkor mindkét jogalap együttesen is alkalmazásra kerül.”; Hajnal, 2020b, 11. („Az Európai Unió fogyasztóvédelmi jogalkotásának perspektívájából szemlélve az elmúlt tíz évet, először érezhetjük azt, hogy az európai fogyasztóvédelmi magánjogról egy önálló jogterületként beszélni lassan valósággá válik.” – azaz eszerint „csak” a „magánjogról” és „lassan valósággá válik”-ról van szó, ami az „önálló jogterület”-et illeti).

³² Vö. pl. Gombos, 2024, pp. 305., 308., 311-312.: „A fogyasztóvédelem az Európai Unióban régóta fontos szabályozási terület, ami következik abból, hogy az EU egyik önálló politikája. Emellett azonban hagyományosan egyúttal olyan jogi szemlélet is, amit (mint jogi követelményt) mindig figyelembe kell venni az egyéb uniós politikák és tevékenységek – különösen a belső piac – meghatározásakor és végrehajtásakor.” „[...] a fogyasztóvédelmi szabályrendszer relatíve önállósodott jogterületként vált a 21. századi versenyjog és marketingjog részévé, [...]” „A kétrétegű, kettős értelemben is használható, ezenfelül önálló sajátosságokkal is rendelkező uniós szabályozásból jól látszik, hogy – szemben más, hagyományosan elkülönülő jogterületekkel – a fogyasztóvédelem szabályai jelenleg nem egy önálló jogágba rendeződnek, hanem a fogyasztói jogviszonyok a magánjog és részben a közjog több jogterületén – túlnyomó többségben a klasszikus jogviszonyok mellett – a gyengébb felet védő speciális szabályok formájában jelennek meg. [...] Ez a megkettőzött megközelítés előrevetíthet egy olyan új jövőbeli szabályozási módszertant, amely az elindított folyamat eredményeként a fogyasztóvédelmi jog önállósodásához vezethet, önálló jogágba rendeződése irányába tolhatja a szabályozást. Az Európai Unió szintjén egy ilyen módszertan alkalmazása már tetten érhető, hiszen uniós szinten több olyan jogforrás is született, ami kifejezetten fogyasztói jogviszonyokra vonatkozó önálló jogforrás. Mindemellett az uniós szabályozásnak is sajátja a tagállami jogokban még általánosnak mondható vegyes rendszerű szabályozás, ami az egy kódexben vagy jogforrásban a *lex specialis* elvével dolgozva a fő szabályt a klasszikus magánjogi jogviszonyra adja, míg a speciális szabályt azokra a fogyasztói jogviszonyokra (tipikusan fogyasztói szerződésekre) rendeli alkalmazni, amelyekben az információs és tudásszintbeli aszimmetria miatt a fogyasztót kell jogi szabályokkal is védelemben részesíteni.” „Azt, hogy a fogyasztóvédelmi jog önálló jogágként, de legalább önálló szabályozási területként fog-e utat törni magának, a jövő európai jogelmélete fogja megoldani. [...] A fogyasztóvédelem konkrét példákon keresztül bemutatott többszintű szabályozása a dupla kettősség elve miatt távlatilag elvezethet a fogyasztóvédelmi jog önálló jogággá válásához.”

³³ Ld. pl. Hámori, 2015a.

³⁴ Ld. pl. Fgytv.; Fttv.; Fht.; 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról; 249/2004. (VIII. 27.) Korm. rendelet az egyes javító-karbantartó szolgáltatásokra vonatkozó kötelező jótállásról; 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól; 373/2021. (VI. 30.) Korm. rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól; 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól; 56/2014. (XII. 31.) NGM rendelet a fogyasztónak nyújtott hitellel kapcsolatos egyes tájékoztatási szabályokról.

jogszabályi tényállások, rendelkezések,³⁵ és olykor az elhatárolás sem könnyű feladat, kisebb-nagyobb mértékben a közvetettség is megjelenik, amely szintén nem lebecsülendő valóság, különösen érzékelhető mindez a közigazgatási jogban, a pénzügyi jogban, a szabálysértési jogban, a büntetőjogban, és az alkotmányjogon belül is látható, hogy például az emberi élet és egészség, az ember testi épsége, és vagyoni érdeke nemcsak fogyasztóvédelmi aspektusokkal rendelkezik.³⁶ Mindemellett az is érzékelhető, hogy a piac, a belső piac, a gazdaság befolyásos professzionális szereplőinek köre – olykor a környezetvédelemre is hivatkozva, véleményem szerint például a hibás teljesítés szabályozásán belül is (ld. pl. csekély, kisebb értékű dolgok esetében is – aránytalanul – előtérbe helyezik a kijavítást a kicseréléssel szemben, noha a fogyasztó nem javíttatott, javítandó dolog szolgáltatására, nem javíttatásra szerződött, és így a gyártókat sem „ösztönzik” kellőképpen a hibátlan teljesítésre, a megfelelő minőségű áruk gyártására, forgalmazására)³⁷ – nem ritkán maga alá gyűri a fogyasztókat, a fogyasztóvédelmet.³⁸

4. Jogtárgyi heterogenitás, büntetőjogi, szabálysértési jogi jogtárgyak

Ami az említett büntetőjogi, szabálysértési jogi tényállásokat, és – részben – az azokat kitöltő (pl. közigazgatási jogi, pénzügyi jogi) szabályozást, jogtárgyi heterogenitást, „önálló-

³⁵ Vö. pl. Filó, 2016, p. 167. {„[...] a fogyasztói érdekek alapvetően *heterogén* jogi tárgyakat jelenítenek meg, amelyek között többnyire a más fejeket által oltalmazott (élet, testi épség, környezet) értékeket is találunk.”}; Gombos, 2024, p. 312. (Összegzés első bekezdése); Karsai, 2010, pp. 721-722. („Szomora megállapításával egyetértek, miszerint el kell fogadni, hogy az egyes bűncselekmények jogi tárgyai heterogén jellegűek, [...]”); Tóth, 2024c.

³⁶ Ld. pl. Hámori, 2017c; Hámori, 2003, pp. 228-292. Vö. pl. Pftv. preambulum: „Az Országgyűlés annak biztosítása érdekében, hogy a forgalomba hozatalra szánt és a már forgalomban lévő, az európai uniós jog hatálya alá tartozó termékek megfeleljenek az egészségre, a biztonságra, a fogyasztóvédelemre és más közérdekre vonatkozó követelményeknek, garantálva egyúttal a belső piac zavartalan működését, továbbá egy-egy keret biztosítva a piacfelügyelet számára, az alábbi törvényt alkotja:”.

³⁷ Vö. pl. Ptk. 6:159. § (2)–(2a) bekezdés, az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet 5. § (5)–(8) bekezdés [vö. pl. 270/2020. (VI. 12.) Korm. rendelet végső előterjesztői indokolása, Indokolások Tára 2020/73.; 18/2020. (VI. 12.) ITM rendelet végső előterjesztői indokolása, Indokolások Tára 2020/73.; 93/2024. (IV. 23.) Korm. rendelet végső előterjesztői indokolása, Indokolások Tára 2024/38.; Hajnal, 2020b, pp. 9-11.; Hámori, 2021, pp. 82-83.; Orosz, 2022, pp. 161-163., 168-169.]; Vékás, 2024. Fazekas Judit írja: „A R2R irányelvjavaslat a fenntartható fogyasztás és zöld átállás előmozdítása érdekében módosítja az SGD irányelvet, és főszabályként megszünteti a fogyasztói adásvételek esetében a kijavítás és csere közötti választás lehetőségét. Az R2R 12. cikke úgy rendelkezik, hogy amennyiben a csere legalább akkora költséggel jár, mint a kijavítás, az eladó megjavítja az árut annak szerződésszerűvé tétele érdekében. Ez azt eredményezi, hogy a fogyasztó választási joga az *in natura* jogorvoslatok esetében korlátozottá válik, mert csak akkor választhatja a cserét, ha az kisebb költséggel jár, mint a kijavítás költsége. Az SGD módosítása ilyen formán visszalépést jelent a korábban megszerzett hibás teljesítési fogyasztói jogorvoslati jogokból.” (Fazekas, 2024, p. 40.). „A hibás teljesítési irányelv módosítása esetében ugyanakkor le kell szögezni, hogy jelentős változást fog eredményezni kellékszavatossági jogok tekintetében azzal, hogy az *in natura* kellékszavatossági jogok körében elsődlegessé teszi a kijavítást. A fogyasztók a kijavítás és csere közül csak akkor választhatják majd a cserét, ha annak költsége kisebb, mint a kijavításé.” (Fazekas, 2024, p. 41.). Ld. még pl. Kozák, 2024; Papp, 2024, p. 222.

³⁸ Vö. pl. Józson, 2018b.

sodási törekvéseket” illeti, megemlíthető, a Btk. egyik nívuma, hogy „A fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények” címmel önálló fejezet (415-421. §§) jelent meg a magyar jogban,³⁹ azonban egyrészt e fejezet tényállásai között is vannak olyanok, amelyeknek több jogi tárgya van, másrészt e fejezeten kívül is maradtak részben, közvetetten, áttételesen fogyasztóvédelmi jogi tárggyal bíró diszpozíciók.

A Btk. 415. §-ához fűzött indokolás szerint a „Rossz minőségű termék forgalomba hozatala” címet viselő bűncselekmény jogi tárgya „a termékek biztonságosságának, minőségének védelmén keresztül a fogyasztói érdekek biztosítása”.⁴⁰

A Btk. 416. §-ához fűzött indokolás szerint a „Megfelelőség hamis tanúsítása” című bűncselekmény jogi tárgya „az az összetársadalmi érdek, hogy a forgalmazásra szánt termékeknek az előírt követelményeknek való megfelelése a valóságnak, vagyis tényleges minőségüknek megfelelően kerüljön megállapításra”.

„Az egészséget veszélyeztető bűncselekmények” címet viselő Btk.-fejezetben (176-189. §§) szereplő „Ártalmas közfogyasztási cikkel visszaélés” jogi tárgya – az indokolás szerint – „az egészség”,⁴¹ és véleményem szerint például a „Gyógyszerhamisítás” (185/A. §), az „Egészségügyi termék hamisítása” (186. §) is bír fogyasztóvédelmi relevanciával.

A „Versenytárs utánzása” című tényállás (Btk. 419. §), amelynek – miként a „Rossz minőségű termék forgalomba hozatala”-nak – szabálysértési alakzata is van,⁴² változókonnyabb, ugyancsak áttételes képet mutat, amelyet az elnevezésváltozás is tükröz.⁴³ A Büntető Törvénykönyvről szóló 1978. évi IV. törvény 296. §-ában hatályban volt „Áru hamis megjelölése” című tényállás kommentárirodalma szerint: „A bűncselekmény egyaránt védi a fogyasztót és az áru előállítójának, forgalmazójának (a versenytársnak) azt az érdekét, hogy az általa alkalmazott megjelölést más – akár ugyanolyan, akár más minőségű – árunál ne alkalmazzák.”⁴⁴ „A bűncselekmény jogi tárgya a piaci magatartás tisztasága, ezen belül a piaci verseny, a versenytársak érdekeinek védelme. A törvényi tényállás egyaránt védi a fogyasztót és a versenytársat. (BH 1998. 522.) Az áru hamis megjelölése büntettének tényállása mind a gazdasági felek piaci, mind a fogyasztók érdekeit védi, ezért bármely érdek sérelme esetén megvalósul a szóban lévő bűncselekmény akkor is, ha az egyébként kifogástalan minőségű áru olyan – megtévesztésre alkalmas – címkével kerül forgalomba, amely a versenytárs állami gazdaság hasonló árujával összetéveszthető (Btk. 296. §, 1996.

³⁹ Vö. pl. Szabs. tv. 231-238. §§ („Az élelmiszerlánc-biztonsági és fogyasztóvédelmi szabálysértések” című XXIX. Fejezet); 218/1999. (XII. 28.) Korm. rendelet az egyes szabálysértésekről 71-92. §§ („A fogyasztóvédelmi szabálysértések” című V. Fejezet).

⁴⁰ Vö. pl. Molnár, 2004, p. 452.: „E bűncselekmények a fogyasztók érdekeit a termékek minőségének védelmén keresztül biztosítja.”; Koczka, 1996, p. 601.: „A bűncselekmény jogi tárgya: a gazdálkodási köteleességek megtartásához fűződő érdek, valamint a fogyasztóvédelem.”; Varga, Z., 2004, p. 1064.: „A bűncselekmény jogi tárgya a gazdálkodási kötelezettségek, ezen belül a fogyasztók érdekvédelme.”

⁴¹ Vö. pl. Belovics, 2004, p. 387.: „A bűncselekmény jogi tárgya a polgárok egészségének védelméhez, valamint a közegészségügyi szabályok érvényesüléséhez fűződő társadalmi érdek.”; Bócz, 1996, p. 574.: „A jogi tárgy a közegészség, azaz a társadalom tagjai egészségügyének jogilag szabályozott rendje, közelebbről a környezeti ártó hatások veszélye elleni védelmet szolgáló előírások érvényesülése.”

⁴² Ld. Szabs. tv. 231. §, 236. §.

⁴³ Vö. pl. Karsai, 2010, pp. 722-726.

⁴⁴ Koczka, 1996, p. 603.

évi LII. törvény 14. §). A fogyasztói érdekvédelem azonban a törvényi tényállásból kitűnően közvetlenül nem érvényesül, hanem a versenytársak védelmén keresztül áttételesen érezteti hatását. A fogyasztó egyébként a bűncselekmény elkövetése során, különösen, ha az áru még nem is került forgalomba, nem feltétlenül szenved sérelmet.”⁴⁵

Véleményünk szerint a fentiekben foglaltak is mutatják, hogy a fogyasztóvédelmi jog a jogtárgyak tekintetében is igen komplex, jogágakon átívelő jogterület és nem csak a deficiószerű fogyasztó és vállalkozás szerinti jogviszonyokat öleli fel, „önállósága” – az „önállósodási törekvések” ellenére – ennél fogva is igencsak viszonylagos, korlátozott.

5. Napjaink fogyasztóvédelmi jogalkotása, jogalkalmazása

Napjaink fogyasztóvédelmi jogalkotásában is történnek – előbb-utóbb, például a „cselekvő” és az „elérhetőbb [»elérhető«] fogyasztóvédelem érdekében”,⁴⁶ jegyében – (nem

⁴⁵ Varga, Z., 2004, pp. 1074-1075. Vö. pl. Bisztriczki & Kántás, 2012, p. 609. (szabálysértési alakzat): „A cselekmény jogi tárgya többes: védeni kívánja a gazdasági verseny tisztaságát, egy adott termék előállítójának jó hírnevét, az adott termék híréhez, minőségéhez fűződő érdeket, ugyanakkor a fogyasztó hiteles tájékoztatása sem elhanyagolható szempont. Más dolog, hogy a fogyasztók jelentős tömege számára vásárláskor az olcsó ár és a minőség látszata nagyobb értékkel rendelkezik, mint az áru valós minősége. [...]”; Molnár, 2004, p. 459.: „E bűncselekmény a versenytárs(ak) védelmére szolgál. A fogyasztók sérelmével nem feltétlenül jár együtt. Ha mégis, akkor nem (csak) ennek a tényállásnak a keretei között kell értékelni a magatartást, hanem valamelyik fogyasztóvédelmi tényállás szerint. A tárgyalt bűncselekmény tehát közvetlenül és elsősorban a versenytársat védi.”; Karsai, 2010, p. 722.: „[...] a fogyasztók érdekeinek védelme nem önálló jogi tárgy, [...]” Megemlítendő, az Alkotmánybíróság a Büntető Törvénykönyvről szóló 1978. évi IV. törvény 292. §-a, 293. §-a, 294. §-a és 296/A. §-a alkotmányellenességének utólagos megállapítására és megsemmisítésére irányuló indítványt a 334/B/2004. AB határozattal 2006. március 28. napján elutasította; „A csalárd magatartások nem tartoznak a verseny szabadságának fogalmi körébe, a verseny szabadsága és annak korlátozása a fogyasztókat tudatosan megtévesztő eljárásokkal kapcsolatban nem értelmezhető.” „Az indítványban támadott rendelkezések olyan magatartásokat hivatottak büntetni, amelyekkel szemben nem nyújt kellő védelmet a fogyasztók és a piac egyéb szereplői számára a jogsértés utólagos kiküszöbölésének lehetősége, s így a büntetőjogon kívül rendelkezésre álló egyéb jogi eszközök igénybe vétele. Az állam csak azon piaci magatartások ellen lép fel a büntetőjog eszközeivel, melyekkel szemben más hatékony védelem nincs.” „Az indítványozó által alkotmányellenesnek vélt tényállásokban foglalt büntető rendelkezéseken keresztül az állam elsősorban a fogyasztókat védi. E védelmet azonban csak részben valósítja meg a büntetőjog eszközeivel. A Btk. támadott rendelkezéseiben meghatározott magatartások társadalomra veszélyességének fokát el nem érő cselekmények elkövetőit igazgatási, valamint szabálysértési szabályok szerint vonják felelősségre, s természetesen a polgári jogi eszközök is az érintettek rendelkezésére állnak. A büntetőjog ebben a rendszerben valóban a végső eszköz.” (Indokolás III. 1., 3.).

⁴⁶ Ld. pl. a cselekvő fogyasztóvédelem érdekében szükséges egyes törvények módosításáról szóló 2022. évi LXI. törvény; az elérhetőbb fogyasztóvédelem érdekében szükséges törvények módosításáról szóló 2023. évi XX. törvény; igazságügyi tárgyú törvények módosításáról szóló 2023. évi XCVI. törvény 34-43., 66., 72-77. §; egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról szóló 2024. évi L. törvény (a preambulum szerint „[a]z Országgyűlés az »elérhető fogyasztóvédelem« elvének fokozottabb érvényesítése, a családok és a kiszolgáltatott fogyasztók, különösen a gyermekek testi épségének és egészségének fokozottabb védelme [...] érdekében és Magyarország versenyképességének növelése érdekében a következő törvényt alkotja:”), egyebek mellett (2025. január 1-jei hatálybalépéssel) az Fgytv.-t, az Éltv.-t és (2026. január 1-jei hatálybalépéssel) az Fttv.-t is módosítva (az általános indokolás szerint: „A magyar fogyasztók érdekeinek védelme a hazai gazdaság működésének egyik legfontosabb eleme, így a fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyságának nö-

feltétlenül maradéktalanul) előrelépések,⁴⁷ jelentős – ugyanakkor időnként némileg bátor-
talannak tűnő,⁴⁸ illetve (inkább) vállalkozás-⁴⁹ vagy hatóságbarát⁵⁰ jellegű – változások,
bizonyos mértékű, például békéltető testületi „cikk-cakkozások”, belátások, kritika-elfoga-
dások,⁵¹ valamint egyhelyben toporgások,⁵² és a jogalkalmazás is – itt-ott megtorpanva,
helyenként, olykor visszafelé haladva⁵³ – próbálja a számos kihívás, technikai robbanás,
nem ritkán kegyetlen valóság közepette, ellenére tartani a tempót. A fogyasztóvédelemmel
összefüggő kormányrendeletek módosításáról szóló 93/2024. (IV. 23.) Korm. rendelet vo-
natkozó, komplex aktualitás, és például a „fogyasztók kollektív érdekeinek védelmére irá-
nyuló képviseleti keresetek” hivatkozott szabályozása sem oly’ régi emlék, továbbá 2024.

velésével a törvény célja a fogyasztói érdekek érvényesítésének előmozdítása és fejlesztése. A fogyasztóvé-
delem erősítését szolgálja továbbá a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság felállítása, az eh-
hez szükséges módosításokat is tartalmazza a törvény.”); Selnicean, 2024. Vö. pl. Hámori, 2020a, 2020b,
2019b.

⁴⁷ Az igen jelentős előrelépésekhez ld. pl. a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dol-
gokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól szóló 19/2014. (IV. 29.)
NGM rendelet (NGMr.) 1. § (1)–(2) bekezdés; az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jót-
állásról szóló 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet 2. § (1) bekezdés [vö. a kötelező jótállás alá tartozó fo-
gyasztási cikkek körének meghatározásáról szóló 10/2024. (VI. 28.) IM rendelet]. Vö. pl. Hámori, 2021.

⁴⁸ Ld. pl. NGMr. 6. § (3) bekezdés, 1. melléklet. Vö. pl. Hámori, 2021 (a Szabs. tv. módosítására irányuló
javaslatokat is tartalmazva, pl. Bisztriczki & Kántás, 2014, 2012 is hivatkozva).

⁴⁹ Ld. pl. NGMr 5. §; Hámori, 2019a, 2018–2019.

⁵⁰ Ld. pl. Fgytv. 46. § (1) bekezdés, 46/A. § c) pont; a cselekvő fogyasztóvédelem érdekében szükséges egyes
törvények módosításáról szóló 2022. évi LXI. törvény 10-11. §.

⁵¹ Ld. pl. a hosszú távú részvényesi szerepvállalás ösztönzéséről és egyes törvények jogharmonizációs célú
módosításáról szóló 2019. évi LXVII. törvény 55-65. §; az elérhetőbb fogyasztóvédelem érdekében szüksé-
ges törvények módosításáról szóló 2023. évi XX. törvény 1-12. §, 17. §, 19. § b) pont; a békéltető testületi
tagsági feladat ellátására vonatkozó pályázat szabályairól és a békéltető testületi tagok díjazásáról, valamint
az online adásvételi vagy online szolgáltatási szerződéssel összefüggő határon átnyúló fogyasztói jogvita ese-
tén eljáró békéltető testületek kijelöléséről szóló 26/2019. (VIII. 26.) ITM rendelet; a békéltető testületi elnöki
és tagsági feladat ellátására vonatkozó kiválasztási eljárás szabályairól és a békéltető testületi elnökök és
tagok díjazásáról, képzéséről és a békéltető testületi alapvizsga szabályairól, valamint az online adásvételi
vagy online szolgáltatási szerződéssel összefüggő határon átnyúló fogyasztói jogvita esetén eljáró békéltető
testületek kijelöléséről szóló 5/2023. (VI. 19.) IM rendelet; ld. még pl. Fgytv. 40. § rendelkezéseinek módo-
sításai; a felszolgálati díj mértékének megállapításáról, valamint a felszolgálati díj alkalmazásának és fel-
használásának szabályairól szóló 44/2024. (XII. 9.) NGM rendelet 2. § (3)–(4) bekezdés. Vö. pl. Hámori,
2020a, 2020b, 2019b; Hámori, 2023c, 2023d, 2023e, 2022a, 2018c, 2017g, 2016d, 2007b.

⁵² Ld. pl. a Szabs. tv.-vel kapcsolatban írtakat.

⁵³ Ld. pl. Hámori, 2024, 2023a, 2023c, 2023d, 2023e, 2022a [különösen alkotmányjogi jogalkotásért és fo-
gyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkár 2022. szeptember 29-i, XX-FSTR/ID/17/2/(2022) számú
irata, BFKH-aktusok, alapvető jogok biztosa 2023. április 20. napján kelt, AJB-95/2023. ügyszámú irata].

december 13-tól valamennyi európai uniós tagállamban teljes egészében kötelező és közvetlenül alkalmazandó az általános termékbiztonságról szóló rendelet,⁵⁴ valamint 2025. január 1-jén az NGM-ből történő kiválással létrejött az NKFH,⁵⁵ amellyel nem jön vissza a másodfokú (fellebbezési) eljárás.⁵⁶

Igen jelentős, sok éves küzdelemmel bíró⁵⁷ előrelépésnek tartom például a 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet 1. § (1) bekezdésének és a 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet 2. § (1) bekezdésének módosított szövegét, azaz a jognyilatkozaton alapuló jótállási igényre történő kiterjesztést és a jótállási időtartam-növekedéseket.⁵⁸

⁵⁴ Ld. az Európai Parlament és a Tanács 2023. május 10-i (EU) 2023/988 rendelete, 52. cikk.

⁵⁵ Ld. pl. egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról szóló 2024. évi L. törvény; a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságról szóló 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendeletek módosításáról szóló 328/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; az árfolyelő rendszer létrehozásáról és működéséről szóló 163/2023. (V. 8.) Korm. rendeletnek és az élelmiszer-infláció csökkentése érdekében szükséges intézkedésekről szóló 1/2024. (I. 9.) Korm. rendeletnek a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő módosításáról szóló 329/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről szóló 182/2022. (V. 24.) Korm. rendelet 103. § (1) bekezdés 20. pont, 111/K. § (1)–(2) bekezdés, 1. melléklet L) 3; a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendelet-módosításokról szóló kormányrendelet-tervezet – 2024. október 18-i társadalmi egyeztetési véleményezési határidővel (<https://kormany.hu/dokumentumtar/nemzeti-kereskedelmi-es-fogyasztovedelmi-hatosag-letreh-osszefugg-kr-mod> – 2024. október 10.). Nem ritka érdekességként említendő meg, a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságról szóló 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet végső előterjesztői indokolásának mindössze öt mondatból a jogszabályi tartalom túl, az NKFH létrehozásának indokaira vonatkozóan semmit nem tudhatunk meg; vö. pl. a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendeletek módosításáról szóló 328/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet végső előterjesztői indokolása beszédesebb; az egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról szóló 2024. évi L. törvény végső előterjesztői indokolása szerint „a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság felállítása” „[a] fogyasztóvédelem erősítését szolgálja”, a „felállítása”-hoz „szükséges módosításokat is tartalmazza a törvény” (általános indoklás; ld. még uo. 1-13. §-hoz fűzött részletes indoklás). Az utóbbi évek releváns jogalkotásának köréből ld. még pl. a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól szóló 373/2021. (VI. 30.) Korm. rendeletet.

⁵⁶ A másodfokú fogyasztóvédelmi hatósági eljárás megszüntetésének kritikájához ld. pl. Hámori, 2021, pp. 66-69.

⁵⁷ Ld. pl. Hámori, 2021, pp. 101-102.

⁵⁸ Vö. a kötelező jótállás alá tartozó tartós fogyasztási cikkek körének meghatározásáról szóló 10/2024. (VI. 28.) IM rendelet.

Véleményem szerint némileg bántotalannak tűnő az említett NGM rendelet 6. § (3) bekezdése,⁵⁹ 1. melléklete,⁶⁰ (inkább) vállalkozásbarát az NGM rendelet jelenlegi 5. §-a,⁶¹

⁵⁹ NGMr. 6. § (3) bekezdés: „(3) Ha a fogyasztó szavatossági és jótállási igényének megítéléséhez szakvélemény beszerzése szükséges, a szakvélemény kötelező tartalmi elemeit az 1. melléklet tartalmazza.”; vö. pl. Hámori, 2021, pp. 104-105.

⁶⁰ Vö. Hajnal, 2020b, p. 10. („A módosítás visszafogottan igyekszik a Ptk. által előírt szabad bizonyítás minimális formai kellékeit előírni, amely természetesen távol áll a szavatossági és jótállási ügyekben igénybe vehető szakértői vizsgálat és névjegyzék kötelezővé tételétől, azonban a fogyasztók védelme érdekében minimális formai szempontokat határoz meg a szakvélemények formáját és tartalmát illetően.”).

⁶¹ NGMr. 5. §: „5. § A vállalkozásnak törekednie kell arra, hogy a kijavítást vagy kicserélést legfeljebb tizenöt napon belül elvégezze. Ha a kijavítás vagy a kicserélés időtartama a tizenöt napot meghaladja, akkor a vállalkozás a fogyasztót tájékoztatni köteles a kijavítás vagy a csere várható időtartamáról. A tájékoztatás a fogyasztó előzetes hozzájárulása esetén, elektronikus úton vagy a fogyasztó általi átvétel igazolására alkalmas más módon történik.”; vö. 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet tárgyi hatálya (jótállás), amely az NGMr. 5. §-ával való összefüggésben számos cikk vonatkozásában nem biztosít védelmet, az NGMr. az 1. §-ának (1) bekezdése szerinti értelemben a kellékszavatossági és a termékszavatossági igény érvényesítésére is kiterjed, mindez még inkább rávilágít az NGMr. 5. §-a módosításának vállalkozásbarát és képlékeny jellegére {vö. 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet 5. § (5)–(8) bekezdés, (7) bekezdés első mondat: „Ha a fogyasztási cikk kijavításra a kijavítási igény vállalkozás részére való közlésétől számított *harmincadik* napig nem kerül sor, – a fogyasztó eltérő rendelkezése hiányában – a vállalkozás köteles a fogyasztási cikket a harmincnapos határidő eredménytelen elteltét követő nyolc napon belül kicserélni.”; Hajnal Zsolt a két rendelet szóban forgó szabályozására vonatkozóan a következőket írja 2020-ban: „[...] A gyakorlatban félreértésekhez fog vezetni a harminc napon túlnyúló javítások esetében a csere érvényesíthetőségének szabályozása, mert míg a jogszabály a szavatossági igények tekintetében pusztán a kijavított dolog átvételének idejéről szóló tájékoztatást, az elismervény tartalmi elemeit, és a tizenöt napot meghaladó javítás vagy csere esetén a javítás vagy csere várható idejéről szóló tájékoztatást rendezi, addig a kötelező jótállás alá eső termékek esetében ezen esetekre már a cserét rendeli alkalmazandónak.” – Hajnal, 2020b, p. 11., ld. NGMr. 5. §, 6. § (1)–(2) bekezdés, Korm. r. 5. § (7) bekezdés első mondat; véleményem szerint ehhez azt is hozzátehetjük, hogy a Korm. r. 5. § (5)–(8) bekezdése szerinti, kritika tárgyává tett jogalkotói kijavítás-előnyben részesítés önmagában is jogértelmezési, jogalkalmazási anomáliákhoz vezet, vö. pl. Ptk. 6:159. § (2)–(2a) bekezdés [„(2) Kellékszavatossági igénye alapján a jogosult választása szerint a) kijavítást vagy kicserélést igényelhet, kivéve, ha a választott kellékszavatossági jog teljesítése lehetetlen, vagy ha az a kötelezettnek – másik kellékszavatossági igény teljesítésével összehasonlítva – aránytalan többletköltséget eredményezne, figyelembe véve a szolgáltatás hibátlan állapotban képviselt értékét, a szerződésszegés súlyát és a kellékszavatossági jog teljesítésével a jogosultnak okozott érdeksérelmet; vagy b) az ellenszolgáltatás arányos leszállítását igényelheti, – a (2a) bekezdés szerinti kivétellel – a hibát a kötelezett költségére maga kijavíthatja vagy mással kijavíttathatja, vagy a szerződéstől elállhat, ha a kötelezett a kijavítást vagy a kicserélést nem vállalta, e kötelezettségének a (4) bekezdés szerinti feltételekkel nem tud eleget tenni, vagy ha a jogosultnak a kijavításhoz vagy kicseréléshez fűződő érdeke megszűnt. (2a) Fogyasztó és vállalkozás közötti – ingó dolognak minősülő áru adásvételére, digitális tartalom szolgáltatására vagy digitális szolgáltatások nyújtására irányuló – szerződés esetén a fogyasztó kellékszavatossági jogai gyakorlása keretében a hibát a kötelezett költségére maga nem javíthatja ki, illetve mással sem javíttathatja ki azt.”], Alaptörvény B) cikk (1) bekezdés (jogbiztonság követelménye), 15. cikk (4) bekezdés („A Kormány rendelete törvénnyel nem lehet ellentétes.”), e Korm. r.-módosításról, annak „félrevezető” és „egyértelmű hátrányá”-ról – valamint az NGMr.-módosítás különböző vonatkozásairól – Hajnal Zsolt is ír, ld. Hajnal, 2020b, pp. 9-11.; a Korm. r.-módosítás kritikájához ld. még Hámori, 2021, pp. 82-83., az NGMr. 5. §-ának módosítása vonatkozásában ld. pl. Hámori, 2021, pp. 102-104., Orosz, 2022, p. 168.}. Álláspontom szerint a szabályozásnak a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés esetében a fogyasztó számára kedvezőbbnek kellene lennie, e helyett a Korm. r. 5. § (5)–(8) bekezdése szerinti szabályozás a Ptk. 6:159. § (2) bekezdés a) pontja szerinti általános (fogyasztó és fogyasztó, illetve vállalkozás és vállalkozás közötti szerződés esete szerinti) szabályozáshoz képest is kedvezőtlenebb, hátrányosabb a fogyasztó

hatóságbarát – fogyasztó számára hátrányos, (személyes adat-) kiszolgáltatottságot eredményező – változás az Fgytv. 46. § (1) bekezdésének, 46/A. § c) pontjának módosítása.⁶²

A bizonyos mértékű, kritizált „cikk-cakkozások”-ra példa a békéltető testületi megbízási időtartam három évről négy évre való felemelése (2012. január 1-jei hatálybalépéssel), majd négy évről három évre történő leszállítása (2019. szeptember 1-jei hatálybalépéssel), és ismét négy évre módosítása (2023. június 25-i hatálybalépéssel), illetőleg a fogyasztói érdekek képviselését ellátó egyesületek 2019. szeptember 1. napjától hatályos szabályok szerinti pályázati eljárásban, kiválasztási folyamatban történő mellőzése és 2023. június 25. napjától hatályos rendelkezések alapján való megjelenítése, valamint a fogyasztóvédelmi politikának az Fgytv. 40. §-ába történő visszatétele. Ugyancsak megszívlelt példa – 2024. január 1-jei hatálybalépéssel, az Fgytv. 25. §-ának (2) bekezdésében – annak kimondása, hogy „[a]z egyedül eljáró testületi tagnak jogi felsőfokú végzettséggel kell rendelkeznie”, továbbá, 2025. január 1-jei hatálybalépéssel a felszolgálati díj maximálásának hivatkozott, 15, illetve 20 százalékból történő jogalkotói visszavezetése. A fogyasztóvédelmi jogszabályok nagyon gyakran változó voltára a 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet is felhívható példaként, mert az a 2024. évben is többször módosult, egyebek mellett 2025. január 1-jei hatálybalépéssel [ld. pl. 3. § (1), (5) bekezdés, 3/A. § (1)–(3) bekezdés, 4. § (1) bekezdés].

A jogalkalmazó szervek körében előforduló probléma a fogyasztó kérelmezői, sőt, ügyféli minőségének hivatkozott írásokban⁶³ részletesen említettek szerinti megtagadása. A vasúti személyszállítást igénybe vevő utas⁶⁴ tekintetében – speciális ágazati szabályozással – a 2024–2025. évben is több mulasztási per, kúriai eljárás van folyamatban.⁶⁵ Fogyasztó-

száma; a Korm. r. 5. §-a szerinti szabályozásban a fogyasztó számára biztosítani kellene azt, hogy a vállalkozással szemben az első hibajelentkezés alkalmával is választható a kicserélés, minimum azon feltételek mellett, amelyek a Ptk. 6:159. § (2) bekezdés a) pontjában szerepelnek (vö. pl. Korm. r. 7. §); az NGMr. 5. §-ában be kellene iktatni egy – további tizenöt napos – teljesítési határidőt, amelynek eredménytelen elteltét követően a fogyasztó elállhatna a szerződéstől – ez a fogyasztók számára érdemi, hatékony védelmet jelentene a vállalkozásokkal szemben.

⁶² Fgytv. 46. § (1) bekezdés: „(1) A fogyasztóvédelmi hatóság eljárása megindításának feltétele, hogy a fogyasztó az érintett vállalkozással közvetlenül megkísérelje a vitás ügy rendezését.”; 46/A. § c) pont: „A fogyasztó fogyasztóvédelmi hatóság részére benyújtott kérelmének – az Ákr. 36. §-ában előírtakon túl – tartalmaznia kell [...] c) a kérelem tárgyának rövid leírását a rendelkezésre álló dokumentumokkal alátámasztva, ideértve különösen a vállalkozásnak a fogyasztó megkeresésére adott válaszlévelét, a szóbeli panaszról felvett jegyzőkönyvet, postai vagy elektronikus úton benyújtott panasz esetében a feladás igazolását szolgáló dokumentumot.”; vö. pl. Ákr. 28. § (1), (3) bekezdés, amelyet az Fgytv. 46. § (1) bekezdése, 46/A. § c) pontja gyakorlatilag hatástalaníthat.

⁶³ Ld. pl. Hámori, 2025, 2024b, 2023a, 2023c, 2023d, 2022c.

⁶⁴ A Kúria Pfv.V.20.716/2014/4. sz., 2015. február 19. napján meghozott ítélete szerint a vasúti személyszállítást igénybe vevő utas az Fgytv. szerinti fogyasztónak minősül.

⁶⁵ Ld. pl. Fővárosi Törvényszék 54.K.701.742/2022/4. sz. végzés (2022. október 3.), Fővárosi Ítéltábla 1.Kpkf.750.916/2022/8. sz. végzés (2023. szeptember 13., vö. pl. BH2022. 194., BH2021. 150.), Fővárosi Törvényszék 54.K.701.787/2022/4. sz. végzés, Fővárosi Ítéltábla 1.Kpkf.750.919/2022/7. sz. végzés, ÍH 2023.161. {„A mulasztási per tárgyává tett cselekmény jogi minősítéséről ítéletben hozható döntés.” „A mulasztási perben vizsgálendő tevékenység közigazgatási cselekményként történő minősítése – a mulasztási per sajátosságai miatt – a mulasztási ítélet meghozatalát érintő, az ügy érdemére tartozó kérdés, ezért a keresetlevél Kp. 48. § (1) bekezdés b) pontja szerinti visszautasítását nem alapozza meg. [2017. évi I. törvény (Kp.) 4. § (1), (3), (4) bekezdés, 127. §, 129. § (1) és (2) bekezdései]” – vö. pl. Bíró, 2024, p. 715.; Kárász, 2024,

pp. 307-310. („Az ítéletábra végzésében kifejtett álláspontot vitathatónak tartjuk. [...]” – pp. 308-310.)) következményei; Hámori, 2025, 2024b; Fővárosi Törvényszék 54.K.703.545/2023/7. sz. ítélet (2024. február 20., a bíróság a keresetet elutasította, ld. különösen Indokolás [14]-[18]), Fővárosi Ítéletábra 3.Kf.700.110/2024/4. sz. ítélet {2024. szeptember 25., az Ítéletábra az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta, ld. különösen Indokolás [27]-[35], az ítéletábrai álláspont szerint „*sui generis vitarendezési típusú panaszkezelési eljárás*”-ról, „diszkrecionális jogkör”-ről, nem Ákr. szerinti eljárásról van szó, „bár más eljárás jellege folytán nem esik a Panasztv. hatálya alá”, „hatósági hatáskör” tekintetében „jogsabályi felhatalmazás, kijelölés” „hiányában” „a tárgyi ügy nem minősül hatósági ügynek, az alperes pedig hatóságnak, ilyen kijelölésnek az Ákr. szerinti hatósági eljárásra a Vtv. 69. § 10. pontja nem tekinthető”, a per tárgyává tett „cselekmény” „közigazgatási tevékenységnek nem minősülő cselekmény”, márpedig „[m]ulasztási pernek” ilyen „cselekmény nem lehet a tárgya”, „közigazgatási cselekmény hiányában” „mulasztási per nem kezdeményezhető”, kérdés, eszerint a fogyasztói státusszal bíró utasnak a jogsabályok értelmében vállalkozásként eljáró vasúti személyszállító szolgáltatóval szemben az Fgytv. 46/A. §-ára is hivatkozva a fogyasztóvédelmi feladat- és hatáskörben eljáró kormányhivatal részére kellett, illetve lehetett volna – az Ákr. rendelkezéseinek megfelelően – fogyasztói kérelmet benyújtania, előterjesztenie, és erről – az Ákr.-es hatáskör alperesi hiányát is ide értve – az alperesnek az utast – a fogyasztói többletvédelem jegyében – korrekt módon tájékoztatnia kellett volna [vö. Sztv. 18. § (7) bekezdés, szubszidiárius jelleggel régi Panasztv. 2. § (4) bekezdés, új Panasztv. 5. § (2) bekezdés], s az, hogy például az ilyen tájékoztatás-elmaradással, vagy egyáltalán, a szóban forgó, hivatkozott, szó szerinti jogsabályi rendelkezésen alapuló tájékoztatással, illetve értesítéssel szemben nem lehet bírósághoz fordulni, vajon mennyiben helyénvaló [a Kúria Pfv.V.20.716/2014/4. számú, 2015. február 19. napján meghozott ítélete szerint a vasúti személyszállítást igénybe vevő utas az Fgytv. szerinti fogyasztónak minősül], véleményem szerint az alperes akkor is közigazgatási (állami, minisztériumi) szerv, hatóság [a Vtv. és az Sztv. alapján is, ld. pl. Vtv. 4. § (2) bekezdés a) pont, 69. §, 76-79. §, 79/E-G. §, 84/I. §, Sztv. 15. § (1) bekezdés, 17. § (1)-(2), (4), (6a) bekezdés], ha a szóban forgó eljárása, tevékenysége, cselekménye, aktuusa, magatartása nem esik az Ákr. és a Kp. hatálya alá, jelen „diszkrecionális jogkör” esetén is, és – speciális közigazgatási jogi szabályozás alapján – hatóságként, hatósági jogkörben jár el (a jelen esetben is közjogi, közigazgatási jogi jogviszonyról van szó, „diszkrecionális jogkör”-t az Ákr. is tartalmaz, ld. pl. Ákr. 121. §)), Fővárosi Törvényszék 54.K.703.532/2023/8. sz. ítélet (2024. február 23., a bíróság a keresetet elutasította, ld. különösen Indokolás [13]-[17]), Fővárosi Ítéletábra 1.Kf.700.122/2024/4. sz. ítélet {2024. szeptember 24., az Ítéletábra az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta, ld. különösen Indokolás [20]-[32], „az Sztv. 18. §-a szerinti eljárás nem közigazgatási hatósági eljárás, hanem ún. panasz eljárás”, „az Sztv. 18. §-a szerinti panasz nem közigazgatási hatósági eljárást megindító dokumentum”, „a vasúti igazgatási szervet” „diszkrecionális jogkör illeti meg”, „Mivel pedig nem köteles meghatározott döntést meghozatalára, így az utas által »kezdeményezett« hatósági eljárás mellőzéséről sem kell formális döntést hoznia. Ez pedig azt jelenti, hogy a vasúti igazgatási szerv sem azzal nem követett el jogsabálysértést, hogy a panaszos panasza alapján nem indított közigazgatási hatósági eljárást, sem azzal (ami ugyanebből logikailag következik), hogy a panaszos beadványáról nem végzés, illetve határozat formájában »döntött«.”, ugyanakkor az indokolás [30] bekezdésében az idézett ítéletábrai állásponthoz képest különbségként olvasható, hogy a tárgyi „panasz eljárás” „– amint azt az elsőfokú bíróság helyesen megállapította – a Panasztv. hatálya alá tartozik”, „[...] mivel a perbeli esetben az Sztv. szerinti panasz benyújtása a Panasztv. szerinti eljárás megindulását vonta maga után, amelynek keretében az alperest diszkrecionális jogkör illette meg annak eldöntésében, hogy a panaszos beadványa alapján indít-e, avagy sem közigazgatási hatósági eljárást, így a kérdéses eljárás megindításának mellőzésével, amellet, hogy a panaszost tájékoztatta a panaszával kapcsolatos álláspontjáról, nem követett el mulasztást. Fontos hangsúlyozni, hogy az alperes szóban forgó eljárása az említett jellegénél fogva nem minősül közigazgatási hatósági eljárásnak, és az ennek keretében hozott »döntése« közigazgatási cselekménynek, ennél fogva a mindezek kapcsán állított mulasztása nem alapozhatja meg a Kp. 129. § (1) bekezdése szerinti jogsértést, amiből következően az elsőfokú bíróság a helyesen megállapított tényállásból helytálló jogi következtetést levonva megalapozottan utasította el a felperes keresetét.”; megemlítendő, az ítéletábrai tanács az indokolás [29] bekezdésében amellet foglalt állást, hogy az Fgytv. 46/A. §-a esetében „fogyasztóvédelmi hatósági hatáskör”-ről, kérelemre indult, Ákr.-es eljárásról van szó}, Fővárosi Törvényszék

43.K.703.732/2023/13. sz. ítélet (2024. március 26., „A Fővárosi Törvényszék megállapítja az alperes mulasztását és kötelezi az alperest az elmulasztott közigazgatási cselekmény – a felperesi érdekelt mint utas által 2022. december 2. napján a cég1 ellen az alpereshez benyújtott panaszának ügyében hatósági eljárás lefolytatása és hatósági döntés meghozatala – 45 napos ügyintézési határidőben történő megvalósítására.”, ld. különösen Indokolás [26]-[50], „[43] A fogyasztói jogok hatékony érvényesítésének nem felelt meg az az alperes által alkalmazott eljárás, miszerint a felperesi érdekelt panaszát először a régi Panasztv. alapján vizsgálta meg és ennek eredményeképpen saját hatáskörben dönt arról, hogy megindítja-e a hatósági eljárást, mivel ez esetben az utas – felperesi érdekelt – eljárási jogai és jogérvényesítési lehetőségei rendkívül korlátozottak. Nem voltak biztosítottak számára az ügyféli garanciális jogok és a tisztességes hatósági eljáráshoz való alapjog. Rendkívül jelentős garanciális jellegű alapjog a jogorvoslathoz való jog, amely szintén nem volt biztosított semmilyen formában a régi Panasztv. hatálya alá tartozó panaszosként kezelt felperesi érdekelt számára. [...] az alperes súlyosan korlátozta a felperesi érdekelt mint utas Alapjogi Charta 47. cikke – valamint az Alaptörvény XXVIII. cikke által – biztosított hatékony bírósági jogorvoslathoz való jogát.” „[44] [...] a vasúti személyszállítást igénybe vevő utasok jogaira vonatkozó jogszabályi rendelkezések megsértése nem csak hivatalból, hanem az utas panaszára indult eljárásban is vizsgálható.” „[47] [...] a bíróság összességében megállapította, hogy az Sztv. 18. §-a a vele együttesen alkalmazandó 2021/782 Rendelettel összhangban kizárólag akképpen értelmezhető, hogy a vasúti igazgatási szerv a személyszállítási szolgáltatást igénybe vevő utas – utasjoga sérelmére vonatkozó – panaszát az utasok uniós jog által biztosított fogyasztói jogainak hatékony védelme érdekében az Ákr. hatálya alatt lefolytatott hatósági eljárásban köteles elbírálni és arról olyan hatósági döntést hozni, amely ellen biztosított a bírósági jogorvoslat.”), Fővárosi Ítéltábla 3.Kf.700.173/2024/6. sz. ítélet {2024. október 16., az Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét megváltoztatta, a keresetet elutasította, ld. különösen Indokolás [33]-[61], „[44] [...] az EK rendelet 30. cikkéből, miként az EU rendelet 31-33. cikkeiből sem következik, hogy az alperes fogyasztóvédelmi hatóságként került volna kijelölésre, [...]” „[50] Téves és jogszabályi alap nélküli (*contra legem*) következtetés, hogy a Vtv. 69. § 10. pontjával kijelölt alperes az utas, mint fogyasztó vonatkozásában fogyasztóvédelmi hatósági jogkört gyakorolna; [...]” „[53] [...] alapvetően vizsgálat-jellegű (*vitarendezési mechanizmusú*) *sui generis* eljárásrend[...]” „[...] *sui generis* panasz [...]” „[...] *sui generis* eljárásrend [...]” „[...] diszkrecionális jogkör [...]” „A diszkrecionális jogkör, a panasz alapos vagy alaptalan voltának meghatározása a vasúti igazgatási szerv szabad belátását tételezi, így a hatósági döntés nem kikényszeríthető.” „[54] Az ítéltábla álláspontja szerint a vasúti igazgatási szerv Sztv. 18. §-ában szabályozott panaszkezelési eljárásrendje, a kivizsgálás folyamata, a panasz elintézése, (amennyiben nem zárul bármely hatósági lépést tartalmazó hatósági döntéssel), nem a régi Panasztv. hatálya alá eső, hanem azon kívüli, egy sajátos vitarendezési típusú *sui generis* eljárás.” „[...] a panaszos panasz az Sztv. 18. § (1)–(7) bekezdése szerint szabályozott *sui generis* (azaz más) panaszkezelési eljárás és mechanizmus hatálya alá esik.” „[55] [...] *sui generis* panaszkezelési eljárás [...]” „Az Sztv. 18. §-a olyan *sui generis* eljárási szabályokat határoz meg az utasok panasz elbírálására, amelyre a szubszidiárius jellegű régi Panasztv. alkalmazhatósága fogalmilag is kizárt, a megtévesztő azonos szóhasználat ellenére.” „[56] Arról sincs szó ugyanakkor – téves az erre irányuló jogértelmezés –, hogy a panaszt a hatáskörrel rendelkező hatóságnak az Ákr. szabályrendszerében kellene elbírálnia. [...]” „[57] [...] tárgyi ügy nem minősül hatósági ügynek, az alperes pedig hatóságnak.” „[60] Összességében az ítéltábla álláspontja szerint a felperes által hiányolt hatósági eljárást az alperes nem mulasztotta el, mert az Sztv. 18. §-a szerinti panasz elintézése alapján lefolytatott *sui generis* vitarendezési típusú panaszkezelési eljárás, bár más eljárás jellege folytán nem esik a régi Panasztv. hatálya alá, automatikusan nem generál a Vtv. 69. § 10. pontja a vasúti igazgatási szerv számára hatósági, fogyasztóvédelmi hatósági jogkört. Az Sztv. 18. § (7) bekezdéséből következik, hogy a panasz kivizsgálása esetén fennáll az erre vonatkozó diszkrecionális jogkör (alapos vagy alaptalan panasz, hatósági lépések megtétele).” „[61] Mulasztási pernek közigazgatási tevékenységnek nem minősülő cselekmény nem lehet a tárgya. Márpedig a Kp. 4. § (1) bekezdésében tételezett konjunktív feltételek közül a cselekmény közigazgatási szerv általi megvalósítandósága, mint aminek elmulasztása peresíthető lenne, hiányzott, így *közigazgatási tevékenység* (mint az aktív cselekményen túli passzív cselekményt felölelő, összefoglaló kategória) hiányában pedig mulasztási per nem vezethet eredményre. [...] amennyiben az alperesnek nincs olyan kötelező erejű, szervei diszkreciót kizáró hatásköre (feladatköre) a kezdeményezés tárgyában akármilyen, akár érdemi, akár nem érdemi hatósági döntést hozni, hanem ez a diszkrecionális jogkörét képezi, mulasztás nem

védelmi szempontból pozitív fejlemény, hogy a fogyasztóvédelemmel összefüggő kormányrendeletek módosításáról szóló 93/2024. (IV. 23.) Korm. rendelet végső előterjesztői indokolása – az Fgytv. 46/A. §-ával összhangban – „a fogyasztó kérelmére indult eljárás”-ról tanúskodik, remélhetőleg a 2025. január 1-jén létrejött NKFH – szemben egyes BFKH-forrásokkal⁶⁶ – ezt is szem előtt tartja, továbbá, a Fővárosi Ítéltábla a 2024. szeptember 24. napján meghozott 1.Kf.700.122/2024/4. számú ítélet indokolásának [29] bekezdésében amellet foglalt állást, hogy az Fgytv. 46/A. §-a esetében „fogyasztóvédelmi hatósági hatáskör”-ről, kérelemre indult, Ákr.-es eljárásról van szó, és ez például a Fővárosi Törvényszék 2024. március 26. napján meghozott, 43.K.703.732/2023/13. számú ítéletének [41] és [45] bekezdése szerint sem kérdéses. A fentiekben ismertetett bírósági ítéletek alapján is megállapítható: a fogyasztó kérelmezői, sőt, ügyféli minőségének az Fgytv. 46/A. §-a elle-nére történő megtagadása – a vasúti személyszállítást igénybe vevő utas⁶⁷ tekintetében

áll fenn.”}, és felülvizsgálati kérelmek kapcsán indult kúriai eljárások {mindegyik eljárásban a felperes az ügyész, az eljáró ügyészi szerv a Fővárosi Főügyészség, illetve a felülvizsgálati kérelmek tekintetében a Leg-főbb Ügyészség, az alperes az Építési és Közlekedési Minisztérium Vasúti Igazgatási Szerve, a felperes által pl. az Ákr. 8. §-a és a Kúria Kfv.II.37.366/2016/7. sz., 2017. április 26. napján meghozott ítélete is hivatkozva, amely ítélet tekintetében a citált 3.Kf.700.110/2024/4. sz., 1.Kf.700.122/2024/4. sz. és 3.Kf.700.173/2024/6. sz. ítéletek szerint összevethetőség-hiány áll fenn, kétségtelen, a 2017. április 26-i kúriai ítéletben Fogyasz-tóvédelmi Felügyelőséghez fordulás – és „fogyasztó kérelmére indult eljárás”, „fogyasztó” „ügyfél” – sze-repel, az Fgytv. szerinti kúriai állásponthoz ld. kúriai ítélet Indokolás [16]-[17] bekezdés, „[f]ogyasztóvé-delmi eljárás indulhat [...] kérelemre is. A fogyasztó kérelmére vonatkozó szabályokat az Fgytv. 46/A. §-a tartalmazza. E rendelkezésből levezethetően a fogyasztó jogosult kérelmet, panaszt benyújtani [...]. A kérel-mező (a fogyasztó) a fogyasztóvédelmi eljárásban ügyfélnek minősül, [...]”; a 43.K.703.732/2023/13. sz. fővárosi törvényszéki ítélet indokolásának [41] bekezdése szerint „[a] felperes helytállóan hivatkozott a Kúria Kfv.II.37.366/2016/7. ítéletére”. Vö. pl. Kalas, 2022: „[...] E határozatok is alátámasztják azon egységesnek mondható kúriai szemléletet, miszerint az ügyfél jogállás vizsgálata körében a jog vagy jogos érdek sérelmét nem lehet szűkítően értelmezni, az ügy tárgyával való nyilvánvaló jogi kapcsolat önmagában megalapozhatja az ügyféli jogállást. [...] Az ügyféli jogállás elismerésének elmaradása azt jelenti, hogy az ügyben érintettek nem tudják érvényesíteni a tisztességes eljáráshoz való jogukat, sem az ügy tisztességes elintézésére, sem a jogorvoslati út igénybevételére vonatkozóan, a konkrét eljárás vonatkozásában (IV/3408-9/2021. AB határo-zat IV/2. pontja)”. A Kúria Kfv.III.37.253/2017/8. sz., 2018. március 27. napján meghozott ítélete indokolá-sának [9] bekezdése szerint a fogyasztóvédelmi hatósági álláspont arról tanúskodik, hogy helye van a fo-gyasztói kérelemre induló eljárásnak (a konkrét esetben azonban – ezen ítéleti bekezdés szerint – ilyen, rele-váns kérelem nem került előterjesztésre). A Budapest Környéki Törvényszék 6.K.701.459/2022/16. sz., 2023. március 13. napján meghozott ítélete indokolásának [2]-[3] bekezdése szerint az alperes Pest Vármegyei Kor-mányhivatal elismeri a fogyasztó kérelmére induló fogyasztóvédelmi hatósági eljárást (az alperes – *in concreto* – ilyen eljárást folytatott le). A Szegedi Törvényszék 101.K.700.123/2021/12. sz., 2021. május 14. napján meghozott ítélete szerinti perben a fogyasztó alperesi érdekeltként szerepelt. A Kúria Kfv.II.38.011/2015/3. sz., 2016. október 5. napján meghozott ítélete szerinti hatósági ügyben e kúriai ítéleti indokolás [1], [6] és [11] bekezdése szerinti „[f]ogyasztói bejelentés”-re, „közérdekű bejelentés”-re az Fgytv. 46/A. §-ának 2014. január 13. napjától hatályos beiktatása előtt került sor [vö. Kúria Kfv.II.37.526/2015/7. sz., 2016. február 3. napján meghozott ítélet indokolásának első bekezdése („2013. június 10. napján ellenőr-zést tartott”, „2013. június 12. napján” „próbavásárlást végzett”, „2014. július 17. napján kelt” „határozat” szövegrészek); Kúria Kfv.II.37.851/2014/7. sz., 2015. május 6. napján meghozott ítélet indokolása („2012. december 21-én” szövegrész)].

⁶⁶ Ld. pl. Hámori, 2024b, 2023a, 2023c, 2022c.

⁶⁷ A Kúria Pfv.V.20.716/2014/4. sz., 2015. február 19. napján meghozott ítélete szerint a vasúti személyszál-lítást igénybe vevő utas az Fgytv. szerinti fogyasztónak minősül.

meglévő, hivatkozott speciális ágazati szabályozás⁶⁸ vonatkozásában létező, 2024–2025. évi bírósági eljárásokban megnyilvánuló álláspontkülönbségektől függetlenül – nemcsak az ügyész(ség)i aktusokkal,⁶⁹ hanem az alsó és a felső bírósági ítéletekkel is szembe megy.⁷⁰

Ugyancsak meglévő problémát jelent a Szabs. tv. 200. § (1) bekezdés *d)* pontjának szabályozása, amely szerint, aki közterületen vagy nyilvános helyen *fiatalkorút* szándékosan lerészegít, az szabálysértést követ el. A kritika tárgyát több vonatkozásban is a „fiatalkorút” szó képezi, ugyanis – véleményem szerint, miként a Szabs. tv. 200. § (1) bekezdés *b)* pontjában is látjuk – a „tizennyolcadik életévét be nem töltött személyt” szövegrész szükségeltetik. Álláspontom indokolása e tekintetben a következő (túl azon, hogy a „fiatalkorú” e törvényben aktív – nem passzív – alanyi megnevezés): a Szabs. tv. 27. § (1) bekezdése alapján e törvény alkalmazásában *fiatalkorú* az, aki a szabálysértés elkövetésekor a tizennegyedik életévét betöltötte, de a tizennyolcadikat még nem; véleményem szerint a „tizennegyedik életévét be nem töltött személy” szóban forgó szabálysértési jogi védelme is szükséges, mert a Btk. „*kiskorú veszélyeztetése*” tényállása⁷¹ nem minden esetben alkalmazható a „*lerészegítésre*”, márpedig a „tizennegyedik életévét be nem töltött személyt” a „*fiatalkorúnál*” is *fokozottabb védelem* illeti meg, továbbá, a Btk. 208. § (2) bekezdése „tizen-nyolcadik életévét betöltött személy” elkövetőt foglal magában, miközben az is elő tud állni, hogy fiatalkorú a szándékosan lerészegítő személy.⁷²

⁶⁸ Vö. Hámori, 2024b, p. 179. (Mttv.-szabályozás).

⁶⁹ Ld. részletesen ismertetve: Hámori, 2024b, pp. 168–171., 177.

⁷⁰ A tekintetben, hogy a fogyasztóvédelmi hatóságnak kérelemre is el kell járnia, ld. még pl. Orosz, 2022, p. 161. (1. lj.).

⁷¹ Ld. Btk. 208. § (1)–(2) bekezdés: „(1) A kiskorú nevelésére, felügyeletére vagy gondozására köteles személy – ideértve a szülői felügyeletet gyakorló szülő, illetve gyám élettársát, továbbá a szülői felügyeleti jogától megfosztott szülőt is, ha a kiskorúval közös háztartásban vagy egy lakásban él –, aki e feladatából eredő kötelességét súlyosan megszegi, és ezzel a kiskorú testi, értelmi, erkölcsi vagy érzelmi fejlődését veszélyezteti, büntetett miatt egy évtől öt évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő. (2) Ha súlyosabb bűncselekmény nem valósul meg, az (1) bekezdés szerint büntetendő az a tizennyolcadik életévét betöltött személy, aki tizennyolcadik életévét be nem töltött személyt *a)* bűncselekmény vagy szabálysértés elkövetésére, illetve zülölt életmód folytatására rábír vagy rábírti törekszik, *b)* bűncselekmény elkövetéséhez felajánl.”

⁷² Ld. Bisztriczki & Kántás, 2014, 2012; Hámori, 2021, p. 109; Hámori, 2017c, pp. 260–261. A szabályozásbeli hiányosságokhoz és azok orvoslásához ld. pl. 1/2024. (I. 9.) AB határozat; Fttv. 12. § (2)–(5) bekezdés 2026. január 1. napjától hatályos szövege; a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságról szóló 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet (2026. január 1. napjától hatályos) 4. §; az egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról szóló 2024. évi L. törvény végső előterjesztői indokolása, részletes indokolás a 14–17. §-hoz: „Jelenleg a fogyasztóvédelmi és piacfelügyeleti területen nem áll rendelkezésre egységes informatikai szakrendszer, így a fogyasztóvédelmi és piacfelügyeleti hatósági ügyek egységes nyilvántartása, a társ-hatóságokkal való adatkapcsolat, illetve a szakmai irányítás informatikai támogatása nem biztosított. Az Alkotmánybíróság 1/2024. (I. 9.) AB határozata kimondta, hogy az Országgyűlés az Alaptörvény B) cikk (1) bekezdésével és XXVIII. cikk (6) bekezdésével összefüggésben mulasztásban megnyilvánuló alaptörvényellenességet idézett elő azáltal, hogy nem szabályozta a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény alapján létrehozott hatásköri rendszerben eljáró valamennyi hatóságra kiterjedően az együttműködés szervezeti rendjét, továbbá az általuk indított eljárásokról – az ügy érdemi azonosíthatóságához szükséges adatokra kiterjedően – a többi hatóság kötelező és haladéktalan értesítésének eljárásrendjét. A módosítás az Alkotmánybíróság döntésének végrehajtása érdekében a Gazda-

6. Az Alaptörvény módosítása

Miként a Bevezetésben utaltunk rá, véleményünk szerint – a fentiekben említett, hivatkozott (pl. jótállás- és igényintézési szabályozási, valamint Vtv.-s, Sztv.-s utasjogi, vállalkozás- és hatóságbarát) problémák (pl. a fogyasztók számára kedvezőbb igényérvényesítéshez, tájékoztatáshoz, a hatékony bírósági jogorvoslathoz való jog biztosítása hiányának) kiküszöbölése végett – a fogyasztók jogainak jelentősebb, fokozottabb védelmét alapvetően, kifejezetten szolgálná az Alaptörvény XX. cikk (2) bekezdésének módosítása és (3) bekezdéssel történő kiegészítése a következők szerint: „(2) Az (1) bekezdés szerinti jog érvényesülését Magyarország genetikailag módosított élőlényektől mentes mezőgazdasággal, az egészséges élelmiszerekhez és az ivóvízhez való hozzáférés biztosításával, a fogyasztóvédelem, a munkavédelem és az egészségügyi ellátás megszervezésével, a sportolás és a rendszeres testedzés támogatásával, valamint a környezet védelmének biztosításával segíti elő.” „(3) Magyarország a fogyasztói alapjogokat – ideértve a vagyoni érdekek védelméhez, a tájékoztatáshoz, a jogorvoslathoz és az érdekképviselőhöz való jogot is – a fogyasztó és vállalkozás viszonyában fokozott védelemben részesíti.”⁷³

Indokolásunk lényege szerint az alaptörvény-módosítás a fogyasztó és vállalkozás viszonyában fokozottabb, kifejezett jogi védelemben részesítené a fogyasztókat. A módosítás a fogyasztók vállalkozásokkal szembeni védelmét – a vagyoni érdekek védelméhez, a tájékoztatáshoz, a jogorvoslathoz és az érdekképviselőhöz való jogok vonatkozásában is – (egyértelműen, nevesítve) alapjogi szinten jelenítené meg, amely változás a hivatkozott alkotmánybírósági határozatokban foglaltak szerint is lényegesen nagyobb fokú oltalmat jelentene a fogyasztók számára.⁷⁴

7. Összefoglalás

Megítélésünk szerint a fogyasztók – általában a gyengébb fél – többletvédelmének, támogatásának jelentősége, aktualitása és komplexitása érzékelhető. Az állami kiegyenlítési törekvésekben mind a magánjogi, mind a közjogi, anyagi és eljárásjogi szabályozás jelentős szerepet játszik, amely az említettek értelmében – például alkotmányjogilag, alapjogilag – is növelendő.

sági Versenyhivatal, a fogyasztóvédelmi hatóság, a Magyar Nemzeti Bank, valamint az élelmiszerlánc-felügyeleti hatóság hozzáférést biztosító »belső ügyintézési felület« kialakítását írja elő, amelyen keresztül az eljáró hatóság haladéktalanul értesítené a többi hatóságot a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti hatósági eljárás megindításáról és lezárásáról. A rendszer működtetését a Kormány rendeletben jelöli ki. A rendszer bevezetése a törvénymódosítás mellett informatikai fejlesztést igényel, melyre tekintettel a módosítás hatálybalépési időpontja 2026. január 1-je.”

⁷³ Ld. Alaptörvény XX. cikk (1)–(2) bekezdés: „(1) Mindenkinek joga van a testi és lelki egészséghez. (2) Az (1) bekezdés szerinti jog érvényesülését Magyarország genetikailag módosított élőlényektől mentes mezőgazdasággal, az egészséges élelmiszerekhez és az ivóvízhez való hozzáférés biztosításával, a munkavédelem és az egészségügyi ellátás megszervezésével, a sportolás és a rendszeres testedzés támogatásával, valamint a környezet védelmének biztosításával segíti elő.”

⁷⁴ Vö. pl. Alaptörvény M) cikk (2) bekezdés. Ld. pl. Hámori, 2021.

A kiszolgáltatott, gyengébb fél fokozott(abb) oltalmának szükségessége nézetünk szerint objektíve, aktuálisan is fennáll, mert – miként Szent II. János Pál pápa a *Veritatis splendor* kezdetű enciklikában (VS) írta – „a lelkiismeret szabadsága soha nem az »igazságtól«, hanem mindig az »igazságban« való szabadság”-ot⁷⁵ jelenti, és ez – értelmezésünkben, felfogásunkban – fogalmilag és normatíve, megfelelően értve a szerződési szabadságra is áll; az igazság és az igazság szerinti az, hogy a kiszolgáltatott, hátrányos, egyenlőtlen helyzetben lévő személyt jobban kell védeni – a „kógens” szabályok is ennek fényében szemlélendők.⁷⁶ A szabályozási változásoknak is a „fogyasztó” – az ember – és nem a fogyasztás szolgáltatásban kell állniuk, és ez által szükséges a kötelezettek (pl. forgalmazók, gyártók, importőrök) javára is irányulniuk. Minderről – a „fogyasztó”, az ember védelméről – például a szociális enciklikák is bőségesen, a világi jogalkotók és jogalkalmazók számára is, aktuálisan megszívlelendő tartalommal és módon szólnak.

Szent II. János Pál pápának a szociális kérdésről szóló *Centesimus annus* kezdetű enciklikájában (CA) – napjainkban is igen jelentősen meglévő aktualitással – olvasható, hogy „[a] gazdaság valójában csak az egyik összetevője és dimenziója az emberi tevékenység sokféleségének. Ha abszolúttá válik, ha az árutermelés és -fogyasztás a társadalmi életben a központi helyre kerül, és minden mástól függetlenül a társadalom egyedüli értékévé válik, akkor az okot nemcsak és nem annyira magában a gazdasági rendszerben kell keresni, hanem abban, hogy a szociális-kulturális értékrend – miután nem ismeri el az etika és a vallás jelentőségét – meggyengült, és csupán a javak termelésének és a szolgáltatásoknak tulajdonít jelentőséget”.⁷⁷ „[...] a gazdasági szabadság az ember szabadságának csak az egyik eleme. Amikor a gazdasági szabadság önállósodik, amikor az embert inkább a javak termelőjének és fogyasztójának tekintik, semmint személynek, aki azért termel és fogyaszt, hogy megéljen, akkor a szabadság elveszíti valós kapcsolatát az emberi személyllyel, végül elidegeníti és elnyomja őt.”⁷⁸ „Az ember ma gyakran elvész az állam és a piac két pólusa között. Néha ugyanis úgy tűnik, mintha időnként csak árutermelőként és -fogyasztóként vagy az állam közigazgatási alanyaként létezne, mintha feledésbe merülne, hogy az emberek együttélésének nem célja sem az állam, sem a piac, hanem az ember önmagában olyan páratlan értékkel bír, hogy az államnak is és a piacnak is szolgálnia kell. Az ember mindenekelőtt igazságot kereső lény, arra törekszik, hogy e szerint az igazság szerint éljen és elmélyítse azt a múlt és a jövő nemzedékével folytatott párbeszéd révén.”⁷⁹

A szent pápa az *Evangelium vitae* kezdetű enciklikájában (EV) Aquinói Szent Tamást is idézi, aki szerint: „Az emberi törvény annyiban törvény, amennyiben követi a helyes értelmet, és ennek megfelelően nyilvánvaló, hogy az örök törvényből ered. Amikor viszont eltér az értelemről, gonosz törvénné válik, és már nem törvény többé, hanem inkább valami erőszak.”,⁸⁰ továbbá: „ezért minden emberek által hozott törvény annyiban törvény, amennyiben a természeti törvényből ered. Ha pedig valamiben eltér a természeti törvénytől, már

⁷⁵ Ld. VS 64. pont.

⁷⁶ Ld. pl. Fazekas, jelen könyv IV. Fejezet 1. Bevezetés első bekezdés.

⁷⁷ CA 39. pont.

⁷⁸ Uo.

⁷⁹ Uo. 49. pont.

⁸⁰ Ld. EV 72. pont; Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, I–II, 93,3,2.

nem törvény, hanem a törvény romlása.”⁸¹ Szent Tamás Szent Ágostont citálja: *Nem törvény az, ami nem igazságos.*⁸²

A szabályozás és a gyakorlat fejlődését, a gyengébb fél fokozottabb védelmét és támogatását, az igazságot célozva Szent II. János Pál pápa szavait is ajánljuk az állami jogalkotók és jogalkalmazók figyelmébe. Az előrelépés, a jog maradéktalan érvényesülése érdekében sokat kell még tenni: nem csak jogilag, mert az önmagában kevés, nem elég. Olyan *szemléletformálásra van szükség*, amely az igazságon alapul, az igazságosságban épül, és amit a szeretet – az önzetlen (az arany szabály⁸³ szerinti) szeretet éltet.⁸⁴ Ehhez kívánunk Mindenkinek szívből bölcsességet és bátorságot, hogy a szabadságban – az igaz szabadságban – napról napra *emberibb, mértékletes egyensúlyt* találjon – a „fogyasztó”, a jogosult és a kötelezett egyaránt, mert „[m]i haszna van az embernek, ha az egész világot megszerzi is, de lelke kárát vallja? Mit is adhatna az ember cserébe a lelkéért?” (Mt 16,26⁸⁵)

8. Forrás- és irodalomjegyzék

- Biblia, *Ószövetségi és Újszövetségi Szentírás*. (pp. 126, 202, 1113, 1455). Budapest, 2000. Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója; Lev 19,35-36; MTörv 25,13-16.

- II. Vatikáni Zsinat, *Gaudium et Spes* kezdetű lelkipásztori konstitúció az Egyház és a mai világ viszonyáról. Róma, 1965. december 7. *Acta Apostolicae Sedis*, 1966, pp. 1025-1115, 26., 63-64. pont.

- Szent II. János Pál pápa, *Evangélium vitae* kezdetű enciklika az élet védelméről. 1995. március 25. *Acta Apostolicae Sedis*, 87(1995), 401-522. *Pápai Megnyilatkozások*, XXVI. Budapest, 1995. Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója (pp. 152; fordította: Diós István), 72. pont.

- Szent II. János Pál pápa, *Veritatis splendor* kezdetű enciklika a katolikus Egyház minden püspökének az Egyház erkölcstanának néhány alapvető kérdéséről. 1993. augusztus 6. *Acta Apostolicae Sedis*, 85(1993), 1133-1228. *Pápai Megnyilatkozások*, XXIV. Budapest, 1993. Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója (pp. 149; fordította: Diós István), 64. pont.

- Szent II. János Pál pápa, *Centesimus annus* kezdetű enciklika. 1991. május 1. *Acta Apostolicae Sedis*, 83(1991), 793-867. Budapest, 1991. Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója (pp. 96; fordította: Balogh Gábor, Barabás Miklós, Góják János), 39., 49. pont.

- Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, I-II, 93,3,2; 95,2.

⁸¹ Ld. EV 72. pont; Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, I-II, 95,2.

⁸² Ld. EV 72. pont; PL 32:1227. De libero arbitrio, I, 5–11. Vö. pl. Frivaldszky, jelen könyv III. Fejezet.

⁸³ Ld. Mt 7,12; Lk 6,31; vö. Tób 4,15.

⁸⁴ Vö. pl. Lk 16,1-31; Kol 3,17; II. Vatikáni Zsinat, *Gaudium et Spes* kezdetű lelkipásztori konstitúció az Egyház és a mai világ viszonyáról. Róma, 1965. december 7. *Acta Apostolicae Sedis*, 1966, pp. 1025-1115., 26., 63-64. pont; Hámosi, 2016f, 2010b, 2008c.

⁸⁵ Biblia, p. 1113.

- EUMSZ 12., 169. cikk; EU Alapjogi Charta 38. cikk.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2023. május 10-i (EU) 2023/988 rendelete az általános termékbiztonságról, az 1025/2012/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet és az (EU) 2020/1828 európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 2001/95/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv és a 87/357/EGK tanácsi irányelv hatályaon kívül helyezéséről.
- Európai Bizottság *Új fogyasztóügyi stratégia. A fogyasztói reziliencia erősítése a fenntartható helyreállítás érdekében* című, 2020. november 13-i közleménye (COM (2020) 696 final).
- Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) M) cikk (2) bekezdés, XX. cikk (1)–(2) bekezdés, XXVIII. cikk (1), (7) bekezdés.
- 2024. évi L. törvény egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról.
- 2023. évi XCVI. törvény igazságügyi tárgyú törvények módosításáról.
- 2023. évi XX. törvény az elérhetőbb fogyasztóvédelem érdekében szükséges törvények módosításáról 1-12. §, 17. §, 19. § b) pont, 1. melléklet.
- 2022. évi LXI. törvény a cselekvő fogyasztóvédelem érdekében szükséges egyes törvények módosításáról.
- 2019. évi LXVII. törvény a hosszú távú részvényesi szerepvállalás ösztönzéséről és egyes törvények jogharmonizációs célú módosításáról 55-65. §.
- 2016. évi CL. törvény az általános közigazgatási rendtartásról 8. §, 28. § (1), (3) bekezdés.
- 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről 6:168-6:170. §, 6:550-6:559. §, 8:1. § (1) bekezdés 3-4. pont.
- 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről 208. § (1)–(2) bekezdés.
- 2012. évi II. törvény a szabálysértésekről, a szabálysértési eljárásról és a szabálysértési nyilvántartási rendszerről 27. § (1) bekezdése, 200. § (1) bekezdés b), d) pont.
- 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről 1. § (1) bekezdés, 17. § (1)–(5) bekezdés, 17/D. § (1)–(6), (8)–(10), (12a), (14)–(15), (17) bekezdés, 18. § (6)–(6c) bekezdés, 40. § a) pont, 44. § (1) bekezdés a) és c) pont, 46. § (1) bekezdés, 46/A. § c) pont, 1. melléklet.
- 329/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet az árfigyelő rendszer létrehozásáról és működéséről szóló 163/2023. (V. 8.) Korm. rendeletnek és az élelmiszer-infláció csökkentése érdekében szükséges intézkedésekről szóló 1/2024. (I. 9.) Korm. rendeletnek a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő módosításáról.
- 328/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendeletek módosításáról.
- 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről.
- 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságról.
- 280/2024. (IX. 30.) Korm. rendelet a településrendezési és építési követelmények alapszabályzatáról 5. § 167-168. pont.

- 93/2024. (IV. 23.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelemmel összefüggő kormányrendeletek módosításáról.
- 182/2022. (V. 24.) Korm. rendelet a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről szóló 103. § (1) bekezdés 20. pont, 111/K. § (1)–(2) bekezdés, 1. melléklet L) 3.
- 373/2021. (VI. 30.) Korm. rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól.
- 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről.
- 23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet a zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről.
- 225/2007. (VIII. 31.) Korm. rendelet a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságról.
- 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról.
- 5/2023. (VI. 19.) IM rendelet a békéltető testületi elnöki és tagsági feladat ellátására vonatkozó kiválasztási eljárás szabályairól és a békéltető testületi elnökök és tagok díjazásáról, képzéséről és a békéltető testületi alapvizsga szabályairól, valamint az online adásvételi vagy online szolgáltatási szerződéssel összefüggő határon átnyúló fogyasztói jogvita esetén eljáró békéltető testületek kijelöléséről.
- 26/2019. (VIII. 26.) ITM rendelet a békéltető testületi tagsági feladat ellátására vonatkozó pályázat szabályairól és a békéltető testületi tagok díjazásáról, valamint az online adásvételi vagy online szolgáltatási szerződéssel összefüggő határon átnyúló fogyasztói jogvita esetén eljáró békéltető testületek kijelöléséről.
- 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól 1. § (1) bekezdés, 5. §, 6. § (3) bekezdés, 1. melléklet.
- 49/2003. (VII. 30.) GKM rendelet a fogyasztói szerződés keretében érvényesített szavatossági és jótállási igények intézéséről 4. § (2) bekezdése.
- 8/2014. (III. 20.) AB határozat, 3175/2013. (X. 9.) AB határozat, 334/B/2004. AB határozat (2006. március 28.), 1270/B/1997. AB határozat (2000. május 8.).
- BH2022. 194., BH2021. 150., Kúria Kfv.III.37.253/2017/8. sz. ítélet (2018. március 27.), Kúria Kfv.II.37.366/2016/7. sz. ítélet (2017. április 26.), Kúria Kfv.II.38.011/2015/3. sz. ítélet (2016. október 5.), Kúria Kfv.II.37.526/2015/7. sz. ítélet (2016. február 3.), Kúria Kfv.II.37.507/2015/3. sz. ítélet (2016. február 3.), Kúria Kfv.II.37.851/2014/7. sz. ítélet (2015. május 6.), Kúria Pfv.V.20.716/2014/4. sz. ítélet (2015. február 19.), Kúria Pfv.VII.20.429/2010/7. sz. ítélet (2010. április 15.), EBH2007. 1744. (LB Kfv.III.37.027/2007/4.), BH2008. 257. (LB Kfv.IV.37.206/2007/5.).
- Fővárosi Ítéltábla 3.Kf.700.173/2024/6. sz. ítélet (2024. október 16.), Fővárosi Ítéltábla 3.Kf.700.110/2024/4. sz. ítélet (2024. szeptember 25.), Fővárosi Ítéltábla 1.Kf.700.122/2024/4. sz. ítélet (2024. szeptember 24.), ÍH 2023.161., Fővárosi Ítéltábla 1.Kpkf.750.919/2022/7. sz. végzés, Fővárosi Ítéltábla 1.Kpkf.750.916/2022/8. sz. végzés (2023. szeptember 13.).

- Fővárosi Törvényszék 43.K.703.732/2023/13. sz. ítélet (2024. március 26.), Fővárosi Törvényszék 54.K.703.532/2023/8. sz. ítélet (2024. február 23.), Fővárosi Törvényszék 54.K.703.545/2023/7. sz. ítélet (2024. február 20.), Budapest Környéki Törvényszék 6.K.701.459/2022/16. sz. ítélet (2023. március 13.), Fővárosi Törvényszék 54.K.701.742/2022/4. sz. végzés (2022. október 3.), Fővárosi Törvényszék 54.K.701.787/2022/4. sz. végzés, Szegedi Törvényszék 101.K.700.123/2021/12. sz. ítélet (2021. május 14.).
- 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat a fogyasztóvédelmi politikáról.
- 2011/2015. (XII. 29.) Korm. határozat a Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2018-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről.
- 1011/2012. (I. 23.) Korm. határozat Magyarország IV. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2014-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről.
- 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozat a III. középtávú fogyasztóvédelmi politika megvalósítására irányuló, 2007–2010 közötti időszakra szóló cselekvési program végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről.
- 1012/2003. (II. 25.) Korm. határozat a II. középtávú, 2003–2006-ig szóló fogyasztóvédelmi politikáról.
- 1036/1999. (IV. 21.) Korm. határozat a fogyasztóvédelmi politika koncepciójáról.
- Az egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról szóló 2024. évi L. törvény végső előterjesztői indokolása.
- A Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendeletek módosításáról szóló 328/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet végső előterjesztői indokolása.
- A Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságról szóló 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet végső előterjesztői indokolása.
- A Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendelet-módosításokról szóló kormányrendelet-tervezet – 2024. október 18-i társadalmi egyeztetési véleményezési határidővel (<https://kormany.hu/dokumentumtar/nemzeti-kereskedelmi-es-fogyasztovedelmi-hatosag-letreh-osszefuggg-kr-mod> – 2024. október 10.).
- Innovációs és Technológiai Minisztérium, *Fogyasztóvédelmi szakmapolitikai program*. Budapest, 2021. (pp. 110).
- Az Országgyűlés Gazdasági Bizottságának 2024. november 12-én, kedden, 9 óra 33 perckor az Országház Tisza Kálmán termében (főemelet 37.) megtartott üléséről készült jegyzőkönyv, Ikt. sz.: GAB-42/38-5/2024., GAB-14/2024. sz. ülés (GAB-56/2022-2026. sz. ülés), 64-66. o. (<https://www.parlament.hu/documents/static/biz42/bizjkw42/GAB/2411121.pdf>).
- Az Országgyűlés Gazdasági Bizottsága Fogyasztóvédelmi Albizottságának 2024. október 29-én, kedden, 9 órakor az Országház Tisza Kálmán termében (főemelet 37.) megtartott

üléséről készült jegyzőkönyv, Ikt. sz.: GAB-42/34-3/2024/FV, FV-2/2024. sz. ülés (FV-5/2022-2026. sz. ülés), 5-9.o. (<https://www.parlament.hu/documents/static/biz42/bizjkw42/GAB/A546/2410291.pdf>).

- Alapvető jogok biztosa 2023. április 20. napján kelt, AJB-95/2023. ügyszámú irata.

- Alkotmányjogi jogalkotásért és fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkár 2022. szeptember 29-i, XX-FSTR/ID/17/2/(2022) számú irata.

- Agg, G. (2001). Általános helyzetkép a fogyasztóvédelmi oktatásról. In *Konferencia a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatásáról (Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Budapest, 2001. május 18.)*. (pp. 6-9, melléklet). Budapest, Oktatási Minisztérium & Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség.

- Balla, L. (2019). Néhány fogyasztóvédelmi és versenyjogi kérdés büntetőjogi megközelítésben. *Miskolci Jogi Szemle*, 14(2ksz,1), 32-42.

- Balogh, V. (2023). A viselkedési közgazdaságtan eredményei a fogyasztóvédelemben. *Jogtudományi Közlöny*, 78(2), 67-77.

- Balogh, V., Bencsik, A. & Zavodnyik, J. (Balogh, V. szerk., 2023). *Magyarázat a fogyasztóvédelmi jogi igényérvényesítésről*. (pp. 328). Budapest, Wolters Kluwer Hungary Kft. <https://doi.org/10.55413/557.A2300403.FVO>

- Baranovszky, Gy. & Kóródy, D. (2020). *A fogyasztóvédelmi békéltetés fejlődése Magyarországon*. (pp. 153). Budapest, magánkiadás.

- Barnóczki, D. (2023). The most frequented unfair practices in the beer market in the EU and Hungary. *Iustum Aequum Salutare*, 19(2), 113-128.

- Barta, J. (2023). A pszichés nyomásgyakorlás, mint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére*. (pp. 33-48). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.06>

- Barta, J. (2020). Az EU által meghirdetett digitális forradalom hatása a kereskedelmi jog egyes területein: szerződések, fogyasztóvédelem, gazdasági verseny, gazdasági társaságok. *Miskolci Jogi Szemle*, 15(3ksz), 14-26.

- Bartha-Tóth, M. (2021). Az érvénytelenség mint a fogyasztói jogvédelem eszköze. *Miskolci Jogi Szemle*, 16(2ksz), 289-297. <https://doi.org/10.32980/MJSz.2021.3.1035>

- Belovics, E. (2004). A közrend elleni bűncselekmények. In Belovics, E., Molnár, G. & Sinku, P., *Büntetőjog. Különös Rész*. 4. k. (p. 387). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.

- Bencsik, A. (2021). Rekviem egy ágazatért – a fogyasztóvédelmi igazgatás alakváltozatai. *Közigazgatás-Tudomány*, 1(2), 16-28. <https://doi.org/10.54200/kt.v1i2.13>

- Bencsik, A. (2017). A fogyasztóvédelem gazdaságelméleti alapjairól. *Polgári Szemle*, (4-6), 276-290. <https://doi.org/10.24307/psz.2017.1220>

- Bencsik, A. (2016a). *A fogyasztóvédelem közjogi keretei*. (pp. 191). Budapest–Pécs, Dialóg Campus Kiadó.

- Bencsik, A. (2016b). A fogyasztóvédelem közjogi keretei. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (pp. 134-151). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Bencsik, A. (2013). A fogyasztók védelmének alkotmányi fundamentumairól. *Közjogi Szemle*, 6(1), 21-31.
- Berki-Süle, M. & Hlédik, E. (2019). Viselkedésgazdaságtan a fogyasztóvédelemben. *Marketing & Menedzsment*, (EMOK különszám), 5-13. <https://doi.org/10.15170/MM.2019.53.EMOK.01>
- Bessenýő, A. (2014). A devizahitelek és a római jog. *Iura*, 20(2), 14-25.
- Bíró, P. (2024). A mulasztási perek bírói gyakorlata a közigazgatás hallgatása elleni jogorvoslat hazai fejlődéstörténetének tükrében. *Kúriai Döntések – Bíróvági Határozatok*, (4), 703-717.
- Bisztriczki, L. & Kántás, P. (2014). *A szabálysértési törvény magyarázata* (2. kiadás). (p. 645). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Bisztriczki, L. & Kántás, P. (2012). *Az új szabálysértési törvény magyarázata. Gyakorlati kérdések és válaszok a szabálysértési jog köréből*. (pp. 536, 609). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Bócz, E. (1996). A közrend elleni bűncselekmények. In Györgyi, K. & Wiener, A. I. (szerk.), *A Büntető Törvénykönyv magyarázata. Különös Rész*. (p. 574). Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Bodzási, B. (2019). Az Európai Bíróságnak a magyar devizahiteles szerződésekkel kapcsolatos gyakorlata, különös tekintettel az ún. Dunai-ügyben hozott ítéletre. *Miskolci Jogi Szemle*, 14(2019/2), 15-28.
- Bodzási, B. (2018). A deviza alapú fogyasztói kölcsönszerződésekhez kapcsolódó egyes polgári jogi kérdésekről. *Miskolci Jogi Szemle*, 13(2, 2), 61-75.
- Boros, A., Varga-Grund, Sz. & Gordos, B. (2022). Greenwashing a kozmetikai iparban. A fenntartható termékjelölés uniós szabályozása. *Jogtudományi Közlöny*, 77(12), 499-509.
- Burián, L. (1999). A fogyasztóvédelem az új nemzetközi magánjogi szerződési szabályok tükrében. *Magyar Jog*, 46(1), 16-23.
- Burián, L. (1994). Fogyasztóvédelem és nemzetközi jog. *Jogtudományi Közlöny*, 49(8-9), 307-313.
- Buzás, G. & Hámori, A. (2005). Fogyasztóvédelmi oktatás és nevelés. *Fogyasztóvédelmi Szemle*, 2(2), 41-45.
- Czibrik, E. & Pusztahelyi, R. (2022). Online kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelensége a Booking.com döntés tükrében. *Miskolci Jogi Szemle*, 17(1), 78-96. <https://doi.org/10.32980/MJSz.2022.1.1939>
- Czuczai, J. (1997). Korreferátum a fogyasztóvédelem témájában Gyarmati András előadásához (A Ptk. újabb módosítása az európai jogharmonizáció tükrében). In *Magyar Jogászegylet Tizedik Jogász Vándorgyűlés (Sopron)*. (pp. 71-86). Budapest.

- Csák, Cs. & Nagy, Z. (2021). A pénzügyi fogyasztóvédelmi jog, különös tekintettel a közpénzügyi szabályozásra. *Miskolci Jogi Szemle*, 16(1kszs), 226-237.
- Csirszki, M. M. (2022). Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok az élelmiszer-ellátási láncban - A 2019/633/EU irányelv összevetése a magyar szabályozással. *Miskolci Jogi Szemle*, 17(3kszs), 189-195. <https://doi.org/10.32980/MJSz.2022.5.2197>
- Darázs, L. (2023). *Digitális fogyasztóvédelem európai perspektívában*. In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére*. (pp. 81-92). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.10>
- Darázs, L. (2010). A fogyasztói szerződések új kollíziós jogi szabályrendszere. *Magyar Jog*, 57(2), 116-128.
- Diós, I. (2000, szerk.), *Magyar Katolikus Lexikon V.* (pp. 861-863). Budapest, Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója.
- Farkas, A. & Wellmann, Gy. (2012). A hibás teljesítés bírói gyakorlata I-II. *Gazdaság és Jog*, 20(3), 8-11., 20(5), 16-20.
- Fazekas, J. (2024). Fenntartható fejlődés – fenntartható fogyasztás – fenntartható termékek, avagy új uniós jogalkotási kezdeményezések a zöld átállás előmozdítására. In Sándor, I. & Czirfusz, Gy. (szerk.), *Kihívások a magánjog területén a 2020-as évek elején. A Szladits Károly professzor tiszteletére Dunaszerdahelyen 2023. szeptember 21-én tartott konferencia előadásainak szerkesztett változata*. (pp. 27-41). Budapest, Közgazdászok Akadémia Kiadó.
- Fazekas, J. (2022a). *Fogyasztóvédelmi jog 2.0.* (pp. 251). Budapest, Gondolat Kiadó.
- Fazekas, J. (2022b). A fogyasztóvédelmi jog digitális transzformációjának újabb eredményei – avagy az áruk, a digitális tartalmak és a digitális szolgáltatások hibás teljesítéséről szóló irányelvek és transzpozíciójuk. *Jog – Állam – Politika*, 14(2. ksz.), 121-130.
- Fazekas, J. (2017). The consumer credit crisis and unfair contract terms regulation – Before and after Kásler. *Journal of European Consumer and Market Law*, 6(3), 99-106.
- Fazekas, J. (2016a). A magyar fogyasztóvédelmi szabályozás fejlődése a rendszerváltástól napjainkig. In Hamar, F. & Hámosi, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (pp. 28-59). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Fazekas, J. (2016b). Gondolatok a devizaalapú hitelszerződések jogi hátteréről és a tisztességtelen általános szerződési feltételek érvénytelenségi kontrolljáról. *Jog-Állam-Politika*, 8(4), 73-96.
- Fazekas, J. (2007). *Fogyasztóvédelmi jog*. (pp. 285). Budapest, CompLex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft.
- Fazekas, J. (2004, 2001). *Fogyasztóvédelmi jog*. (p. 11.). Miskolc, Novotni Alapítvány a Magánjog Fejlesztéséért.
- Fazekas, J. (1995a). *Fogyasztói jogok – fogyasztóvédelem* (p. 34.). Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Fazekas, J. (1995b). A fogyasztói szerződések tisztességtelen szerződési feltételeit szabályozó új Európai Unió irányelv és a magyar jog. *Magyar Jog*, 42(11), 660-668.

- Fazekas, J. & Bartha, I. (2024). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok szabályozása, avagy a versenyjog és a fogyasztóvédelem közös metszéspontja. *Jogtudományi Közlöny*, 79(10), 470-478. <https://doi.org/10.59851/jk.79.10.5>
- Fazekas, R. (2020). A választottbírósi kikötés a fogyasztóvédelem nézőpontjából. *Gazdaság és Jog*, 28(9), 13-19.
- Fekete, O. (2009). A fogyasztóvédelem néhány problémájáról a közigazgatási jog és a büntetőjog szemüvegén keresztül. *Jogtudományi Közlöny*, 64(9), 383-390.
- Ferge, Zs. (2024). A televíziónézők túlzott reklámmal szembeni védelméről – az EUB RTI vs. AGCOM ügyben hozott döntéséről. *Gazdaság és Jog*, 32(5-6), 52-61.
- Filó, M. (2016). A fogyasztók megtévesztése – gondolatok a büntetőjogi jogtárgy-védelem határaitól. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (pp. 164-171). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Frank, M. (2022). A termékfelelősség alkalmazásának dilemmái az Európai Unió jogában. *Európai Jog*, 22(1), 21-27.
- Frivaldszky, J. (2016). A pénzügyi világválságból a klasszikus természetjogi elvek újbóli érvényesülése felé. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (pp. 73-120). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Frivaldszky, J. (2015). A vasárnapi kötelező pihenőnap természetjogi alapjai és közpolitikai lehetőségei. *Iustum Aequum Salutare*, 15(1), 59-99.
- Fuglinszky, Á. (2016). *Fogyasztói adásvétel, kellék- és termékszavatosság. Elemzések az uniós jog és az új Ptk. kapcsolatához*. (pp. 204). Budapest, Wolters Kluwer Hungary Kft.
- Gárdos, P. & Rácz, A. (2012). Néhány gondolat a Pénzügyi Békéltető Testületről. *Gazdaság és Jog*, 20(4), 17-21.
- Gelencsér, D. (2021). A fogyasztóvédelem eljárásjogi eszközrendszere és a társadalmi fenntarthatóság. In Gelencsér, D. & Selnicean, L. (szerk.), *Unió polgári eljárásjogi vívmányok a társadalmi fenntarthatóság szolgálatában*. (pp. 110-117). Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó.
- Gellén, K. (2019). Fogyasztók és vállalkozások az új üzleti modellek és a digitális technológiai környezet promóciós tendenciái tükrében. *Gazdaság és Jog*, 27(7-8), 7-12.
- Glavanits, J. (szerk., 2023), *Fogyasztóbarát mesterséges intelligencia – a velünk élő AI egyes aktuális kérdései*. (pp. 105). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft.
- Gombos, K. (szerk., 2024a), *A fogyasztóvédelem aktuális kihívásai*. (pp. 199). Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó.
- Gombos, K. (2024b). Az uniós fogyasztóvédelmi jog modernizációja. *Jogtudományi Közlöny*, 79(6), 305-312. <https://doi.org/10.59851/jk.79.06.4>
- Gombos, K. & Lehóczky, B. (2019). A tisztességtelen szerződési feltételek eltávolítása a magyarországi devizaalapú hitelszerződésekből. *Jogtudományi Közlöny*, 74(11), 434-444.
- Gödölle, I. (2014). *A fogyasztók megtévesztése a védjegyjogban*. *Jogtudományi Közlöny*, 69(3), 142-153.

- Hajnal, Zs. (2024). A fogyasztóvédelem kihívásai a legújabb szabályozás tükrében. In Glavanits, J. & Szabó, T. (szerk.), *Kiszolgáltatott csoportok a digitális világban. A digitalizáció jogalkotói és jogalkalmazói kihívásai.* (pp. 79-89). Győr, UNIVERSITAS-Győr Nonprofit Kft.
- Hajnal, Zs. (2020a). A békéltető testületi döntések bírói felülvizsgálatának gyakorlata. *Gazdaság és Jog*, 28(10), 9-14.
- Hajnal, Zs. (2020b). A fogyasztási cikkek adásvételének szabályozási kísérlete és legújabb módosításai az Európai Unióban és a magyar jogban. *Gazdaság és Jog*, 28(7-8), 6-11.
- Hajnal, Zs. (2015). A fogyasztói szerződések sajátos jelensége: a timesharing szerződés. *Gazdaság és Jog*, 23(5), 14-17.
- Hajnal, Zs. (2014). Az online árverés és a fogyasztóvédelem. *Gazdaság és Jog*, 22(1), 21-25.
- Hajnal, Zs. (2013). *A fogyasztói jogok egységes európai szabályozásának lehetséges irányai.* PhD-értekezés. (pp. 251). Debrecen, Debreceni Egyetem Marton Géza Állam- és Jogtudományok Doktori Iskola.
- Halász, Zs. (2024). A MiCA rendelet hatása az uniós kriptoszabályozásra – különös tekintettel a fogyasztók védelmére. In Glavanits, J. & Szabó, T. (szerk.), *Kiszolgáltatott csoportok a digitális világban. A digitalizáció jogalkotói és jogalkalmazói kihívásai.* (pp. 55-67). Győr, UNIVERSITAS-Győr Nonprofit Kft.
- Halász, Zs. (2022). Kihívások a pénzügyi fogyasztóvédelem szabályozásában: kriptoeszközök és ügyfélvédelem. *Iustum Aequum Salutare*, 18(1), 75-83.
- Hamar, F. & Hámori, A. (szerk., 2016). *A fogyasztók etikai és jogi védelme.* (pp. 176). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Harsági, V. (2023). A fogyasztóvédelmi eszköztár bővülése – a képviselői keresetekről szóló irányelv. *Iustum Aequum Salutare*, 19(3), 143-155.
- Hámori, A. (2025). Ügyészségi lépések hatósági aktusokkal szemben, bírósági reflexiókkal. *Jog – Állam – Politika*, 17(1), 77-87. <https://doi.org/10.58528/JAP.2025.17-1.77>
- Hámori, A. (2024a). A fogyasztóvédelmi jog fejlődése. *Business & Diplomacy Review*, 2(2), 65-77.
- Hámori, A. (2024b). Kérelmező-ügyfél-e a fogyasztó? *Jog – Állam – Politika*, 16(2), 167-183. <https://doi.org/10.58528/JAP.2024.16-2.167>
- Hámori, A. (2023a). A fogyasztó ügyféli státusza. *Új Magyar Közigazgatás*, 16(1), 63-68.
- Hámori, A. (2023b). Fogyasztóvédelmi oktatás a Budapesti Gazdasági Egyetemen. *Multidiszciplináris Kihívások Sokszínű Válaszok*, (1ksz) 39-65. <https://doi.org/10.33565/MKSV.2023.KSZ.01.02>
- Hámori, A. (2023c). A felszolgálati díj- és az ügyfél-, kérelmező-kutatás legújabb eredményei. In Szegedi, K. (szerk.), *Szemelvények a BGE kutatásaiból 2023.* (pp. 142-148). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem. https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_17

- Hámori, A. (2023d). A felszolgálati díj természete – a fogyasztó ügyféli, kérelmezői státusza. In Varga, J., Csiszárík-Kocsir, Á. & Garai-Fodor, M. (szerk.), *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században 2023/I. kötet. Kihívások és lehetőségek a gazdaság eltérő szegmenseinél interdiszciplináris megközelítésben.* (pp. 200-224). Budapest, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar.
- Hámori, A. (2023e). A felszolgálati díj-kutatás II. In Szegedi, K. (szerk.), *Szemelvények a BGE kutatásaiból 2022.* (pp. 106-115). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem. https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_12
- Hámori, A. (2022a). A felszolgálati díj-kutatás I. In Szegedi, K. (szerk.), *Szemelvények a BGE kutatásaiból 2022.* (pp. 98-105). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem. https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_11
- Hámori, A. (2022b). A fogyasztóvédelmi jog jelentősége. In Bánhegyi, M., Fekete-Frojimovics, Zs. & Hámori, A. (szerk.), *Gazdaság és gasztronómia. Ünnepi kötet Lugasi Andreea tiszteletére.* (pp. 118-137). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Hámori, A. (2022c). Kérelmező és/vagy bejelentő – ügyfél, harmadik személy, egyéb érdekelt? Újabb „csemege” a fogyasztóvédelmi hatóság legújabb gyakorlatából, békéltető testületi fűszerezéssel, avagy egy hibás teljesítés margójára. *Iustum Aequum Salutare*, 18(2), 27-77.
- Hámori, A. (2021). Fogyasztóvédelmi aktualitások. Javaslatok jogszabályok módosítására. *Iustum Aequum Salutare*, 17(1), 63-112.
- Hámori, A. (2020a). Békéltetés – másként? A kánonjog és a világi jog gyűrűjében. Prof. dr. habil., dr. jur. Hársfai Katalin PhD, lic. iur. can., theol., egyetemi tanár tiszteletére, születésének 70. évfordulója alkalmából. In Kuminetz, G., Szabó, P. & Ujházi, L. (szerk.), *Ratio intellegendi et ordo vivendi. Ünnepi kötet Hársfai Katalin 70. születésnapja alkalmából.* (pp. 133-156). Budapest, Pázmány Press.
- Hámori, A. (2020b). A fogyasztóvédelem jelentősége és békéltető testületi aktualitása. *Gazdaság és Jog*, 28(6), 1-6.
- Hámori, A. (2019a). A fogyasztói szavatossági és jótállási igények intézésének szabályozása és gyakorlata. *Magyar Jog*, 66(4), 212-219.
- Hámori, A. (2019b). Az Fgytv. békéltető testületet és fogyasztóvédelmi politikát is érintő 2019. évi módosításának kritikája. A fogyasztóvédelem fel-, illetve leértékelődése. *Jog-Állam-Politika*, 11(3), 37-68.
- Hámori, A. (2018-2019). Fogyasztói jogok érvényesülése hatósági eljárásban 1-2. *Jura*, 24(2), 378-393., 25(1), 271-292.
- Hámori, A. (2018a). Javaslatok a 'fogyasztók' fokozottabb védelme érdekében. A 'vásárlók könyve' és a 'vásárlói' (fogyasztói) panaszforumokról szóló tájékoztató jogi szabályozása történeti áttekintéssel. *Iustum Aequum Salutare*, 14(1), 63-98.
- Hámori, A. (2018b). A „szálloda” és a vendéglátó üzlet üzemeltetőjének letéti felelőssége az új Ptk.-ban és a bírói gyakorlatban. In Verebes, P. & Fekete-Frojimovics, Zs. (szerk.), *Üzleti szintű szervezés és gazdálkodás a vendéglátásban.* (pp. 219-236). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.

- Hámori, A. (2018c). A felszolgálati díj és a fogyasztók védelme az alapvető jogok biztosának eljárása kapcsán. In „Sport – Gazdaság – Turizmus” Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 8. tanulmánykötet. (pp. 1-11). Győr, Széchenyi István Egyetem. <https://doi.org/10.24169/DJM/2017/1-2/3>
- Hámori, A. (2017a). *Fogyasztóvédelem a jogágak tükrében I.* (pp. 3, 15-206). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Hámori, A. (2017b). A fogyasztó szavatossági és jótállási igénye. *Gazdaság és Jog*, 25(12), 21-23.
- Hámori, A. (2017c). Javaslat a 'rossz minőségű termék forgalomba hozatala' büntetőjogi törvényi tényállás alapesete büntetési tételének és egyes szabálysértési rendelkezések módosítására. *Jog-Állam-Politika*, 9(4), 253-270.
- Hámori, A. (2017d). A „vásárlói” (fogyasztói) panaszforumokról szóló tájékoztató jogi szabályozása történeti áttekintéssel. *Gazdaság és Jog*, 25(7-8), 42-46.
- Hámori, A. (2017e). A „termékbemutatók” fogyasztóvédelmi jogi szabályozása (Aktuális problémák és válaszok). *Jogtudományi Közlöny*, 72(4), 183-191.
- Hámori, A. (2017f). A homeopátiás „gyógyszer” elnevezéséről (a homeopátia, a „homeopátiás szerek” jogi szabályozása). *Jura*, 23(2), 315-326.
- Hámori, A. (2017g). A felszolgálati díj szabályozásáról az alapvető jogok biztosának eljárása kapcsán. *Debreceni Jogi Műhely*, 14(1-2), 19-40. <https://doi.org/10.24169/DJM/2017/1-2/3>
- Hámori, A. (2016a). A fogyasztóvédelem jelentősége és oktatása. Javaslatok Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikájához. *Jogtudományi Közlöny*, 71(3), 175-183.
- Hámori, A. (2016b). Bevezetés a fogyasztók etikai és jogi védelmébe. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme.* (pp. 6-16). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Hámori, A. (2016c). A fogyasztók védelme a polgári jogban – különös tekintettel az új Ptk. rendelkezéseire. *Minőség és Megbízhatóság*, 50(50), 308-321.
- Hámori, A. (2016d). A felszolgálati díj és a fogyasztók védelme. *Közjogi Szemle*, 9(3), 49-58.
- Hámori, A. (2016e). Vélemény az üzletek vasárnapi nyitva tartásának tilalmáról munkavállaló-, család- és fogyasztóvédelmi szempontból. *Magyar Bioetikai Szemle*, 22(1), 13-34.
- Hámori, A. (2016f). *Etika. Erkölcsi alapfogalmak gazdaságetikai kitekintéssel.* (pp. 27-42, 55-68). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Hámori, A. (2015a). A fogyasztók védelme és az új Ptk. *Magyar Jog*, 62(5), 257-273.
- Hámori, A. (2015b). Az új Ptk. fogyasztói védelme. In Hamar, F. (szerk.), *Multidiszciplináris kihívások. Sokszínű válaszok 5/1.* (pp. 35-51). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2015c). A „vasárnapi munkavégzés tilalma” fogyasztóvédelmi nézőpontból. *Iustum Aequum Salutare*, 15(2), 127-135.

- Hámori, A. (2014). *Bevezetés a fogyasztóvédelmi jogba. A fogyasztók magán- és közjogi védelme.* (pp. 3, 15-41). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2013a). A nem természetes személy laikusok fogyasztói védelmének változásai (A „fogyasztó” fogalom változásai a magyar jogban – különös tekintettel az Fgytv.-re és az új Ptk.-ra). In Hamar, F. (szerk.), *Multidiszciplináris kihívások. Sokszínű válaszok* 3. (pp. 28-32). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2013b). A hibás teljesítés az új Ptk.-ban. In Hamar, F. (szerk.), *Multidiszciplináris kihívások. Sokszínű válaszok* 2. (pp. 46-56). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2012a). A fogyasztó fogalom aktuális jogalkotási és jogalkalmazási dilemmái. *Agora*, 45-64.
- Hámori, A. (2012b). A vállalkozások fogyasztói minősége. *Gazdaság és Jog*, 20(9), 8-11.
- Hámori, A. (2011). Kötelező jótállás - fogyasztóvédelem. *Gazdaság és Jog*, 19(6), 21-24.
- Hámori, A. (2010a). A vendéglátó üzletek kategóriába sorolásának jogi szabályozása. *Magyar Jog*, 57(3), 164-171.
- Hámori, A. (2010b). *A vendéglátás etikája.* (pp. 36-37). Budapest, Bodnár Bt.
- Hámori, A. (2009a). A „fogyasztó”-fogalom „dilemmái” különös tekintettel az Fgytv. módosításában és az új Ptk.-javaslatban foglaltakra. *Magyar Jog*, 56(2), 88-97.
- Hámori, A. (2009b). A fogyasztóvédelem közigazgatási „útvesztői” (a „fogyasztó” fogalom „dilemmái”). In Majoros, P. (szerk.), *Kultúraközi párbeszéd az üzleti világban (Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2008)*. (pp. 150-166). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2008a). A közösségi fogyasztóvédelmi politika és jog fejlődése. *Agora*, 39-54.
- Hámori, A. (2008b). A szálláshely osztályba, a vendéglátó üzlet kategóriába sorolása bejelentésének jogi természetéről. *Magyar Jog*, 55(6), 423-428.
- Hámori, A. (2008c). A gazdaság etikai aspektusa – „reformok útján”. In Majoros, P. (szerk.), *Reformok útján (Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2007)*. (pp. 428-433). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2007a). *Bevezetés a fogyasztóvédelmi jogba I. A fogyasztóvédelmi jog alapjai.* (pp. 4, 7, 16-39, 126). Budapest, magánkiadás.
- Hámori, A. (2007b). Felszolgálati díj a magyar jogban. In Majoros, P. (szerk.), *Stratégiaiák 2007 és 2013 között (Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2006)*. (pp. 304-316). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2006). Az üzlet üzemeltetője kategóriába, illetve osztályba sorolása bejelentésének jogi természetéről és a hatóságnak e bejelentéssel kapcsolatos magatartásáról. *Szakmai Füzetek*, (16), 125-127.
- Hámori, A. (2005). A csomagküldő kereskedés és az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás jogi szabályozásának kapcsolata. In Majoros, P. (szerk.), *Tudástranszfer és információ társadalom (Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2004)*. (pp. 171-178). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.

- Hámori, A. (2004). Az egyes vendéglátó-ipari munkakörök betöltéséhez szükséges alkalmassági-képesítési feltételek jogi szabályozása (fogyasztóvédelmi jogi aspektusok). In Majoros, P. (szerk.), *Magyarország a gazdasági fejlődés keresztútján (Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2003)*. (pp. 190-194). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2003). *A vendéglátás fogyasztóvédelmi jogi szabályozása*. (pp. 137-292). Budapest, Label Kereskedelmi, Szolgáltató és Kiadói Kft.
- Hámori, A. (2001a). Fogyasztóvédelmi jogi oktatás a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Karán. In *Konferencia a fogyasztóvédelmi ismeretek oktatásáról (Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Budapest, 2001. május 18.)*. (pp. 23-26). Budapest, Oktatási Minisztérium & Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség.
- Hámori, A. (2001b). Fogyasztóvédelmi jogi oktatás a Budapesti Gazdasági Főiskolán. *Fogyasztóvédelem*, 3(8-9), 17.
- Hegedűs-Lénárd, E. (2023). Az áruhitelezés potenciális kihívója, a BNPL-szolgáltatás. *Jogtudományi Közlöny*, 78(10), 470-475.
- Jagusztin, T. (2021). A fogyasztói jogsértések megszüntetésére irányuló eljárások reformja – az új irányelv küszöbén. *Gazdaság és Jog*, 29(6), 19-24.
- Jeney, P. (2005). Fogyasztóvédelmi politika. In Kende Tamás & Szűcs Tamás (szerk.), *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. (pp. 655-698). Budapest, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- Józson, M. (2022). Fogyasztóvédelem az Európai Unióban a COVID-19 járvány idején és azon túl: merre tart az európai uniós fogyasztóvédelmi jog? *Európai Jog*, 22(5), 16-29.
- Józson, M. (2019a). 'New Deal for Consumers' (?) (az európai uniós fogyasztóvédelmi jog korszerűsítését, a szabályok egységesítését és a végrehajtás erősítését célzó irányelv-tervezetek margójára). *Európai Jog*, 19(6), 14-24.
- Józson, M. (2019b). Az áruk szabad mozgása az Európai Unióban, és a tagállami fogyasztóvédelem érvényesülése a negatív és a pozitív integráció közötti összefüggések tükrében. *Jogtudományi Közlöny*, 74(6), 251-265.
- Józson, M. (2018a). Kettős termékmérce alkalmazása az Európai Unió belső piacán: a jogi megoldáskeresés útvesztői Brüsszelben és Közép-Kelet-Európában. *Gazdaság és Jog*, 26(10), 3-9.
- Józson, M. (2018b). „Kie a fogyasztó?”: a gyengébb fél (a fogyasztó) védelme a tagállamok és az Európai Unió között megosztott fogyasztóvédelmi hatáskör útvesztőiben. *Európai Jog*, 18(6), 32-43.
- Józson, M. (2018c). A tisztességtelen szerződési feltételek uniós jogi szabályozásának jogdogmatikai és jogpolitikai kérdései. *Magyar Jog*, 65(2), 74-85.
- Juhász, K. (2018). Fogyasztói jogok és a végrehajtási záradék. *Iustum Aequum Salutare*, 14(4), 183-190.
- Julesz, M. (2007). Gondolatok a termékfelelősségről, termékszavatosságról és a környezetvédelmi magánjogról. *Magyar Jog*, 54(1), 45-48.

- Kalas, T. (2022). A fogyasztó ügyféli jogállásának kérdései (2022. november 30-i, BGE-n rendezett fogyasztóvédelmi jogi konferencián elhangzott előadás írásbeli változata – <https://kuria-birosag.hu/hu/kuriai.dontesek/kalas-tibor-fogyaszto-ugyfeli-jogallasanak-kerdesei>; Kúriai Döntések, Fórum, 2023/VI.).
- Karsai, K. (2011). *Fogyasztóvédelem és büntetőjog*. (pp. 274). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Karsai, K. (2010). A büntetőjogi jogtárgyak a hamis áruk elleni küzdelemben. *Magyar Jog*, 57(12), 720-726.
- Karsai, K. (2008). A büntetőjogi fogyasztóvédelem egyes általános kérdéseiről. *Jogtudományi Közlöny*, 63(7-8), 333-340.
- Kárász, M. (2024). Ítélettel vagy végzéssel kell dönteni a mulasztási perben a közigazgatási cselekményként történő minősítésről? *Magyar Jog*, 71(5), 307-310.
- Kende, T. & Nagy, K. (2004). A szavatosság és a jótállás intézményeinek újraszabályozása az EU jogharmonizáció jegyében. *Európai Jog*, 4(5), 22-26.
- Kenderes, A. (2008). A 2008-as fogyasztói irányelv a hitelmegállapodásokról – ante portas. *Jogtudományi Közlöny*, 63(11), 544-552.
- Kertész, G. (2016). Devizahitelek – jog és/vagy erkölcs. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (pp. 121-133). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Király, M. (2001). A fogyasztóvédelmi irányelvek értelmezése az Európai Bíróság joggyakorlatában. In *Ius Privatum – Ius Commune Europae. Liber Amicorum Studia Ferenc Mádl Dedicata. Az ELTE Nemzetközi Magánjogi és Polgári Jogi Tanszékének munkatársai köszöntik a tudóst és a barátot*. (pp. 135-149). Budapest, ELTE ÁJK Nemzetközi Magánjogi Tanszék.
- Király, M. (2000). Az Európai Közösségek irányelveinek hatása a szerződési jogra a fogyasztóvédelem területén. *Magyar Jog*, 47(6), 325-338.
- Király, P. B. (2020). A kriptovaluták pénzügyi fogyasztóvédelmi aspektusai. *Iustum Aequum Salutare*, 16(4), 45-58.
- Kis, T. (2025). Folytatódó devizahiteles perek. *Jogtudományi Közlöny*, 80(2), 84-91. <https://doi.org/10.59851/jk.80.02.4>
- Koczka, É. (1996). A gazdasági bűncselekmények. In Györgyi, K. & Wiener, A. I. (szerk.), *A Büntető Törvénykönyv magyarázata. Különös Rész*. (p. 603). Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Koltay, A., Szikora, T. & Lapsánszky, A. (szerk., 2024). A vadnyugat vége? Tanulmányok az Európai Unió platformszabályozásáról. (pp. 535, 27 tanulmány). Budapest, ORAC Kiadó Kft.
- Kozák, K. (2024). Az aránytalan többletköltség értelmezése a szavatossági jogok rendszerében, kitekintéssel a bírói gyakorlatra. In Gombos, K. (szerk., 2024a), *A fogyasztóvédelem aktuális kihívásai*. (pp. 33-51). Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó.
- Köhidi, Á. (2014). *A fogyasztói csoportok jogi szabályozása és a kapcsolódó szerződések érvénytelensége*. *Gazdaság és Jog*, 22(2), 8-13.

- Lattmann, T. (2011). Fogyasztóvédelmi politika. In Kende Tamás & Szűcs Tamás (szerk.), *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. (pp. 535-585). Budapest, CompLex Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft.
- Lábady, T. (2014). A lektor előszava. In Hámori, A., *Bevezetés a fogyasztóvédelmi jogba. A fogyasztók magán- és közjogi védelme*. (p. 9). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Lábady, T. (2007). A lektor előszava. In Hámori, A., *Bevezetés a fogyasztóvédelmi jogba I. A fogyasztóvédelmi jog alapjai*. (p. 7). Budapest, magánkiadás.
- Lábady, T. (1994). A termékfelelősség intézménye és a magyar termékfelelősségi törvény. *Jogtudományi Közlöny*, 49(3), 118-122.
- Lábady, T. (1976a). A hibás teljesítés és a termékfelelősség összefüggéseiről. *Jogtudományi Közlöny*, 31(12), 692-698.
- Lábady, T. (1976b). A fogyasztóvédelmi rendszerről és a fogyasztók érdekeinek polgári jogi védelméről. *Magyar Jog*, 23(4), 875-886.
- Lábady, T. (1974). A kötelelem zárt struktúrájának felbomlása a termékfelelősség jogában. *Jogtudományi Közlöny*, 29(12), 700-707.
- Loos, M. (2019). The modernization of European consumer law: A pig in a poke? *European Review of Private Law*, (1), 113-134. <https://doi.org/10.54648/ERPL2019006>
- Maros, M. (2023). Az európai fogyasztói jogviták alternatív rendezése online vitarendezési platformon keresztül. *Jog-Állam-Politika*, 15(3), 155-189. <https://doi.org/10.58528/JAP.2023.15-3.155>
- Menyhárd, A. (2001). A fogyasztói adásvételről szóló EK Irányelv átültetésének problémái. *Polgári Jogi Kodifikáció*, 3(4-5), 54-55.
- Mészáros, P. E. (2019). Az Európai Unió Bíróságának ítélkezése a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, illetve tisztességtelen szerződési feltétel fogyasztókkal szembeni irányelveivel kapcsolatosan. *Európai Jog*, 19(3), 36-40.
- Milassin, L. (2014). *Fogyasztóvédelem és az online vitamegoldó eljárás. Iustum Aequum Salutare*, 10(2), 95-104.
- Miskolczi-Bodnár, P. (2018). Fogyasztóvédelmi szabályok a Ptk.-ban. *Magyar Jog*, 65(11), 593-604.
- Miskolczi-Bodnár, P. & Sándor, I. (2012). *A fogyasztóvédelmi jog európai gyökerű magyar szabályozása I-II*. (pp. 124, 165). Budapest, Patrocinium Kft.
- Molnár, G. M. (2013). A fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények. In Belovics, E., Molnár, G. M. & Sinku, P., *Büntetőjog II. Különös Rész. A 2012. évi C. törvény alapján* 2nd ed., (pp. 836-878). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Molnár, G. (2004). A gazdasági bűncselekmények. In Belovics, E., Molnár, G. & Sinku, P., *Büntetőjog. Különös Rész. 4. k.* (pp. 452, 459). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Nagy, G. B. (2016). Gondolatok a büntetőjog fogyasztóvédelemben betöltött lehetséges szerepéről. *Magyar Jog*, 63(10), 597-603.

- Nemessányi, Z. (2004). A fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló 93/13/EGK irányelv. *Európai Bírósági Ítéletek*, 2(1), 3-6.
- Németh, Cs. (2020). A pénzügyi szektorban a fogyasztókkal szemben alkalmazott tisztességtelen szerződési feltételek jogi megítélése az európai uniós Bíróság joggyakorlatában. *Európai Jog*, 20(1), 21-32.
- Németh, Cs. (2016). Az általános szerződési feltételek tisztességtelenségének aktuális kérdéseiről a bankjog területén. *Gazdaság és Jog*, 24 (11-12), 28-35.
- Németh, Cs. (2015). A pénzügyi fogyasztóvédelmi jog fejlődése Magyarországon 2008–2014 között (I-II. rész). *Gazdaság és Jog*, 23(1), 3-11., 23(3), 3-11.
- Németh, Cs. (2014). A devizahiteles perek joggyakorlati tapasztalatairól. *Gazdaság és Jog*, 22(4), 3-9.
- Orbán, E. (2024). A légi utasok jogainak védelmét biztosító eszközök az Európai Unióban. *Jogtudományi Közlöny*, 79(9), 419-427. <https://doi.org/10.59851/jk.79.09.4>
- Orosz, F. (2022). A fogyasztók érdekeit szolgáló, szavatossági és jótállási igények intézésének módosított hazai szabályozása. *Iustum Aequum Salutare*, 18(1), 161-173.
- Osztovits, A. (2012). A bíróságok feladatai a fogyasztói szerződésekkel kapcsolatos jogvitákban. *Gazdaság és Jog*, 20(3), 11-17.
- Osztovits, A. (2009). A közösségi jog hatása a fogyasztói szerződések magyar szabályozására és joggyakorlatára. *Gazdaság és Jog*, 17(12), 11-15.
- Osztovits, A. (szerk., 2006), *Európai fogyasztóvédelmi magánjog. Jogsabálygyűjtemény.* (pp. 197). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Osztovits, A. & Virág, Cs. (2008). Illetékességi kikötés mint tisztességtelen szerződési feltétel – kérdések és kételyek a közösségi és a magyar jog tükrében. *Magyar Jog*, 55(8), 532-541.
- Panka, Z. (2010). Áruhamisítás – fogyasztóvédelem történeti megközelítésben. *Agora*, (6), 56-66.
- Papp, T. (2024). Kérdések és felvetések az Európai Unió digitális jogalkotásának hatásáról a magyar szerződési jogra. In Sándor, I. & Czirfusz, Gy. (szerk.), *Kihívások a magánjog területén a 2020-as évek elején. A Szladits Károly professzor tiszteletére Dunaszerdahelyen 2023. szeptember 21-én tartott konferencia előadásainak szerkesztett változata.* (pp. 213-232). Budapest, Közjegyzői Akadémia Kiadó. https://doi.org/10.59851/9789632586328_01
- Papp, T. (2011). Fogyasztó-e az utas? *Magyar Jog*, 58(10), 616-619.
- Pázmándi, K. (2021). Médiatartalmak forradalma és a „marketingjog” – újkori fogyasztóvédelem a digitális médiapiacon. *Gazdaság és Jog*, 29(11-12), 2-6.
- Pázmándi, K. (2020). A jogi értelemben vett fogyasztókép átfarmálódásáról, azaz mit üzen a viselkedési közgazdaságtan a jogi beavatkozás paradigmájáról. *Gazdaság és Jog*, 28(11-12), 73-77.
- Pázmándi, K. (2016). Kereskedelmi kommunikáció és fogyasztóvédelem – a fogyasztó verseny- és reklámjogi védelme. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme.* (pp. 152-163). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.

- Pázmándi, K. (2008). A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma. *Gazdaság és Jog*, 16(9), 3-7.
- Pfeiffer, J. J. (2016). A devizaperek másként, avagy a végrehajtás megszüntetése iránti perek, és ami mögöttük van. *Gazdaság és Jog*, 24(9), 14-20.
- Pribula, L. (2009). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat és a reklám – a szabályozási koncepció megváltozása. *Jogtudományi Közlöny*, 64(5), 229-233.
- Pusztahelyi, R. (2020). A felelősségkizáró és -korlátozó kikötések általános szerződési feltételekben, illetve a fogyasztóval szemben. *Gazdaság és Jog*, 28(9), 1-6.
- Pusztahelyi, R. & Czibrik, E. (2022). Online kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelensége a Booking.com döntés tükrében. *Miskolci Jogi Szemle*, 17(1), 78-96. <https://doi.org/10.32980/MJSz.2022.1.1939>
- Raffai, K. & Jauernik, M. (2024). A fogyasztói minőség meghatározása a bírósági és az alternatív vitarendezési eljárásokban. In Glavanits, J. & Szabó, T. (szerk.), *Kiszolgáltatott csoportok a digitális világban. A digitalizáció jogalkotói és jogalkalmazói kihívásai.* (pp. 91-104). Győr, UNIVERSITAS-Győr Nonprofit Kft.
- Rácz, L. (2020). Múltba tekintő gondolatok: szerződési szabadság és fogyasztóvédelem, avagy a magánjog alkalmazkodóképességének korlátairól. *Magyar Jog*, 67(12), 677-684.
- Rigó, Cs. B., Szoboszlai, I. & Csirszki, M. M. (szerk., 2023). *A hazai fogyasztóvédelmi jog áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások.* (pp. 376; 22 tanulmány). Budapest, GVH.
- Selnicean, L. (2024). A fogyasztói igényérvényesítés vívmányai: a cselekvő és elérhető fogyasztóvédelem. *Magyar Jog*, 71(12), 705-711.
- Sepsi-Keyha, E. (2019). Adatvédelem, fogyasztóvédelem és versenyjog határán – hatásköri kérdések, eljárási következmények. *Versenytükör*, 15(1), 40-51.
- Simon, K. L. (2019a). Az árfolyamkockázatról szóló tájékoztatás hibái és jogkövetkezményei. *Jogtudományi Közlöny*, 74(12), 489-496.
- Simon, K. L. (2019b). A tisztességtelen szerződési feltételek vizsgálatának hazai bírói gyakorlata a devizahiteles perekben. *Európai Tükör*, 24(3), 59-78. <https://doi.org/10.32559/et.2019.3.5>
- Simon, R. (2016). A fogyasztói viták alternatív vitarendezése Európában – ötlet-verseny és fórum shopping a nemzeti szabályozás és implementációs kötelezettség tükrében? *Ius-tum Aequum Salutare*, 12(2), 63-89.
- Somssich, R. (2014). Az Európai Bíróság ítélete a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről: A tisztességtelenségi vizsgálat terjedelme. *Jogesetek Magyarázata*, (4), 73-83.
- Strihó, K. (2020). Az influencer jogi megítélése. *Jogtudományi Közlöny*, 75(4), 174-179.
- Strihó, K. (2011). Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, Az elektronikus kereskedelem egyes jogi kérdéseiről szóló 2000/31/EK irányelv hazai és franciaországi implementációjának összehasonlítása. *Jogtudományi Közlöny*, 66(1), 28-39.
- Szabó, P. (2017). A fogyasztó fogalma és a fogyasztói szerződés értékelésének egyes kérdései az Európai Unió Bíróságának néhány újabb döntése tükrében. *Európai Jog*, 17(1), 1-6.

- Szabó, P. (2006). Az Ynos Kft.-ügyben hozott luxemburgi bírósági ítélet előzményei és utóélete – az előterjesztő magyar bíró szemével. *Európai Jog*, 6(5), 31-36.
- Szeghő, K. (2015). „Devizaperek” egy bíró szemével. *Gazdaság és Jog*, 23(12), 3-10.
- Szendrő, É. M. (2020). A fogyasztóvédelem kialakulása és fejlődéstörténete. *Jogtörténeti Szemle*, 18(2), 34-40.
- Szépvölgyi, E. (2019). A fogyasztói jogviták hatékony rendezésének jelene és jövője. *Jog-Állam-Politika*, 11(3), 103-118.
- Szikora, V. & Árva, Zs. (szerk., 2018). *A fogyasztók védelmének új irányai és kihívásai a XXI. században.* (pp. 364; 19 tanulmány). Debrecen, Debreceni Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar.
- Szikora, V. & Hajnal, Zs. (szerk., 2020), *A fogyasztói adásvétel és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tagállami szabályozásának összehasonlító elemzése – Csehország, Magyarország, Lengyelország, Románia és Szlovákia.* (pp. 265). Debrecen, Debreceni Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar. *Debreceni Jogi Műhely*, 17(1-2), 1-265. <https://doi.org/10.24169/DJM/2020/1-2/10>
- Szilágyi, F. (2024). A fogyasztói személyes adatok hitelbiztosítékként való bevonása. Digitális vagyontárgy? *Jogtudományi Közlöny*, 79(4), 178-192. <https://doi.org/10.59851/jk.79.04.3>
- Szilágyi, G. (2021). Fogyasztóvédelmi szempontok a szellemi alkotások területén. *Miskolci Jogi Szemle*, 16(1,1), 149-166. <https://doi.org/10.32980/MJSz.2021.1.946>
- Szoboszlai, I. & Zenisek, A. (2022). Kötelezettségvállalás a fogyasztóvédelmi típusú versenyfelügyeleti eljárásokban. *Gazdaság és Jog*, 30(9-10), 27-34.
- Szollárné Béleczy, M. (2021). Hogyan járunk el panasz vagy közérdekű bejelentés esetén. *Új Magyar Közigazgatás*, 14(2), 64-74.
- Szolnoki-Nagy, R. (2014). Fogyasztóvédelem az Európai Unióban. *Európai Tükör*, 19(2), 143-160.
- Tattay, L. (2015). Az európai Fogyasztói Jogi Irányelv átültetése Magyarországon. *Gazdaság és Jog*, 23(7-8), 3-13.
- Tattay, L. (2014). A fogyasztói jogi irányelv kritikája. In Csehi, Z., Koltay, A., Landi, B. & Pogácsás, A. (szerk.), *(L)ex Cathedra et Praxis. Ünnepi kötet Lábady Tamás 70. születésnapja alkalmából.* (pp. 351-373). Budapest, PPKE JÁK.
- Tattay, L. (2005). Közvetlen fogyasztóvédelmi előírások a szellemi alkotások jogában. *Jogtudományi Közlöny*, 60(6), 295-299.
- Tigelaar, L. (2019). How to sanction a breach of information duties of the Consumer Rights Directive? *European Review of Private Law*, (1), 27-58. <https://doi.org/10.54648/ERPL2019003>
- Toldy Miklósné Farkas, É. (2023). A mediáció eszköztára, technikái, módszerei használatának lehetősége és jellemzői az általános fogyasztóvédelmi békéltetésben. *Magyar Jog*, 70(10), 594-606.
- Tóth, A. (2024a). Az Európai Unió mesterséges intelligencia törvényéről. *Gazdaság és Jog*, 32(5-6), 3-11.

- Tóth, A. (2024b). Devizahiteles ügyek és a bíróságok uniós jogon alapuló kártérítési felőssége. *Jogtudományi Közlöny*, 79(1), 1-11. <https://doi.org/10.59851/jk.79.01.1>
- Tóth, A. (2024c). *A digitális átalakulás szabályozása az Európai Unióban*. (pp. 280). Budapest, ORAC Kiadó Kft.
- Tóth, A. (2021). Fogyasztóvédelmi, adatvédelmi, médiajogi és versenyjogi eszközök együttes alkalmazása az online figyelempiacok kudarcainak kiküszöbölésére. *Infokommunikáció és Jog*, (2), 8-14.
- Traub, F. (1995). A fogyasztó fogalma a versenyjogban. Jogösszehasonlító áttekintés. *Versenyismeret*, 43(10-11), 70-103. (ford. Pappné Ritter, J.)
- Ulrich, Á. (2022a). A digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól szóló (EU) 2019/770 irányelv legfontosabb rendelkezései, valamint az irányelv hazai átültetése. *Európai Jog*, 22(3), 1-10.
- Ulrich, Á. (2022b). A digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól szóló (EU) 2019/770 irányelv elfogadásának körülményei, az irányelv jelentősége és egyes főbb rendelkezései. *Európai Jog*, 22(2), 1-13.
- Varga, N. (2013). *A fogyasztói pénzügyi lízing*. (pp. 260). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Varga, Z. (2004). Áru hamis megjelölése. In Jakucs, T. (szerk.), *A Büntető Törvénykönyv magyarázata 2*. (pp. 1064, 1074-1075). Budapest, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- Verebics, J. (2014). A termékszavatosságról. *Gazdaság és Jog*, 22(6), 7-11.
- Verebics, J. (2012). Szerződések az elektronikus kereskedelem körében és a fogyasztóvédelem. *Gazdaság és Jog*, 20(12), 3-10.
- Veres, Z. (2024a). A fogyasztói hitelezés kihívásai. In Glavanits, J. & Szabó, T. (szerk.), *Kiszolgáltató csoportok a digitális világban. A digitalizáció jogalkotói és jogalkalmazói kihívásai*. (pp. 105-118). Győr, UNIVERSITAS-Győr Nonprofit Kft.
- Veres, Z. (2024b). Tudatos vagy sérülékeny-e a(z átlag)fogyasztó? Szempontok az egyes fogyasztói kategóriák jelentéstartalmához. *Közjavak*, 10(1), 11-19.
- Veres, Z. (2022). A fogyasztói hitelezés szabályainak fontosabb változásai az elmúlt évtizedben, különös tekintettel a fogyasztónak nyújtott hitelről szóló törvényre. *Iustum Aequum Salutare*, 18(1), 107-116.
- Veres, Z. (2019). *A pénzügyi fogyasztóvédelem egyes alapkérdései. Jogdogmatikai, történeti, rendszertani alapok jogalkalmazási és metajurisztikus kitekintéssel*. (pp. 288). Budapest, Wolters Kluwer Hungary Kft. <https://doi.org/10.55413/9789632959276>
- Veres, Z. (2016). A pénzügyi fogyasztóvédelem alkotmányos megalapozása felé. *Közjogi Szemle*, 9(1), 41-50.
- Vékás, L. (2024). Eltérő ideológiai-jogpolitikai koncepciók a kellékszavatossági jogok változó szabályozása mögött. *Magyar Jog*, 71(7-8), 385-391.

- Vékás, L. (2023). A magánjogi fogyasztóvédelem rendszertani helyéről. In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére.* (pp. 779-789). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.66>
- Vékás, L. (2021). Az uniós fogyasztói szerződési jog megújítása és az új irányelvek átültetése. *Magyar Jog*, 68(2), 65-75.
- Vékás, L. (2004). A Ptk. 209. §-ának megmértetése az Európai Közösségek Bírósága előtt. *Európai Jog*, 4(6), 8-11.
- Vékás, L. (2002). Az európai közösségi magánjog sajátos alanyáról: a „fogyasztó” fogalmáról. *Európai Jog*, 2(5), 3-13.
- Vékás, L. (2001). Európai közösségi fogyasztóvédelmi magánjog. In Vékás Lajos (szerk.), *Európai közösségi jogi elemek a magyar magán- és kereskedelmi jogban.* (pp. 25-96). Budapest, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- Vékás, L. (2000). A fogyasztói adásvételről szóló EK-irányelv és átültetése a magyar polgári jogba. *Magyar Jog*, 47(11), 646-660.
- Vida, S. (2000). A fogyasztó versenyjogi védelme a megtévesztéssel szemben. *Magyar Jog*, 47(11), 661-666.
- Vida, S. (1999). A fogyasztó fogalma az Európai Bíróság gyakorlatában. *Versenyfelügyeleti Értesítő*, 9(1), 40-44.
- Vincze, J. (2010). *Miért és mitől védjük a fogyasztókat?* *Közgazdasági Szemle*, 57(9), 725-752.
- Vörös, I. (szerk., 2007). *Tisztességtelen verseny – fogyasztóvédelem.* (pp. 401). Budapest, MTA Jogtudományi Intézet.
- Wallacher, L. (2014). A választottbírói kikötés tisztességtelensége fogyasztói szerződésekben. *Európai Jog*, 14(3), 10-16.
- Weatherill, S. (1997). *EC Consumer Law and Policy.* (pp. 165). London, Longman.
- Weiss, E. (1971). A gyártó vállalat felelőssége a fogyasztó irányában. *Döntőbíráskodás*, 12(3), 81-94.
- Zavodnyik, J. (2013). Az általános szerződési feltételek és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok. *Versenytükör*, 9(2) 34-53.
- Zavodnyik, J. (2010). Értelme és érzeme. A kereskedelmi gyakorlatokkal megcélzott fogyasztó. *Gazdaság és Jog*, 18(7-8), 10-20.
- Zoltán, Ö. (1970). A hibás teljesítéssel okozott kárért való felelősség és a jótállás új szabályozásáról. *Jogtudományi Közlöny*, 25(8), 480-484.
- Zoványi, N. (2023). Valóság vagy ábránd? A légi utasok jogainak érvényesülése az Európai Unióban. *Jogtudományi Közlöny*, 78(11), 513-518.

II. Fejezet. A fogyasztóvédelmi jog történetének vázlata

1. Bevezetés
2. Kiindulási pont – mi a fogyasztóvédelmi jog?
 - 2.1. A fogyasztóvédelem jogpolitikai háttere
 - 2.2. A fogyasztóvédelmi jog
 - 2.3. A fogyasztó
3. Történeti előzmények az egyes ókori jogokban
 - 3.1. Egyiptom
 - 3.2. Babilon
 - 3.3. Az ókori görög jog
 - 3.4. Az ókori római jog
4. Középkor
 - 4.1. Kereskedelem a középkorban
 - 4.2. Kereskedelmi jog a középkorban
 - 4.3. A céhek szerepe
5. A fogyasztóvédelmi jog megjelenése
 - 5.1. A kereskedelmi jog tudománya
 - 5.2. A modern kereskedelmi jogi kodifikációk
 - 5.3. A fogyasztóvédelmi jog megjelenése
 - 5.4. Az EK fogyasztóvédelmi jogalkotása
 - 5.5. A fogyasztóvédelem kialakulása és fejlődése Magyarországon
6. Összefoglalás
7. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A fejezet célja annak vázlatos bemutatása, hogy a fogyasztóvédelmi jognak milyen előzményei voltak a jogtörténetben. A kutatás kezdetén elsődlegesen olyan kérdéseket szükséges tisztázni, hogy mit értünk fogyasztóvédelmi jog alatt, és ez az újkori fogalom mennyiben feleltethető meg a korábbi korok egyes intézményeivel. Az ilyen retrospektív megközelítés számos veszélyt jelent, hiszen a modern jogi fogalmak nem ugyanolyan jelentéstartalommal bírtak más gazdasági, társadalmi és jogi környezetben. Ennek megfelelően a kutatásban elsősorban arra koncentrálunk, hogy a jogtörténetből ismert egyes jogintézmények, szabályok mennyiben voltak alkalmasak a mai értelemben vett fogyasztói jogok védelmére, és azok eredeti célja, alkalmazása is megfelelt-e ennek.

A fejezet elsősorban a kutatás irányainak megszabására törekszik, a főbb tendenciákra, és változásokra helyezi a hangsúlyt, és nem mélyül el az egyes országok, régiók sajátosságainak, illetve egyes jogintézmények részletes elemzésében. Határozott megítélésünk szerint az egyes korszakok, államok, jelenségek és azokhoz kapcsolódó szabályok beható vizsgálatára érdemes külön tanulmányokat szentelni. Ehhez kapcsolódóan fontosnak tartjuk

tisztázni azt, hogy a kutatásban érintett egyes jogintézmények, szabályok tekintetében sokszor jelentős számú, akár monografikus írásként is megjelentek, így értelemszerűen ezeket minden esetben részletesen nem kívánjuk elemezni, pusztán a további kutatásokhoz kívánunk támpontot adni.

2. Kiindulási pont – mi a fogyasztóvédelmi jog?

2.1. A fogyasztóvédelem jogpolitikai háttere

A fogyasztóvédelem fogalmának tisztázására számos kísérletet ismerünk. A fogyasztóvédelem alapvetően egy gyűjtőfogalom, amelynek határait nem lehet meghúzni, az azzal kapcsolatos jogi normák sem alkotnak homogén egészet.⁸⁶

A fogyasztóvédelem ideológiai, szociológiai és közgazdasági alapja a fogyasztás szükségletének és a termelésnek az egymásra utaltságában keresendő. A termelés és a fogyasztás közötti egyensúly megbomlása a fogyasztó és a termelő, illetve eladó, szolgáltató közötti gazdasági erőviszonyokat is átírhatja (ld. pl. a hiánygazdaság esetét, illetve a túltermelési tendenciákat), amely gazdasági jelenséget a jog szintjére is le kell képezni. A fogyasztó és gazdálkodó szervezet, illetve vállalkozás közötti ideális egyensúly megteremtéséhez a jog eszközeit is biztosítani kell, amely alapján a gyengébb gazdasági helyzetben lévő fogyasztó egyenlő eséllyel léphet fel az erősebb pozícióban lévő professzionális szerződéses partnerével szemben is.

2.2. A fogyasztóvédelmi jog

A fogyasztóvédelmi jog funkcióját illetően két fő külföldi szakirodalmi álláspont ismert. A protekcionista álláspont szerint a fogyasztóvédelem célja olyan kötelező jogszabályok megalkotása, amellyel a fogyasztók jogi védelmét biztosítja az állam,⁸⁷ míg a másik irányzat⁸⁸ a fogyasztói jog céljának a fogyasztók érdekvédelmének információval, oktatással és jogi támogatással történő támogatását tűzi célul.⁸⁹ A többségi álláspont ma a fogyasztó öntevékeny fellépésére is számító második nézetet képviseli, a fogyasztóvédelmi jog egyértelműen túlnőtt azon a felfogáson, hogy egyszerűen a minőségvédelemmel lehetne azonosítani.⁹⁰ A fogyasztóvédelmi jog ennek megfelelően egy olyan jogterület, amely egyik klasszikus jogág keretébe sem illeszthető be maradéktalanul. A fogyasztók védelmét egyrészt számos közjogi norma, állami intézmény, eljárásjogi szabály, büntetőjogi tényállás

⁸⁶ Vékás, 1981, p. 61.

⁸⁷ A protekcionista álláspontot ismerteti Fazekas, 2007, p. 71.; Fazekas, 1998, p. 15.

⁸⁸ Thierry Bourgoignie nevéhez köthető a fogyasztóvédelmi jog, illetve általa szerencsésebbnek tartott fogyasztói jogok névvel illetett jogterület pluralizmusának és interdiszciplináris jellegének hangsúlyozása. Szendrő, 2020, pp. 36-37.; Bukovics & Szendrő, 2018, pp. 187-203.

⁸⁹ Fazekas, 1996, p. 33. A fogyasztóvédelmi jog elnevezése tekintetében különböző megnevezések érvényesülnek, így pl. a francia, belga, olasz szakirodalom szerinti fogyasztás joga (*droit de la consommation, diritto dei consumi*), az angolszász fogyasztói jog (*consumer law*), illetve a spanyol, portugál fogyasztóvédelem kifejezés. Fazekas, 1996, p. 38.

⁹⁰ Ld. ehhez a kérdéskörhöz: Kemenes, 1991, p. 189.; Kemenes, 1990, p. 95.; Nemeshegyi, 2012, pp. 123-125.; Sándor, 2006, pp. 193-207.; Sándor, 2003; Szebelédi, 2014a, p. 292.; Szebelédi, 2013, p. 266.

segíti, másrészt jelentős számú magánjogi szabály célja a laikus fogyasztó kiszolgáltatottságával szembeni védelem megteremtése.

A fogyasztóvédelmi jog több államban alkotmányos alapjogként került rögzítésre.⁹¹ Magyarország Alaptörvényének M) cikke a (2) bekezdésben kifejezetten rögzíti azt, hogy Magyarország védi a fogyasztók jogait. Korábban ilyen közjogi alapokat nem építettek a fogyasztók védelmének érdekében, ennek oka az, hogy először a magánjog területén jelentkezett igény a kereskedelmi jogviszonyokban a kiszolgáltatott helyzetben lévő személyek, mai fogalommal fogyasztók jogi helyzetének megóvására. Az ilyen funkciójú jogi normák a kereskedelmi jog részterületeként alakultak ki. Ennek megfelelően a kereskedők egymás közötti, illetve a kereskedő és magánszemély közötti jogviszony képezte a kereskedelmi jog anyagát, míg a magánszemélyek egymás közötti jogviszonya a hagyományos magánjog területéhez tartozik. A fogyasztóvédelmi jog kifejezetten a kereskedők és magánszemélyek közötti, vagyis olyan jogviszonyokat szabályoz, amelyeknek egyik oldalán az áru vagy szolgáltatás nyújtásával üzletszerűen foglalkozó jogalany áll, a másik oldalán pedig az adott áru megvétele, a szolgáltatás igénybevétele tekintetében laikus személyek állnak.

A fogyasztóvédelmi jog központi kérdését – a szakember és a laikus közötti kötelmi jogviszony keletkezését, tartalmát, teljesítését – nézve, és kizárólag a fentiekben körülírt jogviszonyokat szabályozó jogi normákat szemlélve, a fogyasztóvédelem a magánjogon belüli lehatárolt jogterületnek látszik. A fogyasztóvédelem szűkebb megközelítésben tehát azokat a jogszabályokat, jogi normákat öleli fel, amelyek olyan felek közötti jogviszonyokra terjednek ki, amelyek egyike üzletszerűen végzi az adott jogviszony szerint teljesítendő szolgáltatását, amely a másik fél üzletszerű, illetve szakmai tevékenységén kívül esik. Ilyen értelemben tehát a fogyasztóvédelmi jog a klasszikus kereskedelmi jog részének tekintendő, és azon belül a gazdálkodó szervezetek egymás közötti jogviszonyait felölelő jogterület kategória-párjaként használható. A gyengébb fél oltalmazása azonban már a kereskedelmi jog, mint rétegjog kialakulása előtt is ismert jelenség volt a jogtörténetben, függetlenül attól, hogy milyen kódexben szabályozták azt.⁹²

A fogyasztók védelmét nem csak a magánjogi szabályok biztosítják. A közjogi szabályok kiterjednek a fogyasztók jogainak védelmét biztosító intézmények felállítására, hatósági jogkörök kialakítására, szabálysértési és büntetőjogi normák alkalmazására is. A fogyasztóvédelmi jog ilyen irányú megközelítése magával vonja azt, hogy a fogyasztóvédelmi jogba beleértendők a közigazgatási, szabálysértési, versenyjogi és büntetőjogi normák fogyasztókat érintő rendelkezései is.⁹³

A fogyasztóvédelmi jog tehát absztrakt és átfogó megközelítésben a fogyasztók és az üzletszerűen gazdasági tevékenységet folytató jogalanyok közötti jogviszonyra irányadó, a fogyasztók érdekeinek védelmét biztosítani hivatott jogi normák összessége. Ebből eredően

⁹¹ Ld. pl. Portugál Köztársaság Alkotmányának 51. § (1)–(2) bekezdése, svájci alkotmány 31/F. § (1)–(3) bekezdései; Gyarmati, 1996, p. 323. A magyar Alkotmány rendszerváltás utáni szövegéből is levezethető a 17. §-ában rögzített szociális gondoskodásra vonatkozó alapjog értelmezése kapcsán, amelyhez kapcsolódik az oktatáshoz való jog, a tájékoztatáshoz való jog, a jogi védelemhez, jogorvoslathoz való jog is. Részletesen ld. Fazekas, 1995, p. 153.

⁹² Ld. ehhez Vékás, 2008, p. 86.

⁹³ Gócza, 2013, pp. 3-6.

a tradicionális jogági felosztás határait áttörve komplex módon szükséges a fogyasztóvédelmi jogot kezelni. A jogági tagolódások szintjén a fogyasztóvédelmi jogot egy olyan jogterületnek kell tekinteni, amely más jogágak normáin nyugszik, jellegadónak tekinthető részei a magánjog területén találhatók, de átnyúlik a közigazgatási, szabálysértési és a büntetőjog területére is, vagyis keresztülfekvő jogterületet képez.

2.3. A fogyasztó

Az árucseré, a kereskedelem egyik mozgatórugója a nyereséges ügylet elérése, amely magával vonja azt, hogy a nagyobb tapasztalattal rendelkező kereskedő sok esetben tisztességtelen mértékű profitot akar termelni. Ezzel szemben a belső szabályozással bíró tevékenységek esetében a szakma, egyébként az állam beavatkozása nyújthat korrekciós segítséget. A fogyasztóvédelmi jogi szabályok tehát a fogyasztókat védik, de azok személyi körét már a modern fogyasztóvédelmi jogszabályokban sem kezelik egységesen. Példaként említhetjük, hogy korábban a magyar törvények is sokféle fogyasztó fogalmat használtak, nem beszélve az egyes külföldi jogalkotói megoldásokról.⁹⁴ A magyar jogban a Ptk. is definiálja a fogyasztó fogalmát, és a természetes személyre alkalmazza azt,⁹⁵ amit számos szakmai vita előzött meg.⁹⁶

A kutatás szempontjából fogyasztónak azt tekintjük, akinek az egyes áruk megvétele, szolgáltatások igénybevétele nem illeszkedik szorosan az üzleti tevékenységébe, vagyis az adott tranzakció vonatkozásában nem feltétlenül rendelkezik megfelelő szakmai ismeretekkel, illetve az nem várható el tőle. Vitát generál a szakirodalomban, hogy milyen fogyasztói ideálra szabva alkossák meg a fogyasztóvédelmi jogszabályokat. Korábban általános nézet volt az, hogy a fogyasztó egy laikus személy, aki nem rendelkezik megfelelő szakismerekkel, akit sokszor váratlanul döntési kényszer elé állítanak. Napjainkban ehhez képest az éber fogyasztó eszménye áll a középpontban. Erre jó példa az, hogy az Európai Bíróság megfelelő hangsúlyt helyez arra, hogy a fogyasztó nem ügyetlen, járatlan, elveszett személy. Egyetértünk Vékás professzorral abban, hogy a fogyasztó fogalmát szituációkra, konkrét jogviszonyokra tekintettel szükséges meghatározni, megfelelő mérlegelési jogkört biztosítva a bíróságok számára egy-egy konkrét ügy megítélése tekintetében.⁹⁷

3. Történeti előzmények az egyes ókori jogokban

A jogtörténetben számos ókori előzményét fedezhetjük fel azoknak a kereskedelmi szabályoknak, amelyek a kereskedővel szerződéses jogviszonyt létesítő, általában laikus szemé-

⁹⁴ Ld. ehhez Bodnár, 2004, p. 59.; Hámori, 2015, pp. 257-259.; Zavodnyik, 2013, p. 414.; Papp, 2019, pp. 168-181.; Török, 2018, 68.; Hajnal, 2017a, p. 245.; Keskeny, 2023, pp. 151-152.; Miskolczi-Bodnár, 2016, pp. 5-10.; Miskolczi-Bodnár & Sándor, 2013, pp. 5-10.

⁹⁵ Ptk. 8:1. § (1) bekezdés 3. pont.

⁹⁶ A fogyasztó fogalmának a Ptk.-ban történő elhelyezésére az 1997. évi CXLIX. törvény 10. § (2) bekezdése alapján került sor, ld. Vékás, 2001a, p. 124. A fogyasztó Ptk.-beli fogalmával kapcsolatos, a szakirodalomban megjelent vita összefoglalását ld. Fuglinszky, 2016, pp. 31-33.

⁹⁷ Vékás, 2002, pp. 3-13.

lyeket védik. A magánszemélyek vásárlásához, megrendeléseikhez kapcsolódóan a jogtörténet során számos konkrét jogszabályi előírással találkozunk, amelyek bizonyos védelmet nyújtanak a kereskedőkkel szembeni kiszolgáltatottság ellen.⁹⁸ Ezek a jogintézmények még nem a mai értelemben vett fogyasztókat védtek, sokkal inkább protekcionista beavatkozásnak minősültek a magánjogi jogviszonyokba, vagy általában a kereskedők túlkapásai, csalárd üzleti gyakorlatával szemben kívántak fellépni. Hatásukat tekintve azonban rokoníthatók a mai fogyasztóvédelem jogi eszközeivel, sok mai jogintézmény előképét, gyökerét jelentik.

Az antikvitás korában a tengeri kereskedelmi kapcsolatok meglehetősen kiterjedtek voltak, emiatt szükség volt egy nemzetek feletti, nem vallási alapokra helyezett, rugalmas szabályrendszerre, amelyre a szóbeliség és a jóhiszeműség elvének alkalmazása volt jellemző. Az egyes szerződések tartalmát csak töredékesen ismerjük, például Démoszthenész és Iszokratész védőbeszédeiből. Ebben az időszakban még nem alakult ki a kereskedelmi jog, mint elkülönült rétegjog, a magánjog általános szabályait alkalmazták az ilyen életviszonyokra. Ebből az időszakból azok a maradandó kereskedelmi jogi intézmények, amelyeket ma is ismerünk, a rómaiak közvetítésével maradtak fenn, akik a *ius gentium* megalkotásával a kereskedelmi jognak valódi nemzetközi vetületet adtak.

A fogyasztóvédelem, mint jogi koncepció, modern fogalom, de az ókori jogokban is megjelentek már olyan szabályok és gyakorlatok, amelyek az emberek védelmét szolgálták a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben. Az ókori társadalmak nem használták a „fogyasztóvédelem” kifejezést, de különböző törvények, szokások és vallási előírások védtek a fogyasztókat a csalásoktól, hamisítástól vagy rossz minőségű áruk eladásától. A Bibliában található Mózesi törvények is tartalmaztak olyan előírásokat, amelyek az üzleti etikát és ezáltal a fogyasztók védelmét szolgálták.⁹⁹ A Leviták könyve például kifejezetten tiltja a hamis mértékek és súlyok használatát, amelyekkel a kereskedők becsaphták volna a vásárlókat.¹⁰⁰ Az igazságosság és a tisztességes kereskedelem alapelvei jelentős hangsúlyt kaptak már ebben az időszakban is.

3.1. Egyiptom

Mint az ókori közel-keleti államok gazdasági és társadalmi berendezkedését általában, így Egyiptomét is elsősorban földrajzi helyzete határozta meg. A Nílus folyó két partján elterülő ország népének elsődleges megélhetési forrását a folyó adta lehetőségek jelentették, annak áradása biztosította a földek termékenységet, amely ennek megfelelően évről-évre változóan alakult. A társadalmi berendezkedés szempontjából az egyiptomi fáraó, mint maga az isten, de legalábbis annak fia, élet és halál ura volt. A természettől függő gazdasági környezetben ebben testesült meg leginkább a vallási és politikai gondolkodás egysége.¹⁰¹

⁹⁸ A jogtörténeti források tekintetében ld. Fazekas, 1994, p. 105.; Fazekas, 2001, p. 11.

⁹⁹ Ld. pl. általános jelleggel: „Senki közületek ne lopja meg, ne vezesse félre és ne csalja meg a népéből valót.” (Lev 19,11).

¹⁰⁰ „Ne legyenek igazságtalanok az ítélezésben, a hossz mérték, a súly mérték és az űr mérték használatában. Legyen hiteles a mérlegek, hiteles a súlyod, hiteles a mértéked, hiteles a vékád.” (Lev 19,35-36) „A kétféle súly mérték iszonyat az Úrnak, elvetésre méltó a hamis mérleg.” (Péld 20,23).

¹⁰¹ Seidl, 1951, p. 16. Az egyiptomi történelemmel és kultúrával kapcsolatban összefoglalóan ld. Kákossy, 1998.

Más államok lakóival történő kereskedelem a vallási dogmák okozta egyenlőtlenség miatt csak csekély mértékben valósult meg,¹⁰² azonban a külső jogi hatások bizonyos mértékben mégis jelentkeztek, elsősorban a sumér-akkád jog vonatkozásában.¹⁰³ A hellenisztikus időszakot követően azonban már jelentős görög és római jogi hatásról beszélhetünk.¹⁰⁴

A kereskedelmi jogi intézményeket csak részben ismerhetjük, elsősorban a források sporadikussága miatt, ezért Goldschmidt szerint a kereskedelmi jog teljesen hiányzott,¹⁰⁵ Rehme hasonló megfontolásból – Goldschmidtre hivatkozva – említést sem tesz erről,¹⁰⁶ Selb pedig az egyiptomi jogtörténet több korszakára nézve is említi a szokásos szerződés-típusokat (adásvétel, csere, bérlet), de nem hangsúlyozza azonban ezek kereskedelmi életben való alkalmazását.¹⁰⁷ Padoch az egyiptomi gazdasági jog ismertetése során csak a földműveléshez kapcsolódó bérletet említi,¹⁰⁸ Seidl viszont számos olyan forrást ismertet, amelyek a kereskedelmi forgalomhoz kapcsolódó ügyekkel kapcsolatosak.¹⁰⁹ A kereskedelmi jogot mint *ius speciale*-t vizsgáló Goldschmidt és Rehme közömbössége talán azzal magyarázható, hogy az egyiptomi jogban nem alakult ki sem önálló kereskedelmi jog, sem pedig kereskedői réteg, ami leginkább a foglalkozások specializálódásának hiányából vezethető le.

A szerződő felek védelmének igénye azonban már ebben az időszakban is felfedezhető. Az egyiptomi jogban a mezőgazdasági termelés elsődlegességéből eredően a tulajdon központi jelentőséggel bírt. A tulajdon átruházása során kiemelkedő szerepet töltött be az egyenértékűség, ami nélkül a tulajdonszerzés nem valósulhatott meg, és ami a magánjogi ügyletek legfőbb elve volt.¹¹⁰ Az egyiptomi jogban is megjelentek olyan előírások, amelyek az adásvételi szerződéseket és a vásárlók jogait védték. Egyes források említenek olyan szerződéseket, amelyek biztosították, hogy a vásárlók minőségi árukat kapjanak, és a csalásokat szigorúan büntették.

3.2. Babilon

Az ókori Mezopotámia déli részén található Babilónia jogrendszerében, ellentétben az északi részen fekvő Asszíriával, a kereskedelem szabályozása az egyiptominál jelentősen fejlettebb volt.¹¹¹ A babiloni jog szabályozása tükrözte az élénk kereskedelmi életet és az ókor egyik fejletteknek minősíthető „kereskedelmi jogának” adott hátteret.¹¹² A korai asszír

¹⁰² Pl. II. Ramses szerződést kötött III. Hattusilis hettita királlyal, ami alapján a két állam polgárai egymást egyenlőnek ismerve elkereskedtek egymással. Seidl, 1951, p. 17.

¹⁰³ Seidl, 1951, p. 18. Ld. továbbá Selb, 1993, p. 113.

¹⁰⁴ Egyiptomban a makedón hódítás nem vezetett a régi jog teljes eltörléséhez. Lurje, 1971.

¹⁰⁵ Goldschmidt, 1891, p. 51.

¹⁰⁶ Rehme, 1913, p. 52.

¹⁰⁷ Selb, 1993, pp. 118., 123.

¹⁰⁸ Padoch, 1946, p. 14.

¹⁰⁹ Seidl, 1951, p. 58.; Seidl, 1962, p. 151.

¹¹⁰ Seidl, 1956, p. 40.

¹¹¹ Az asszír jogi források tekintetében ld. David & Ebeling, 1929; Kohler & Ungnad, 1913; Ehelolf, 1922; Eisser & Lewy, 1930, pp. 144skk.

¹¹² Goldschmidt, 1891, p. 51.

és az újbabiloni időben, Kr. e. 7. és 6. században kialakultak a tipikus kereskedelmi ügyletek, így például a társaság, a hitelezés és a szállítási szerződés, a bankszerű pénzügyletek, havi kamatszámítás.¹¹³ A pénzzel való gazdálkodás általánossá vált, a kereskedelmi élet sokszínű volt, a kereskedőkre vonatkozó rétegjoggal azonban itt sem találkozunk.¹¹⁴ A gazdálkodással kapcsolatos jog alapvetően két területen tudott fejlődni, a földműveléssel kapcsolatban és – amiben jelentős többletet ad az egyiptomi joghoz képest – a kereskedelem terén.¹¹⁵

A mezopotámiai jogtörténetben megkülönböztethetjük a korai sumer korszakot, ami Kr. e. 2350-ig tartott, a Szargonida időszakot (Kr. e. 2150-ig), és az új sumer kort, Kr. e. 1950-ig. A korai babiloni időszakban, mielőtt Hammurapi egyesítette volna az országot, több király is megpróbálta a hatályos jogot „törvénykönyvben” összefoglalni. Lipit-Istarról tudjuk, hogy meg is alkotott egy ilyet, illetve Bilalamától, Esnunna királyától is származott hasonló.¹¹⁶ Lipit-Istar törvénygyűjteményének szövege gyakran tükröződik Hammurapi törvényében és nagyarányú *terminus technicus* mutat egyezőséget mindkettőben, bár nem bizonyítható, hogy a Hammurapi-kódex közvetlenül azon alapult volna. Általánosságban megállapítható, hogy ebben a földrajzi térségben egy általános közös jog volt érvényben.¹¹⁷

Hammurapi törvénykönyve, amelynek megalkotási dátumát pontosan nem ismerjük,¹¹⁸ három részre osztható, így bevezetésre, a *corpusra* és az epilógusra. A vallási tartalmú bevezetésben Hammurapi deklarálja, hogy uralkodóként kötelessége a rábízott népnek igazságot adni és a környező népeknek békét biztosítani. A poétikus *encomium* (epilógus) rögzíti, hogy a kódex rendelkezései az igaz jogok. A törvénykönyv valójában módosítása a babiloni szokásjognak, gyakorlatilag az esetjog rögzítése és egyben megreformálása.¹¹⁹ A kódex kétségtelenül a korszak egyik kiemelkedő alkotása volt,¹²⁰ amely büntetőjogi rendelkezéseket (pl. lopás és annak minősített esetei), földműveléssel, családjoggal, öröklési joggal kapcsolatos előírásokat tartalmazott. A XIII. fejezete rendelkezett a közvetítőkről és ügynökökről, a XIV. a kocsmárosnőkről, a XV. a szállítókról, a XVI. az adósokról, a XVII. a letétekről, amelyek mai fogalmaink szerinti kereskedelmi jellegű szabályokat is tartalmaztak. Ilyen volt például a szállító büntetése, ha nem adja át a rábízott árut, vagy a kocsmárosnő büntetése, ha a szeszért gabonát nem fogad el, csak pénz.¹²¹ A törvényben szerepeltek olyan szabályok, amelyek az áruk minőségét és a tisztességes árazást biztosították. Például, ha egy építőmester rossz munkát végzett, ami miatt egy épület összeomlott, a törvény felelősségre vonta a mestert, vagy, ha a hajóépítő által készített hajó megsérül, akkor köteles azt saját pénzén megjavítani.¹²²

¹¹³ Goldschmidt, 1891, p. 51.; Padoch, 1946, p. 10.

¹¹⁴ Egyedül az italok eladására vonatkozóan voltak speciális szabályok. Rehme, 1913, p. 57.

¹¹⁵ Padoch, 1946, p. 9.

¹¹⁶ Driver & Miles, 1956, I. 5.

¹¹⁷ Driver & Miles, 1956, I. 9.

¹¹⁸ Az egyes időpontokkal kapcsolatos nézetek tekintetében ld. Driver & Miles, 1956, I. 34. és xxv. Feltételezően a Kr. e. 18. század második felére tehető a kódex keletkezése.

¹¹⁹ Cohn, 1903, p. 9. Ld. továbbá Rehme, 1913, p. 56.; Selb, 1993, p. 141.; Finet, 1903.

¹²⁰ Kohler & Peiser, 1904, I, 142. Hammurapi törvénykönyvével kapcsolatban ld. továbbá Müller, 1905; Müller, 1904; Samarae & Ismail, 2023, pp. 74-75.

¹²¹ Hammurapi törvénykönyve 112. és 108. §-ai.

¹²² Hammurapi törvénykönyve 229. és 235. §-ai.

3.3. Az ókori görög jog

A műkénei kultúra a trójaira épült, bár kétségtelenül jelentős keleti, így egyiptomi és babiloniai hatások is jelentkeztek. A kereskedelem szabályozásában azonban ez a keleti hatás csak csekély mértékben bírt jelentőséggel, a görög városállamokban sokáig a mezőgazdasági termelés állt középpontban. E tekintetben a Kr. e. 7. században kezdődő kolonizációs törekvésekkel összefüggésben jelentkezett változás, amely a korábbi jogrendszer átalakításához vezetett.¹²³ A kisparaszti gazdálkodást fokozatosan felváltja a kereskedelem és a gazdaság legfontosabb szektorává a nagy-, illetve a kiskereskedelem válik, és elsősorban Athénból lesz központi kereskedőváros.¹²⁴

Tekintettel arra, hogy az ókori görög jogi források meglehetősen szűkösen elérhetők, ezért nem lehet teljes bizonyossággal megállapítani, hogy az ókori görög kereskedelmi jog milyen mértékben került kidolgozásra. Megállapítható azonban az, hogy nem került *ius specialéként* szabályozásra a kereskedelmi ügyletek köre és a kereskedők sem kaptak különleges jogállást.¹²⁵ Ugyanakkor a kereskedelmi ügyletek körében több esetben találhatunk külön szabályozásra utaló jegyeket. A bankszerű ügyletek kifejezetten széles körben kiépültek, különös tekintettel a pénzforgalomra, és ezzel a kereskedelmi könyvvizetés is bevezetésre került. A görög „bankár” (*trapezitész*) az angol típusú bankárhoz állt közel. Kiemelendő a tengeri kölcsön megjelenése, valószínűleg föníciai eredettel, általában 24-36 %-os kamattal sikeres tengeri út esetén. A kereskedelemmel kapcsolatos szabályok nagyrészt íratlan szokásjogi alapokon alapultak. Írásos törvényt, az ún. *nomos Rhodiön nautikos* azonban csak a bizánci időszakból származott.¹²⁶

Az ókori görög jog tekintetében egyes kutatók három nagy korszakot különböztetnek meg: a korai időszakot, amely Nagy Sándor uralkodásáig tart, a hellenisztikus időszakot, amely Bizánc megalapításáig terjed, és a bizánci időszakot, amely az ókort túlélve Konstantinápoly elfoglalásáig tartott.¹²⁷

Az archaikus korból írásos jogi források nem állnak rendelkezésünkre, feltevéseinket a mitológiára és az irodalmi művekre alapozhatjuk.¹²⁸ Ez a jog primitív törzsi eredetű jog volt, amelyben keveredtek a szakrális és világi normák. A Kr. e. 7. század közepétől a 6. század végéig terjedt a különböző törvénykönyvek összeállításának időszaka, amely híres törvényhozók neveihez fűződött, így Lükurgosz (Kr. e. 650.) Spártában, Drakón (Kr. e. 621.) és Szolón (Kr. e. 594.) Athénban, Zaleukusz az Epizephürioi Lokroi-ban, Kharóndasz Cataniában, Philolaosz Thébában, Pheidon Corinthiában, és a krétai Gortüsz törvénykönyvének anonim szerkesztői. Ez az időszak, talán nem véletlenül, egybeesett a monarchiából a demokrácia irányába vezető átalakulás periódusával.

¹²³ Ld. pl. a Kr. e. 624-ből származó drakóni, a Kr. e. 594-ből eredő szolóni törvényeket Athénban, illetve a lükurgoszi törvényeket Spártában.

¹²⁴ Zaleukos még kifejezetten megtiltotta kereskedők beiktatását a termelők és felhasználók (vásárlók) közötti folyamatba, Drakón szintén megpróbálta ezt a tendenciát felszámolni, majd Solón törvényei nyomán új trend következett, noha Solón támogatta a szabadkereskedelmet, pl. szabadon a kamatok alkalmazását és a gazdasági, kereskedelmi célra történő egyesülést. Rehme, 1913, p. 69.; Speck, 1901, p. 516.

¹²⁵ Rehme, 1913, p. 70.

¹²⁶ Goldschmidt, 1891, p. 56. Ld. ehhez továbbá: Hamza, 1998, p. 14.; Földi, 1997, p. 213.

¹²⁷ Kerameus & Kozyris, 1993, p. 1.

¹²⁸ E tekintetben leginkább Homérosz Íliásza és Odüsszeiája nyújt értékes információt.

A klasszikus időszak joga már inkább világi, mintsem szakrális alapokon állt. Az egyes városállamok önálló szabályozása mellett megjelent a görög „kereskedelmi közös jog”, amely a görög városállamok mindegyikében érvényesült.¹²⁹ Ez a szokásjogon alapuló joganyag szabályozta valamennyi görög kereskedő, tengerész jogügyletét. Sajátossága volt az állampolgárságtól független jogegyenlőség, a kozmopolitizmus, az ügyletek gyors lebonyolítása, így a formalizmus hiánya. A klasszikus korszak joga nem fejlődött rendszerezett egészszé, mivel hiányoztak a római világban ismert *iuris consultus*ok, vagy azokhoz hasonló jogtudósok, akik ezt megvalósíthatták volna.

A hellenisztikus időszak, amely Nagy Sándor halálával, Kr. e. 323-ban vette kezdetét, a macedón monarchák uralkodásával a Római Birodalomba való integrációig, Kr. u. 30-ig (Egyiptom római uralom alá hajtásáig) terjedt. A görög jog tekintetében ez a határvonal annyiban tér el, hogy Korinthosz, az utolsó szabad görög város, rómaiak általi lerombolásától (Kr. e. 146) a Caracalla császár által bevezetett és a görög városállamok lakóira is a *civitas Romaná*t kiterjesztő *constitutio Antoniniana* idejéig (Kr. u. 212) terjedt. A hellenisztikus monarchiákban a hellenisztikus jogot terjesztették ki a görög városállamokra és a hellenizált országokra, így Egyiptomra, Palesztínára, Szíriára, Kis-Ázsiára és egyéb keleti államokra is.

Ez a jog a görög közös jog volt, amely valamennyi görög nyelvű területre kiterjedt. A magánjog területén ez gyakorlatilag egységes jogot jelentett és inkább csak a közjog területén léteztek helyi sajátosságok. A hellenisztikus jog jogi és jogon kívüli forrásokból ismerhető meg. Évszázadokon keresztül élt egymás mellett a római, a görög és a hellenisztikus jog. A *constitutio Antoniniana* után a *ius Graeco-Romanum* kialakulásának, tehát a görög és a római jog egymásra hatásának lehetünk tanúi. A bizánci jog gyakorlatilag a iustinianusi törvénytől fordításából és kivonatolásából, valamint a *Novellae*-ből nyeri eredetét. A bizánci jog alapvetően az *Eklogé tón nomón*, a *Procheiron*, az *Epanagogé* törvénytűvekből ismerhető meg. Témakörünk szempontjából a görög közös jog vizsgálata bír jelentőséggel, és itt nem kívánunk kitérni a római jogi (kölcsonös) hatásokra.

Az ókori görög városállamok gazdasági struktúráját alapvetően behatárolta földrajzi adottsága, amely csak csekély mezőgazdasági- és nyersanyagforrást biztosított az itt élőknek. Hésziodosz megítélése szerint a munka nem szégyen, a munkakerülés, henyélés azonban az.¹³⁰ Ennek megfelelően a mezőgazdasági termelés lehetőségének hiányában létszükségletté vált a kereskedelem,¹³¹ amit még a kifejezetten kereskedelmet ellenző Platón is elfogadott, mint társadalmi szükségserűséget.¹³² A homéroszi időkben a közvetlen cserekereskedelem dominált, majd ezt váltotta fel az ezüst és arany, mint közvetítő csereeszköz.

¹²⁹ Kerameus & Kozyris, 1993, p. 2.

¹³⁰ Hésziodosznál már megjelent az *emporía*, mint a kereskedelem absztrakt fogalma. A földművelés mellett elismerte másodikként a tengeri hajózást, mint nagy nyereséggel és haszonnal, bár egyúttal veszéllyel is járó foglalatosságot. Ezt a tevékenységet ezért elsősorban az alacsonyabb néprétegekhez tartozók folytatták, akik nem rendelkeztek földtulajdonnal és ezért kényszerűségből kellett ilyen módon megélhetésüket biztosítaniuk. Speck, 1901, p. 517. Ld. továbbá Homérosz: Odüsszeia, XIV, 228.

¹³¹ Homérosz: Odüsszeia, VIII, 158; Speck, 1901, p. 517.

¹³² Platón ideális államában a kereskedelmet külföldiek végezték volna, és a polgárok a földjükön termelt felesleget minden hónapban egy meghatározott napon vitték volna a piacra, ahol a háztartásukban szükséges egyéb fogyasztási cikkekre cserélhették. Ezen túlmenően kereskedelmet nem tett volna lehetővé, vagyis a

A kereskedelem tekintetében a görögök megkülönböztettek kiskereskedelmet, amely egyben belföldi kereskedelmet és nagykereskedelmet, amely tengerentúli kereskedelmet is jelentett. Elsősorban Athénban és Pireuszban virágzott a jól szervezett kereskedelem. Athénban az Agora körül szerveződött kereskedelmi központot szívesen látogatták mind a termelők, mind a kis- és nagykereskedők. A belföldi kereskedelem, bár kiépített úthálózatok léteztek, a kommunikációs nehézségek és költségek miatt, nem bírt nagyobb jelentőséggel, így egyértelműen a tengeri (nagy)kereskedelem állt a középpontban.¹³³

A tengeri kereskedelem kapcsán – Arisztotelészt követve – három fő kategóriát kell megkülönböztetnünk, a *naukleriát*, a *phortegiát* és a *parastasist*. Az első kettő a hajótulajdonosra és a szállításra vonatkozik, míg a harmadik a *commendának* felel meg. A *commenda* a középkorban virágkorát élő jogintézmény, amely egy vegyes alakzatot, a hajókölcson, az ügynökség, a bizomány és a fuvarozás elemeit öleli fel. Arisztotelész ezen túlmenően megkülönbözteti a tengeren utazó személyt, aki kereskedik, és azt, aki személyeket és árut szállít. Ennek megfelelően vannak tengerészek, akik a Mediterráneumban árut szállítanak, és vannak olyanok, akik rendszeres utat tesznek meg két kikötő között.¹³⁴ A személyfuvarozás nem volt jövedelmező, ennek megfelelően elsősorban az áruk szállítása tekintetében vált elsődlegessé a tengeri fuvarozás.¹³⁵

Ahogy arra már korábban is felhívtuk a figyelmet, a korabeli közfelfogás a kereskedelmet egy szükséges rossznak tekintette, ezért azt csak szigorú ellenőrzés mellett lehetett gyakorolni.¹³⁶ Spártában az állampolgároknak kifejezetten tilos volt a kereskedelem, míg a külföldiek egyidőben csak két kereskedést vezethettek. A nyereségnek arányban kellett állnia a szolgáltatás értékével és a hatóság meghatározhatta azokat a kategóriákat, illetve összeghatárokat, amelyeken belül az importot engedélyezték. A város vezető tisztségviselőinek testülete (*astynomoi*) ellenőrizte az ipart, míg a piacfelügyelők (*agoranomoi*) ellenőrizték a kereskedelmet, meghatározva az árakat és nem engedélyezve a reklámozást, az alkudozást, illetve a hitelre vásárlást. Ezzel ellentétben Athénban a szabadkereskedelem virágzott a szolóni tradíció alapján, vagyis nem szorították korlátok közé sem a nyereségben való részesedést, sem pedig az egyesülési szabadságot.¹³⁷

3.4. Az ókori római jog

A rómaiak a korai időkben naturálgazdálkodást folytattak, a kereskedelem kezdete náluk is az árucseréhez kötődött. Ezt követte a pénzgazdálkodás kialakulása, amelyet elsősorban a

nyereségorientált kereskedelem tilos, amelyet a hatóságok felügyelnek. Arisztotelész szintén nem találta az arisztokratikus ideállal összeegyeztethetőnek a kereskedelemmel való foglalatosságot, hiszen az nem erkölcsös, ezért a leginkább gyakorolható munka a földműves tevékenység, ezt követi az állattenyésztés, míg utolsósorban a kézművesek, kiskereskedők és bér munkások állnak. Speck, 1901, p. 520.

¹³³ Glotz, 1926, p. 291. A tengeri fuvarozáshoz ld. Jakab, 2014, p. 159.

¹³⁴ Glotz, 1926, p. 291.; Földi, 1997, p. 33.

¹³⁵ Glotz, 1926, p. 291.

¹³⁶ A filozófus a társadalmi tapasztalatok alapján ítélte el a kereskedelmet, hiszen a görög kereskedők sokszor tisztességtelenül jártak el (*graeca fide mercari*). Speck, 1901, p. 524.

¹³⁷ A kezdetekben valamennyi, így Athén városállamban is elsősorban az idegenek folytattak kereskedelmi tevékenységet, sőt, a későbbi időszakban is nagy számmal jelentkeztek külföldi kereskedők. Speck, 1901, p. 523.

szicíliai görögök és a föníciaiak közvetítettek.¹³⁸ A Kr. e. 4. században kezdett kibontakozni a kereskedelem, amely a köztársaság korában magas fokra fejlődött. A kereskedelmi élet a császárkorban érte el csúcspontját, amely ekkorra már a világkereskedelem szintjére emelkedett. Ennek a folyamatnak az eredménye, hogy a római kereskedők jelentős gazdasági és társadalmi pozícióra tettek szert. A rómaiak a kiskereskedőket a lenézett kézművesekkel egy szinten kezelték. A nagykereskedőket nagyobb becsben tartották, bár a földműveseknél így is kisebb társadalmi elismerésben részesültek.¹³⁹ Mindez nem gátolta a kereskedőket abban, hogy eredményes tevékenységet folytassanak, olyan nyereséges üzletágat teremtvé így, mint a gabonakereskedelem és a pénzügyletek.

A római kereskedelem középpontjában az ősi időkben elsősorban a mezőgazdasági termékek álltak. A kereskedésre minden nyolcadik napon piaci napokat (*nundinae*) tartottak. A kereskedelmet alapvetően nem támogatták, a hivatalos ideológia szerint az uralkodó osztályt mentesíteni kívánták a tengeri kereskedelem kockázataitól, valójában a mezőgazdaságba kívántak tőkét fektetni. Ettől függetlenül a római kereskedelem az itáliai területekkel és a Mediterráneummal meglehetősen intenzív volt.¹⁴⁰ A belkereskedelem sem korlátozódtott pusztán a mezőgazdasági árukra, idővel az iparos termékek is megjelentek. A tengeri kereskedelemben a rómaiak számára a görög példa volt irányadó, ahonnan számos jogintézményt vettek át.¹⁴¹

A kereskedelem és a kézművesipar idővel specializálódott, de a kereskedők önálló rendje, illetve különleges kereskedői jogállás nem alakult ki. Kereskedelmi tevékenységet elsősorban a *libertinusok* és a rabszolgák folytattak a *patronusuktól*, illetve gazdájuktól kapott pénzen. A *lex Claudia* Kr. e. 218-ban például kifejezetten megtiltotta a nagykereskedelmet a szenátorok számára.¹⁴²

A köztársaság és a császárkor idején mind a belföldi, mind pedig a külkereskedelem jelentős szerepet játszott a római gazdaságban.¹⁴³ Ebben az időszakban előtérbe kerültek a luxustárgyak és fogyasztási cikkek. A kereskedelem résztvevői elsősorban a lovagrendből kerültek ki. Létrejött a kereskedelemben résztvevő hajósok (*navicularii*) speciális csoportja.¹⁴⁴

A kereskedelem fejlettsége ellenére erősen kétséges, hogy a rómaiak rendelkeztek-e külön kereskedelmi joggal. A kereskedelemre nem használtak egyértelmű fogalmat, és a *ius civile* formalizmusa sem szolgálta a kereskedelem érdekeit.¹⁴⁵ A *ius gentiumot* érvényre

¹³⁸ Kellenbenz, 1986.

¹³⁹ „A kereskedelmet hitványnak kell tartanunk, de a nagy árubőséggel rendelkező nagykereskedelem nem éppen megvetendő, mivel mindenhol sokféle cikket szállít, és rengeteg bevételt lát el, anélkül, hogy bárkit is rászédne. Sőt úgy látszik, hogy a kereskedőt teljes joggal megilleti a dicséret, ha nyereségével eltelve vagy inkább megelégedve visszavonul földjeire és birtokaira, ugyanúgy, ahogy annak idején gyakran futott be a tengeről a kikötőbe. Ám a hasznot hajtó dolgok közül semmi se jobb, gyümölcsözőbb, kellemesebb és méltóbb egy szabad emberhez, mint a földművelés.” Cicero, 1987, p. 342.

¹⁴⁰ Martino, 1985, p. 148.

¹⁴¹ Pl. *fenus nauticum*, *lex Rhodia de iactu mercium*.

¹⁴² A törvény a 300 amphora súlynál (kb. nyolc tonna) nagyobb teherbírású hajók birtoklását tilalmazta a szenátorok számára. Livius: 21, 63., Martino, 1985, p. 147.

¹⁴³ Martino, 1985, p. 356.

¹⁴⁴ Ld. Martino, p. 367.; Földi, 1997, p. 41.

¹⁴⁵ Rehme, 1913, p. 73. Vö. Földi, 1997, p. 18.

juttató praetori jog enyhített ezen a formalizmuson, és lehetővé tette a kereskedelem által életre hívott jogintézmények kialakulását és szabályozását. Paul Rehme és Levin Goldschmidt az említetteken túl abban látta az önálló kereskedelmi jog kialakulásának akadályát, hogy Rómában alapvetően rabszolgatartó társadalom volt. Meglátásuk szerint a római jogtudósok „energikus absztrakciós és centralizációs” gondolkodásmódjától távol állt a kereskedelem, illetve a gazdasági tevékenység.¹⁴⁶ Ennek megfelelően nem alakult ki külön kereskedelmi jog, azonban számos különleges civil- és praetori jogi intézmény jött létre a kereskedelmi tevékenység szabályozása érdekében. Ilyen volt például a magas szintű könyvvezetés a litterál szerződésekkel kapcsolatban, a bankárok (*argentarii*) és pénzváltók (*nummularii*) közötti különbségtétel, a tengeri kölcsön (*fenus nauticum*), a tengerbe öntött árukról szóló rhodoszi törvény (*lex Rhodia de iactu mercium*), a hajósok, fogadósok, és béristállótulajdonosok felelőssége (*receptum nautarum, cauponum, stabulariorum*), az egyes járulékos keresetek (például az *actio institoria*, *actio exercitoria*, és az *actio tributoria*).¹⁴⁷

Érdemes hangsúlyozni, hogy a római jogban a járulékos keresetek alapján a vállalkozási konstrukciók széles köre alakult ki. Földi András szerint megkülönböztetünk egy-, két- és háromszintű vállalkozásokat. Az egyszintű vállalkozásoknál a vállalkozó (*exercitor, negotiator*) a saját vagyonával, saját nevében, egyedül folytatott kereskedelmi tevékenységet, a kétszintű vállalkozás esetében a vállalkozó a rábízott vagyonnal végezte ezt a tevékenységet. A háromszintű vállalkozás során elkülönült egymástól a *pater familias*, mint jogilag a vállalkozásba vitt vagyon tulajdonosa, és a családgyermek (vagy *servus ordinarius*) és a rabszolga (adott esetben *servus vicarius*), aki kvázi tulajdonosként lépett fel a rábízott vagyon tekintetében, továbbá a tényleges vállalkozási tevékenységet folytató személy.¹⁴⁸ A Római Birodalomban kibontakozó élénk kereskedelmi élet és az ezzel együtt járó kazuisztikus joggyakorlatban a társas vállalkozások megjelenése is tetten érhető, a *societas* különböző formái alakultak ki.

Az ókori Római Birodalom jogrendszere számos törvényt tartalmazott, amelyek védték a polgárokat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatoktól. A valószínűleg Iulius Caesar nevéhez köthető, Kr. e. 18 körül keletkezett *lex Iulia de Annona* a gabonával való spekulációt és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat szabályozta.¹⁴⁹ Róma gazdasága nagymértékben függött a gabonaimporttól, így a törvény célja az volt, hogy megakadályozza az áremeléseket és biztosítsa a megfelelő minőséget és elosztást. A gabonaárak mesterséges emelését büntetésekkel kívánták visszaszorítani. Augustus uralkodása végén külön tisztiséget állítottak fel, és a *praefectus annonae* hatáskörébe tartozott a gabonakereskedelem ellenőrzése.

¹⁴⁶ Rehme, 1913, p. 75.; Goldschmidt, 1891, p. 71.

¹⁴⁷ A római jog kereskedelmi jogintézményeivel kapcsolatban részletesen ld. Földi, 1997, pp. 117. skk.

¹⁴⁸ Ld. részletesen Földi, 1996, p. 184.; Földi, 1997, p. 166.

¹⁴⁹ „Lege Iulia de annona poena statuitur adversus eum, qui contra annonam fecerit societatemve coierit, quo annona carior fiat. 1. Eadem lege continetur, ne quis navem nautamve retineat aut dolo malo faciat, quo magis detineatur: 2. Et poena viginti aureorum statuitur”. D. 48, 12, 2. Ld. ehhez Sukacic, 2017, pp. 107-117. Valószínűleg ez a törvény szolgált modellként Diocletianus 301-ben meghozott ármaximalizáló rendeletéhez is. Megemlítendő Zeno császár 483-ban meghozott rendelete (*constitutio*) is, amely szintén a kereskedelmi monopóliumok visszaszorítására irányult.

Az ókori Rómában a piacok működése állami felügyelet alatt állt. Az *aedilis curulisek* szabályozták és ellenőrizték a piacokat és ezáltal a kereskedők tevékenységét.¹⁵⁰ Az *aedilis curulisek* tisztségét 367-ben a *lex Licina* állította fel, és ettől kezdve évente két, mai fogalmainknak leginkább megfelelően „rendőrkapitányt” választottak. Tevékenységüket íródeákok és szolgák segítették. Az ő feladatuk volt a játékok megrendezése és felügyelete (*cura ludorum*), a város rendjének fenntartása (*cura urbis*) is. Ők felügyelték a piacok, fürdők, vendéglátóipari egységek rendjét. Hatáskörük kiterjedt arra, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatókkal szemben fellépjenek, így például a hamis súlyokat használó vagy más módon csalókkal szemben, vizsgálták az élelmiszerek minőségét és árát, a magtárakat és a gabona megfelelő áron történő kiszolgáltatását.¹⁵¹ Az ilyen tevékenységet bírsággal büntették és zálogolási joguk is volt. A piacokon keletkező jogvitákban bírászkodtak is (*iurisdictio*s hatáskör) a főrangú tisztségviselőknek járó díszes széken (*sella curulis*) ülve.¹⁵² Városrendészeti tevékenységüknél nem kevésbé fontos feladatuk volt Róma gabonaellátásának hatósági felügyelete (*cura annonae*). Mindemellett még a középületekre és a középítkezésekre is felügyeltek (*cura aedium*). Az *aedilis curulisek edictumai* és bírászkodása jelentősen fejlesztette a római magánjogot is. Az eladói szavatosság máig érvényes szabályait ők alkották meg.

A római kereskedelmi ügyletek közül a leggyakoribb az adásvétel (*emptio venditio*) volt,¹⁵³ amely kezdetben *mancipatio*, illetve *traditio* útján ment végbe, majd a Kr.e. 3. századtól már formaságoktól mentes, a felek megegyezésén alapuló konszenzuál szerződés lett.¹⁵⁴ Az adásvétel esetében számos olyan jogelvet és konkrét jogi normát alakított ki a joggyakorlat, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot kívánták visszaszorítani, most ezek köréből tekintjük át vázlatosan a leglényegesebbeket.

A kellékszavatosság szabályai fokozatosan alakultak ki a római jogban, azonban ezek csak az áru rejtett hibájára terjedtek ki.¹⁵⁵ Az archaikus jogban az *actio de modo agri* elnevezésű kereset szolgált arra az esetre, ha az eladó a telket nagyobbnak tüntette fel a tényleges méreténél a *mancipatio* során, és ilyenkor a vevő a különbözet kétszeresére menő keresetet kapott. Ezen túlmenően az eladó kellékszavatossága csak akkor állt fenn, ha ezt szóban kifejezetten ígérte (*stipulatio*).¹⁵⁶

A praetori jogban a vevő az *actio empti* elnevezésű keresettel érvényesíthetett szavatossági igényt kellékhiba esetén, ez azonban csak arra az esetre terjedt ki, ha az eladó csalárd módon (*dolo malo*) elhallgatta a hibát, vagy kifejezetten ígérte (*dicta et promissa*) az áru

¹⁵⁰ Cic. de leg. 3, 7.

¹⁵¹ Liv. 30, 26, 6; 26, 10, 1.

¹⁵² Az *aediles curulisek* intézkedéseinek szigorúságáról tanúskodik egy Jakab Éva által idézett Apuleius regényrészlet (Apul. Met. 1, 25) is: „[...] az aedilisz hasonlóan semmisítette meg a kosár halat, mivel minőségre érzékeny szemével azonnal érzékelte az áru hitványságát, az aránytalanul magas áron pedig felháborodott”. Jakab, 1993, pp. 41-42. Az *aedilis curulisek* fellépését az uzsorások és az árdrágítás ellen ld. Jakab, 1991, pp. 131-155.

¹⁵³ Paul. D. 18, 1, 1.

¹⁵⁴ Paul. D. 18, 6, 8 pr.

¹⁵⁵ Földi & Hamza, 2024, p. 521.

¹⁵⁶ Ulp. D. 21, 2, 31.

bizonyos tulajdonságait. Ilyen esetekben a vevő a jóhiszeműség (*bona fides*) alapján az érdeksérelme (*id quod interest*) megtérítésére tarthatott igényt.

Az *aedilis curulisek* a rabszolgák és igásállatok adásvétele esetére az eladó kellékszavatossági felelősségét határozták meg azokért a rejtett hibákért (*vita occulta*) is, amelyeket az eladók nem ismertek. Ulpianus erről akként számolt be, hogy az *aedilis curulisek* előírták az eladóknak, hogy az igásállat eladása esetén nyíltan és szabályosan (*palam et recte*) tárják fel annak betegségét vagy hibáját.¹⁵⁷ Ez azt jelentette, hogy a hibákat az eladó tartalmilag leplezetlenül, formailag pedig megfelelő módon volt köteles előadni.¹⁵⁸ Az áru nyílt hibái esetén viszont érvényesült az a megközelítés, hogy a vevő köteles saját maga felismerni és megbizonyosodni ezekről, vagyis „óvakodnia” kellett (*caveat emptor*).¹⁵⁹ Az *aedilis curulisek* két konkrét keresetet is bevezettek. Az *actio redhibitoria* hat hónapos határidőn belül biztosított a vevőnek elállási jogot (*in integrum restitutio*) kellékszavatossági igény esetén, míg az *actio quanti minoris* egy éven belül a kisebb kellékhiba miatt árleszállítást tett lehetővé.

A iustinianusi jog a rejtett hibákért való kellékszavatossági felelősséget valamennyi árura kiterjesztette, és a vevő az igényét az *actio empti*-vel érvényesíthette.

Ebben a körben említhető meg a jóhiszemű, ellenérték fejében szerző vevő védelmét szolgáló kereset, az *actio Publiciana* is, amely a Kr.e. 2. vagy 1. században egy Publicius nevű praetorhoz fűződik.

Mint látható, számos szabály biztosított védelmet az ókori Rómában a vevő, vagy akár a mai fogalmaink szerinti fogyasztó számára. Ezek mellett meg kell említenünk még a felértékelést is. A piacgazdaság viszonyai között teljes mértékben elfogadott, hogy az áruk forgalmazása és a szolgáltatások nyújtása során a bekerülési költségeket meghaladja az értékesítésből származó bevétel, vagyis profitot termeljen a gazdasági vagy kereskedelmi tevékenység.¹⁶⁰ A színallagmatikus kötelmet eredményező szerződések főszabályként alkalmazásának elvét egészíti ki a római jogban már ismert *laesio enormis* esetére korrekciós lehetőséget biztosító szabály.¹⁶¹ Ezzel az ingatlanukat a forgalmi érték felénél

¹⁵⁷ Ulp. D. 21, 1, 38 pr.

¹⁵⁸ Például nem kisbetyűvel, a rabszolga nyakába akasztott tábla hátoldalán, hanem az elején kellett feltüntetni. Ld. ehhez Földi & Hamza, 2024, p. 522.

¹⁵⁹ Összhangban Quintus Cervidius Scaevola megállapításával, miszerint „ius civile vigilantibus scriptum est”, Scaev. D, 42, 8, 24.

¹⁶⁰ Ez már a római jogban is általánosan elfogadott és a joggyakorlatban is megjelent elv volt. Például Papirius Iustus úgy foglalt állást, hogy „Quibus mensuris aut pretiis negotiatores vina compararent, in contrahentium poteste esse.” („[h]ogy a kereskedők milyen mérték szerint és milyen vételárért veszik meg a bort, ez a szerződések hatalmában áll.”). Papir. D. 18, 1, 71. Paulus pedig kifejezetten azt írja, hogy „[...] in emendo et vendendo naturaliter concessum est, quod pluris sit, minoris emere, quod minoris sit, pluris vendere, et ita invicem se circumscribere.” („[...] az adásvételnél természetesen meg van engedve, hogy ami többet ér, azt olcsóbban vegyük meg, s ami kevesebb értékű, azt drágábban adjuk el, és így kölcsönösen rászédjük egymást [...]”). Paul. D. 19, 2, 22, 3. Fordítás: Földi & Hamza, 2024, p. 516. Általánosságban a római jog liberális volt a szolgáltatás és ellenszolgáltatás közötti nagyobb mértékű értékkülönbség esetén is, és csak szűk körben alkalmazott korrekciós szabályokat, pl. megtévesztés (*dolus malus*) vagy felértékelés (*laesio enormis*) esetén. Ld. Földi & Hamza, 2024, pp. 486., 516.

¹⁶¹ A *laesio enormis*, illetve a *laesio ultra dimidium* elnevezések középkori eredetűek. A *laesio enormis* szabályai Diocletianus császár kora óta ismertek. Amennyiben az eladó az adásvétel közvetett tárgyát képező ingatlan értékének felét sem kapja meg vételárként, úgy választási lehetőség illette meg, és vagy a szerződés

kisebbségi vételárért értékesítő eladókat védtek, és biztosítottak részükre – a mai fogalmaink szerint – elállási lehetőséget.¹⁶² A szabály csak ingatlanok adásvételére vonatkozott és csak az eladót védte.¹⁶³

Érdemes röviden foglalkoznunk a pénzügyi tranzakciókhoz kapcsolódó egyes intézményekkel is.¹⁶⁴ A rómaiak hangsúlyt fektettek arra, hogy a pénzkölcsön esetére a túlzott kamat (*fenus*) alkalmazását megakadályozzák. A XII táblás törvény a kamat maximumát egy unciában állapította meg, ami a mai számításaink szerint évi 100%-os mértéket jelentett.¹⁶⁵ A köztársaság korának végétől az általános kamatmaximum évi 12% volt, a tengeri kölcsön (*fenus nauticum, pecunia traiectitia*) esetében viszont nem volt korlátja. Ennek oka abban keresendő, hogy a tengeri kölcsön esetében az adós mentesült a visszafizetési kötelezettsége alól, ha elháríthatatlan külső erő (*vis maior*), például kalózkodás, hajótörés (*naufragium*) miatt nem tudja teljesíteni azt. Ezzel egyfajta közös kockázatot vállalt a hitelező, amelynek ellentételezése volt a tengeri vállalkozás nyereségéből történő nagyobb részesedés a magasabb mértékű kamat által. Iustinianus a kamat általános mértékét 6%-ban állapította meg, de üzletemberek 8%-ot, előkelők 6%-ot állapíthattak meg, míg a tengeri kölcsön maximuma 12% volt. A kamat teljes összege nem haladhatta meg a tőkét és tilos volt a kamatos kamat szedése (*anatocismus*).¹⁶⁶ Megemlítendő továbbá Anastasius császár 506-ban kibocsátott rendelete (*lex Anastasiana*), amely szerint, ha a hitelező vitatott értékű követelést vásárolt, akkor az adóstól nem követelhetett többet, mint amennyiért a követelést a régi hitelezőtől megszerezte.¹⁶⁷ Szintén a hitelezési jogviszonyok kapcsán emlékeznünk meg a *lex commissoria* tilalmáról, amelyet I. Constantinus császár rendelt el a zálogadós érdekeinek védelmére.

felbontását kezdeményezhette, vagy a vételár kiegészítését a teljes értékre. A *laesio enormis* római jogi szabályainak kialakulásával és a jogirodalmával kapcsolatban ld. Dömötör, 1996, pp. 275-280.; Dömötör, 1995/96, pp. 45-50. Ehhez a kérdéskörhöz ld. továbbá Jusztinger, 2016, p. 75.; Jusztinger, 2008, pp. 1-16.; Jusztinger, 2005a, 114-129.; Jusztinger, 2005b, pp. 49-64.; Pókecz Kovács, 2014a, pp. 116-126.; Pókecz Kovács, 2014b, p. 242.; Pókecz Kovács, 2000, pp. 177-185.; Pusztahelyi, 2022, pp. 217-220.; Visky, 1969, pp. 355-388.; Zimmermann, 1992, p. 252.

¹⁶² Ld. ehhez Földi & Hamza, 2024, p. 513.; Kecskés & munkaközössége, 1999, pp. 66-68.; Siklósi, 2005, pp. 67-70.

¹⁶³ „Diocletianusnál az egyoldalú védelem indokolt volt, ui. szorult helyzetben ingatlant szoktak eladni, venni azonban nem. A felentúli sérelem általánosításánál azonban Iustinianus nem vette figyelembe, hogy más áruknál (pl. élelmiszereknél) a vevő is kerülhet kényszerhelyzetbe és kénytelen uzsoraáron vásárolni”. Benedek, 1995, p. 172.

¹⁶⁴ A pénzügyi tranzakciókhoz kapcsolódó fogyasztóvédelmi szabályok alakulását a jogtörténetben ld. Veres, 2019, pp. 101-107.; Veres, 2018, pp. 8-12.; Veres, 2016, p. 41.; Veres, 2014, p. 203.; Cserny & Téglási, 2015, p. 22.; Drinóczi, 2014, p. 3.; Litresits, 2010, p. 182.; Lovas & Horváth, 2018, pp. 267-270.; Szebelédi, 2014b, p. 274.; Szebelédi, 2012, p. 111.; Téglási, 2015, p. 328.

¹⁶⁵ Földi & Hamza, 2024, p. 416.

¹⁶⁶ „Placuit, sive supra statutum modum quis usuras stipulatus fuerit sive usurarum usuras, quod illicite adiectum est pro non adiecto haberi et licitas peti posse.” Marci. D. 22, 1, 29.

¹⁶⁷ Földi & Hamza, 2024, p. 462.

Talán kevésbé közismert, de a római jogászok foglalkoztak a kontár vállalkozó felelősségével is. Egy Gaiustól származó forrásrészlet számol be arról, hogy a mesterségbeli járatlanság gondatlanságszámba megy, vagyis a *locatio conductio operis* esetén elvárták a *conductortól*, hogy szakszerűen végezze el a tevékenységét.¹⁶⁸

4. Középkor

A modern idők jogrendszerei elsősorban a középkorban kialakult jogintézményekből (pl. bankok, kereskedelmi társaságok, váltó, csődjog) merítettek. Ezek bölcsői a nagy kereskedővárosokban voltak, főként Észak-Olaszországban és Franciaországban, valamint Flandriában és az Észak-Németországban.

4.1. Kereskedelem a középkorban

A Római Birodalom bukása után Európában csak minimális kereskedelmi kapcsolatok maradtak fenn, de nem szűnt meg a termékek kereskedelme. A Frank Birodalomban elsősorban a helyi kereskedelem volt jellemző, a tengeri kereskedelem nem dominált. A középkori kereskedelem középpontjában a kereskedőházak álltak, amelyek elnevezése a Földközi-tenger partjain az arab *funduc* szóból, illetve *fondacó*ból eredtek.¹⁶⁹ Velencében a 9. században már virágzott a tengeri kereskedelem, és jelentős kereskedővárosok alakultak ki Itália más területein (pl. Pisa, Genova, Siena, Milánó, Bologna, Firenze, Amalfi) is.¹⁷⁰ Hasonló kereskedelmi centrumok működtek a katalán területeken, amelyeket *alfondigónak* neveztek. Ezek hatalmas, városszerű komplexumok voltak, ahol a kereskedők üzletet tartottak fenn,¹⁷¹ és képviselőket küldtek. A keresztény területek kereskedőinek megjelenése a Levantei útvonalon a konzulátus-rendszer bevezetésével állt összefüggésben. A kereskedők önálló rendjének kialakulása a 10. századra tehető, amikor a városok létrejöttével a kereskedelmi tevékenységet folytató személyek megkezdték működésüket, létrehozták belső szabályait, és speciális jogállásuk megszerzését meghatározott jogi aktusokhoz kötötték. A kereskedelmi jog, mint elkülönült joganyag – jelentős antik előzmények után – a középkorban alakult ki.

A német területek kereskedői Velencében 1228-ban hoztak létre *fondacót*. Megemlítendő még az észak-német területen hasonló szerepet játszó *Kontor* is, amelyet a Hanza kereskedővárosok Novgorodban, Bergenben és Londonban is kiépítettek. A portugál területeken a faktor-rendszer terjedt el, elsősorban a németalföldi célterületekre (*Feitoria de Flandres*) koncentrálódva.¹⁷² A vásárok, amelyeket állandó helyen tartottak, szintén jelen-

¹⁶⁸ „Imperitia culpa adnumeratur.” Gai. D. 50, 17, 132. Ld. ehhez Földi & Hamza, 2024, p. 530.

¹⁶⁹ Berman, 1993, p. 333.; Sándor, 2005, p. 75.

¹⁷⁰ Rehme, 1913, p. 82.

¹⁷¹ Kellenbenz, 1986, p. 228.

¹⁷² Kellenbenz, 1986, p. 228.

tós szerepet játszottak ebben az időszakban. A vásárok elősegítették a fuvarozás és a biztosítás fejlődését is.¹⁷³ A kereskedelem fejlődése,¹⁷⁴ és intézményeinek állandósulása megteremtette a társas vállalkozási alakzatok gazdasági alapját is. A családi vállalkozások mellett megjelent – a római jogban is ismert *societas* mellett – a *commenda* vagy *colleganza*, amelynek valamennyi európai országban volt megfelelője.

4.2. Kereskedelmi jog a középkorban

A kereskedők tevékenységének összehangolásában fontos szerepet töltöttek be a céhek, amelyek belső szabályzataikkal, szokásjogukkal a kereskedelmi jog kialakulását segítették elő.¹⁷⁵ A kereskedelmi jellegű céhek saját rétegjogot alakítottak ki, kereskedelmi könyvvezetéssel, bíraskodással, belső eljárási szabályzattal.¹⁷⁶ Az itáliai kereskedővárosokban kialakult szokásjogot vette át a többi, római jogi hagyományokon nyugvó jogrendszerű állam is.¹⁷⁷

Az egyes államok politikai rezsimjei merkantilista szempontok alapján természetesen hasznot kívántak húzni a kereskedelem fejlődéséből, így a kereskedelmi tevékenységet sokszor privilégiumokkal vagy éppen tilalmakkal, adókkal, vámokkal szabályozták. Sokszor monopóliumokat hoztak létre, amelyekkel a hazai kereskedők érdekeit akarták védeni.¹⁷⁸ A kereskedelem nemzetköziesedése maga után vonta egy közös európai kereskedelmi szokásjog (*lex mercatoria*, *ius mercatorum*, *law merchant*) kialakulását, akárcsak a tengeri jog egységesedését (*Rôles d'Oléron*, *Consolado del Mar*).¹⁷⁹ A kereskedelem – különösen a tengeri kereskedelem –, természetesen számos veszéllyel (*risicus et fortuna Dei, maris et gentium*) járt, ami magával hozta a hitelezés mellett a befektetők, illetve kereskedők kockázatát megosztó társas vállalkozási formák megjelenését is.¹⁸⁰ Ezek a társaságok nem rendelkeztek önálló, a tagjaiktól elkülönült személyiséggel, és általában harmadik személyek irányában sem volt joghatásuk. Az első társas vállalkozások kialakításában az itáliai és az észak-német kereskedők jártak élen.

A középkori kereskedelmi jog tanulmányozása során alapvető nehézséget jelent az a tény, hogy sokszor lehetetlen elválasztani a kereskedelmi jog intézményeit a magánjog egyéb szabályaitól. A kereskedelmi jog ugyanis nem „formalista” jellegű, kevés írott forrással rendelkezik. Jellemző rá a nemzetköziség, és a szokásjogra támaszkodás. A kereskedelmi szokványokkal elsősorban magánjellegű szerződésekben, társasági dokumentumokban és szabályzatokban, illetve bírósági ítéletekben találkozhatunk. A magánjog szabályai és intézményei közt elsősorban a szerződésekre vonatkozó joganyagot érdemes tanulma-

¹⁷³ Berman, 1993, p. 336.

¹⁷⁴ A kereskedelem fejlődését elsősorban a naturáltermelés segítette elő, amely a mezőgazdasági forradalom eredményeként növekedett. Így bizonyos szempontból a kereskedelem fejlődése nem a városok kialakulásához, hanem a vidéki termelés hatékonyságának növeléséhez köthető. Berman, 1993, p. 334.

¹⁷⁵ Rehme, 1913, p. 87.

¹⁷⁶ Kellenbenz, 1986, p. 231.

¹⁷⁷ Így Portugália, Spanyolország, Franciaország, és részben a germán területek. Rehme, 1913, p. 88.

¹⁷⁸ Ld. pl. az 1381-es és az 1485-ös angol hajózási törvényt. Cipolla, 1978, p. 201.

¹⁷⁹ Részletesen ld. Nagyné Szegvári, 1999, p. 35.

¹⁸⁰ Cipolla, 1978, p. 205.

nyozni. Minthogy a kereskedők – akik ugyanazt a foglalkozást űzték – speciális szokványokkal rendelkeztek, fokozatosan kialakult a középkori kereskedelmi kapcsolatokat szabályozó jogterület, a *lex mercatoria*.

A nagy észak-itáliai kereskedővárosok konzuljai egyszerre voltak előjárók és bírók, azonban nem csak a kereskedők felett ítéleztek, hanem mindenki (nemések, idegenek) felett, aki kereskedelmi ügyletekben vett részt. A kibocsátott statútumok nagyrészt az adott város kereskedelmi szabályainak foglalatjai voltak (pl. Pisa, Velence, Genova). Az idegekkel fenntartott kereskedelmi kapcsolatok miatt – közel-, és távol-keleti utak – kialakult egyfajta szokásjogi rendszer, hiszen ezekben az esetekben nem lehetett a saját városi jogra hivatkozni.

A franciaországi vásártartó városok közül ki kell emelni Lyont, Beaucaire-t és Champagne-t. Utóbbiban évente hat alkalommal rendeztek vásárokat, amelyek alkalmanként hat hétig tartottak. Ebből két hét jutott kereskedésre, négy hét az adósságok rendezésével telt el. A vásárokra Európa minden részéből érkeztek kereskedők. Németország „vásáros helyei” közül Lipcse és Frankfurt emelhető ki. A vásárokat előre meghatározott időpontokban rendezték meg. Fontosságuk abban állt, hogy az egész akkori keresztény világ közös kereskedelmi jogának – a *ius nundinarum*nak – voltak a bölcsői, hiszen olyan intézmények születtek itt meg, mint a váltó-, és a csődjog, illetve a kereskedelmi bíraskodás, amelyre a kereskedői igényekből fakadóan a gyors ítékezés és végrehajtás volt jellemző.

A keresztes háborúk kiemelkedő hatással bírtak, hiszen a nagyméretű hadseregek finanszírozása érdekében bankok és egyéb szervezetek működtek együtt (pl. a Templomos Lovagrend a hadi cselekmények pénzügyi támogatására specializálódott). Az egyház azonban a 12. században (is) erkölcsi okokra hivatkozva megtiltotta a kamatra adott kölcsön alkalmazását.¹⁸¹ Ezt a megoldást nem csak a kanonisták, hanem Bartolus és Baldus is elfogadta. Ennek eredményeként a kölcsönzéssel és bankügyletekkel elsősorban zsidók és lombardok foglalkoztak. Később a kanonisták elismerték, hogy két feltétel egyikének teljesülése esetén legitim jellegű profit nyerhető a szabad tőkéből: a tőke veszélye (*periculum sortis*) vagy a helyek távolsága (*distancia loci*) esetében. Azokban az esetekben ugyanis, amikor az adott tőke kölcsönzése a római kölcsön (*mutuum*) esetén megállapított kockázat mértékét meghaladta, a kamat arányosan járt. Jellemző volt ez például a *commenda* esetén, amikor egy tőkés meghatározott pénzüsszeget adott át a szerződés alapján a kereskedőnek, aki megígérte, hogy az ebből származó nyereség egy részét visszaadja. Mivel a tőkés a *commendatarius* általi kereskedelmi „manőverek” miatt magas kockázatot vállalt, a kapcsolatuk megváltozott, lényegében társasággá alakultak. Az így megszülető *commandite* intézményét az egyház támogatta is. A középkori vállalkozási formák a kontinensen alapvetően a *societas* szabályozásából, valamint egyéb római jogi intézményekből alakultak ki és fejlődtek a kereskedelmi élet változásainak megfelelően. A *societas* mellett a római jogban megjelenő szervezetek (*universitas*, *corpus*, *collegium*) jogi konstrukcióinak szabályozása

¹⁸¹ A középkorban pedig az egyház kifejezetten tiltotta az uzsorát, mivel úgy tartotta, hogy a pénz, ellentétben az állatokkal, nem fiadzik. Ebből ered a „*pecunia pecuniam parire non potest*” elve (vagyon nem képes vagyont termelni). Ld. továbbá „*mutuum date nil inde aperlantes*” (Lk 6,34-35 – „[...] és adjatok kölcsönt semmit sem várva érte”), illetve „*pecunia pecuniam parire non debet*” (Decretum Gratiani II, C. 14. qu. 3. cau. 3,4. – vagyon nem képes vagyont termelni).

is sok esetben mintaként szolgált.¹⁸² Az angolszász jogfejlődéstől azonban ezen a területen (is) távol álltak a római jogi hagyományok, így speciális, a kontinentálistól eltérő alapokon jöttek létre szervezetek. Számos szabályozási technika tekintetében azonban közelített egymáshoz a két rendszer.¹⁸³

A középkori kereskedelmi jog (*ius mercatorum*) a szokásjogon és a törvényi szabályozáson, valamint a kereskedelmi céhek joggyakorlatán és a városi statútumokon alapult. A tengeri kereskedelmi jog tekintetében például a *Consolat del Mar* vagy *Oléron*, illetve *Wisby* szabályai voltak meghatározóak. Coing ebből az időszakból két fontos jellemzőt emel ki. A kereskedelmi jog már önállósodott a *ius commune* részeként, ugyanakkor meghatározott mértékig nacionalizálódott is,¹⁸⁴ és az egyes államok törvényhozásába is bekeverült. A *lex mercatoriának* a *ius communé*be való integrálása két dologra épült. Egyrészt a kereskedelmi jogot rendszertanilag a jogtudósok dolgozták ki, elsősorban római jogi dogmatikai alapokat figyelembe véve (pl. *emptio venditio*, *solutionis causa adiectus*). Amennyiben a szabályozásban hézagok keletkeztek, a kötelmi jog általános szabályaihoz, illetve a római jog kazuisztikájához nyúltak vissza. Másrészt a kereskedelmi jog egyre inkább elvált az általános magánjogi szabályoktól, a *fides* lett a központi eleme, a kereskedő tevékenysége a gondosság (*providus*) mércéjéhez igazodott.¹⁸⁵ A *lex mercatoria* egy nemzetközi kereskedelmi jog volt, amely az európai kereskedők között jött létre a középkorban. Ez a törvényes keret védte a kereskedőket és a vásárlókat is a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben, beleértve a hamisított árukat és a csalásokat.

A királyi és helyi uralkodói rendeletek szintén szabályozták a kereskedelmet. A középkorban gyakran kiadtak olyan törvényeket, amelyek az árucikkek árának szabályozására, a tisztességtelen verseny megelőzésére és a fogyasztók védelmére irányultak. Gyakran szigorúan szabályozták az alapvető élelmiszerek árát (pl. a gabona), hogy elkerüljék az áruhiányt és a mesterséges áremelést, az élelmiszerellátás biztonsága ugyanis a társadalmi stabilitás kulcsa volt.

A kereszténység nagy hatással volt a középkori társadalomra és a kereskedelmi erkölcsökre. Az egyház is központi szerepet játszott abban, hogy a tisztességes kereskedelmet ösztönözze, különösen azáltal, hogy a csalást és a kapzsiságot bűnnek tekintette. Az egyházi tanítások szerint a kereskedőknek igazságos áron kellett értékesíteni az árukat, és nem volt szabad kihasználniuk a vásárlók tudatlanságát vagy szorult helyzetét.

A középkori városokban a piacok működését szigorú szabályok és felügyelők (piacmesterek) ellenőrizték. Ezek a piacfelügyelők ellenőrizték a mérlegek és mértékegységek használatát, hogy megakadályozzák a vásárlók becsapását. Tilos volt hamis mérlegeket használni, és azok a kereskedők, akik csalást követtek el, súlyos büntetéseket kaptak, például pénzbírságot, termékeik elkobzását vagy akár börtönbüntetést. A vásárokon is érvényesek voltak a piacokra vonatkozó szabályok. A vásárszabályok részletesen meghatározták, hogyan és milyen feltételek mellett lehetett árut kínálni. A vásári bíróságok döntöttek a kereskedelmi vitákban, így biztosítva a fogyasztók védelmét.

¹⁸² Részletesen ld. Jolowicz, 1957, p. 127.

¹⁸³ A középkori társasági jogi alakzatok tekintetében ld. továbbá Holdsworth, 1916.

¹⁸⁴ Coing, 1985, p. 519. Ld. ehhez Képes, 2022, p. 69.; Képes, 2023.

¹⁸⁵ Coing, 1985, p. 520.

A középkori Európában elterjedt volt az „igazságos ár” koncepciója, amelyet az egyházi gondolkodók, például Aquinói Szent Tamás is hangsúlyoztak. Ez az elv azt követelte, hogy a termékek ára igazságos legyen, figyelembe véve azok előállításának költségeit és a kereskedő tisztességes hasznát, de elkerülve a túlzott nyereség szerzését. Az árak indokolatlan felhajtása a társadalmi igazságosság megsértésének számított. A római jogból ismert felentúli sérelem szabályát a középkorban a glosszátorok és a kommentátorok fejlesztették tovább, a kánonjogban is megtalálható volt,¹⁸⁶ majd az újkori magánjogi kódexekben is szerepelt.¹⁸⁷

4.3. A céhek szerepe

A középkori kézműves és kereskedelmi céhek (*gilda*, *companies*) a germán testvériségből (*fraternitales*, *gildonia*) származtak.¹⁸⁸ Angliában például a céhek körében meg kell különböztetni a kereskedelmi célokat is betöltő céheket (*gilda mercatoria*), az egyszerű kézműves, iparos céhektől. A céhek belső szabályozása jelentősen eltért a különböző helyen lévő céhek esetében.¹⁸⁹ Olyan személyek önkéntes szerveződése volt, akiket közös érdek kötött össze, és vallási vagy szociális célokra szövetkeztek. A testvériségek (*brotherhoods*) a rendszeres bankettek és ünnepségek mellett segítséget nyújtottak azon tagjaiknak is, akiket tűz, hajótörés, vagy más katasztrófa sújtott. Az ipar és a kereskedelem fejlődése nyomán a testvériségek átalakultak céhekké, ami azonos kereskedelmi vagy szakmai tevékenységet folytató személyek állandó szövetségét jelentette.¹⁹⁰ A kereskedelmi céhek (*gilda mercatoria*) olyan szövetségek voltak, amelyekben a kereskedők azonos földrajzi területen ugyanazon árukkal folytattak kereskedelmi tevékenységet.¹⁹¹

A céhek létrehozásának elsődleges célja a kereskedelem szabályozása volt a fogyasztók, illetve a köz érdekében.¹⁹² Céljuk az volt, hogy egy közös területre kiterjedően kereskedelmet folytassanak tagjaik érdekében, amelyre az uralkodótól statútumot (*charter*) kaptak.¹⁹³ A céhek talán a modern munkáltatói szövetségekhez hasonlíthatók legjobban, azonban annál szorosabb kapcsolatot hoztak létre tagjai között. A „*borogh*” szó, amely a városnak a város falain kívül eső részét jelenti, angol eredetű, bár a középkor vége felé Itáliában is feltűnt.¹⁹⁴ Aki nem volt tagja a céhnek, és annak engedélyével sem rendelkezett, az adott

¹⁸⁶ III. Sándor pápa (1159–1181) Quum Dilecti dekretáliájában található meg először a kánonjogban ez a szabály. A kánonjogban került kidolgozásra a *laesio enormissima* kategóriája. Ld. ehhez Dömötör, 1996, p. 290.; Dömötör, 1998. 79.

¹⁸⁷ Ld. ehhez Kecskés & munkaközössége, 1999, p. 68.

¹⁸⁸ Legalábbis ez valószínűsíthető, hiszen a normann hódítást követő időkből találkozhatunk az első gildekkel. Carr, p. 129. Ugyanakkor Holdsworth szerint már az angolszász időkben is léteztek ilyenek. Holdsworth, 1916, p. 306.

¹⁸⁹ Gross, 1890, p. 129.

¹⁹⁰ A céhek alapvetően a normann hódítás hatására jöttek létre Angliában. Holdsworth, 1966, p. 193.

¹⁹¹ Az egyes kereskedelmi céhekkel kapcsolatban részletesen ld. Gross, 1890, p. 130.

¹⁹² Holdsworth, 1966, p. 302.

¹⁹³ Gower, 1979, p. 23. Az első charterben részesült *borough* VI. Henrik idejére tehető. Carr, p. 129. Ezzel szemben Gross I. Edward idejére teszi. Gross, 1890, p. 93.

¹⁹⁴ Carr, p. 133. Itt kívánunk utalni arra, hogy a *gild* és a *borough* megjelenése nagyon közel áll egymáshoz, és ezért általában szinonimaként is használják a két kifejezést, azonban tartalmában mégis különbséget kell tenni közöttük. Carr, p. 143.

városban, földrajzi területen nem kereskedhetett. A kereskedők társaságainak száma nem volt nagy, szervezetük helyenként változott.¹⁹⁵

Angliában a céheket már Ine király (688–726) és Nagy Alfréd (871–901) korában ismerték. A 12. században számos céh működött Londonban, Yorkban, Oxfordban, Winchesterben és Lincolnban. A német kereskedőknek nagyon előnyös helyzete volt Angliában. 1157-ben a kölni céh „városházát” (*guildhall*) szerzett *Stalhof* néven. 1377-ben Richard megerősítette a Hanza-szövetség privilégiumait, ami az 1215-ös *Magna Carta* 41. cikkelyével is összhangban állt.¹⁹⁶ 1391-ben II. Richard privilégiumot adott a Poroszországban kereskedő angol kereskedőknek belső szabályzatuk kialakítására, a kormányzás jobbá tételéért.

A céheket örök időre hozták létre (*evermore to lasten*, illetve *to abyde, endure and be maynteyned withoute ende*). Alapításukhoz engedélyre nem volt szükség, jóváhagyásra azonban – az ebben az időszakban élő szokás szerint – igen. „Lelkeket csak Isten alkothat, míg korporációkat a herceg is.” [*None can create souls but God; but a corporation is created by the Prince (king)*]. Az uralkodó a céhek létrehozását *charter*rel erősítette meg, megadva nekik a jogot arra, hogy közös pecséttel rendelkezzenek, hivatalnokaik és tagjaik legyenek, perelhessenek, és perelhetők legyenek, valamint kereskedelmi monopóliumokkal bírjanak.¹⁹⁷ Később a városok *charter*t adhattak a céhek számára. A céhek általános politikája az volt, hogy mindenkinek meg kell adni az esélyt a jólétre, meg kell védeni a szegényeket a gazdagokkal szemben, és mindenki számára megfelelő életszínvonalat kell biztosítani.¹⁹⁸

A céhek fejlődése a 15. században érte el tetőpontját. A kereskedelmi céhek működését általában kormányzótestület irányította. A kormányzótestület egy-két kormányzóból (*governor*), vagy tanácselnökből (*alderman*) és számos közreműködő tagból (*associates*) állt, akiket *steward*, vagy latinul *associantes* néven illeltek. Gyakoriak voltak a rendszeres ünnepségek, körmenetek, amelyek a régi bankettek szerepét vették át, és amelyeken minden tagnak részt kellett vennie; s a távol maradó tagot megbüntették. A céh tagjává születéssel, vagy tanonckodással lehetett válni. A céhbe való belépéskor a tagoknak esküt kellett tenniük. A tagok gyűlése és a kormányzótestület belső szabályzatokat alkotott, amelyekben rendelkeztek a kereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeiről, az iparossegédek és tanoncok alkalmazásáról. A tagoknak díjat kellett fizetniük, és el kellett fogadniuk a belső szabályokat. Saját számlájukra, önállóan kereskedtek ugyan, ám a legtöbb céhben elvárták, hogy a tagok megosszák az üzleti nyereséget társaikkal. Később az is előfordult, hogy a

¹⁹⁵ Gross, 1890, p. 129.

¹⁹⁶ A *Magna Charta* 41. cikkelye kimondta, hogy minden olyan ország kereskedői szabadon jöhetnek Angliába – kivéve háború idején vagy az ellenséges országból érkezőket –, amely az angol kereskedők részére hasonló szabad kereskedést biztosít. A Hanza liga előjogait I. Erzsébet vonta vissza.

¹⁹⁷ „The king may grant to a subject the power of erecting corporations ... but it is really the king that erects, and the subject is but the instrument: for though none but the king can make corporation, yet qui facit per alium, facit per se.” Blackstone, 1979, p. 462.

¹⁹⁸ A középkor végén azonban a céhek sok esetben a gazdag helyi oligarchák irányítása alá kerültek, akik a saját céljaikra használták azokat.

céh egyes tagokat azzal bízott meg, hogy kereskedelmi ügyleteket bonyolítsanak le, amelyek nyereségét felosztották a céh összes tagja között. A céhszabályzatok gyakran könyvvezetési kötelezettséget is előírtak.

A céhekből kifejlődő társaságok jogi konstrukciója – bár kétségtelen a hasonlóság a Római Birodalomban ismert, kereskedőket tömörítő *collegium*okhoz – valószínűleg nem római jogi alapokon nyugodott.¹⁹⁹ A céhek jelentőségét növelte az a tény, hogy a kereskedelmi központok a mediterrán városokból folyamatosan átkerültek az Atlanti-óceán kikötővárosaiba. Politikai okok is szerepet játszottak a céhek szerepének növekedésében: új államok jöttek létre, amelynek következtében az országok közti kapcsolatrendszer – a kereskedelem területét is érintve – megváltozott.²⁰⁰

A céhek a középkori városok gazdasági és társadalmi életének meghatározó szereplői voltak. A mesterségek céhei szigorúan szabályozták a termelést, az árképzést és a termékek minőségét. A céhek egyik legfontosabb feladata az volt, hogy biztosítsák az áruk és szolgáltatások színvonalát, ezáltal védték a fogyasztókat a rossz minőségű termékek ellen. A céh tagjai kötelesek voltak betartani a szigorú szabványokat, és azok, akik megsértették ezeket a szabályokat, súlyos büntetésekkel nézhetek szembe.

A céhek rendszeresen ellenőrizték a tagjaik által előállított árukat, és ha valaki rossz minőségű terméket készített, azt kizárhatták a céhből, sőt, a termékeket elkobozhatták vagy megsemmisíthették. A céhek gyakran meghatározták a termékek árát is, hogy megakadályozzák az árversenyt és biztosítsák a tisztességes kereskedelmet.

Összefoglalva megállapíthatjuk, hogy a középkorban a fogyasztóvédelem elsősorban a városi jogrendszereken, céhek szabályain és a helyi uralkodók rendeletein keresztül érvényesült. Bár a modern értelemben vett fogyasztóvédelem nem létezett, a középkori társadalmakban több olyan szabályozás és intézmény működött, amelyek célja a kereskedelem átláthatóságának és tisztességességének biztosítása volt. Ezek a szabályok a városok piacainak, céhes mesterembereinek és kereskedőinek működésére vonatkoztak.

5. A fogyasztóvédelmi jog megjelenése

5.1. A kereskedelmi jog tudománya

A 17. századtól az egyes városok saját kereskedelmi jogi szabályozást alkottak. Ennek keretében számos kodifikációs tevékenységgel találkozhatunk. Ide tartoznak például Antwerpen város *coutumesei*, a francia *Ordonnance du commerce* (1673), az *Ordonnance de la marine* (1685), a bilbaói *Ordenanza* (1737), a porosz tengeri jog (1727). A kereskedelmi jog ebben az időben a kereskedők saját rétegjoga volt, amelynek hatályát személyre szabottan határozták meg. A kereskedők sorába tartoztak az árut értékesítő személyek, illetve ide sorolták – bár a szakirodalom vitatja – a bankárokat, a közvetítőket (*proxenetae*, *courier*), valamint a kereskedelmi alkalmazottakat is.²⁰¹

¹⁹⁹ Carr, p. 143.

²⁰⁰ Holdsworth, 1966, p. 315.

²⁰¹ Coing, 1985, p. 522.

A 19. századra tehető a kereskedelmi jog rendszerszintű tudományos igényű feldolgozása, amely a korábban e tárgykörben született munkákat is figyelembe véve, megteremtette a modern kereskedelmi jog tudományát. Ebben az időszakban jelentek meg az első művek, amelyek már jogtudósi alapossggal vizsgálták a jogterület egyes kérdésköreit, amelyben a német jogtudomány képviselői vezető szerepet töltek be.

A német kereskedelmi jogtudomány fejlődése három fő korszakra osztható.²⁰² Az első szakasz a 16. századtól a 18. század elejéig tartott. Jellemző volt erre a szakaszra, hogy a német jogtudósok elősorban a 16–17. századi itáliai jogtudomány eredményeire – Stracca, Scaccia, és Ansaldo de Ansaldis munkásságára – támaszkodtak.²⁰³ A második korszak nagyjából a 19. századdal esett egybe. Ekkor kerültek kidolgozásra a német kereskedelmi jog kodifikációjával kapcsolatos általános tanok.²⁰⁴ A korszak vezéregyénisége Levin Goldschmidt volt. Erre az időszakra tehető a kereskedelmi jog intézményeinek a római jogi tanokhoz való visszavezetése.²⁰⁵ Megemlítendő még Lastig, Endemann, Brunner, Wagner, Pappenheim, akik elsősorban e történeti megközelítést képviselték.²⁰⁶ A harmadik korszak a 19. század végén, 20. század elején kezdődött és a második világháborúig tartott. Ebből az időszakból Heise, Cropp, Mittermaier és Thöl munkássága emelhető ki elsősorban.

Wilhelm Endemann vetette fel először azt a kérdést a 19. században, hogy indokolt-e a kereskedelmi jog és a polgári jog között különbséget tenni. Endemann tagadta a kereskedelmi jog elkülönítésének szükségességét. Megítélése szerint a kereskedelmi jogot a kereskedelem objektív fogalmán keresztül lehet elhatárolni a polgári jogtól. Endemann álláspontja azon alapult, hogy egy egységes német polgári törvénykönyvre van szükség, amelyhez hozzá lehetne fűzni a kereskedelmi jogi szempontból eltérő rendelkezéseket.

Levin Goldschmidt a 19. század közepén határozottan ellenezte a porosz kereskedelmi törvény tervezetének a kereskedelmi jogot szubjektív alapon meghatározó koncepcióját. Ehelyett azt javasolta, hogy az objektív kereskedelmi ügylet fogalmának kiterjesztett, kibővített változatát alkalmazzák. Ezáltal a kereskedelmi jog címzettjeinek köre jelentősen kibővült, ami lehetővé tette, hogy a kereskedelmi törvénykönyvet egy egységes magánjogi törvénykönyvnek megfelelően alakítsák ki. Ő és tanítványa, Jakob Riesser, a relatív kereskedelmi jog teóriáját képviselték. A polgári törvénykönyv rendelkezései többé-kevésbé megfeleltek a kereskedelem szükségleteinek és Goldschmidt szerint minél nagyobb fokú ez a megfelelés, annál kevésbé igényel a kereskedelem speciális jogi szabályozást. Ennek megfelelően a polgári jog területén belül a kereskedelmi jogi tárgyú szabályozás bővítése mellett foglalt állást. Ez oda vezetett, hogy a polgári jog az általa szabályozott életviszonyokat tágítva kibővült, miközben újabb és újabb kereskedelmi igények jelentek meg a jogi szabályozással szemben.

²⁰² Scherner, 1972, p. 465.

²⁰³ Kiemelendő Johannes Marquard lübecki polgármester, akinek a főműve a *Tractatus politico-juridicus de jure mercatorum et commerciorum singulari* (1662), továbbá a tübingeni Wolfgang Adam Lauterbach, illetve Lukas Langermann, akinek az 1655-ben *De iure in curia mercatorum* címmel írt disszertációja érdemel említést.

²⁰⁴ Lehmann, 1902, p. 2.

²⁰⁵ Lehmann, 1902, p. 10.

²⁰⁶ Lehmann, 1902, p. 16.

Philipp Heck a német kereskedelmi törvénykönyv (*Allgemeines Deutsches Handelsgesetzbuch*, *ADHGB*) 1867-es hatályba lépését követően felvetette, hogy miért szükséges a polgári jogtól elkülönülő kereskedelmi jogot létrehozni. Heck a tömeges ügyletek (*Massenbetrieb*) alapján különítette el a kereskedelmi jogot a polgári jogtól. Nem ellenezte ugyanakkor a polgári jog egységesítésére törekvő nézeteket, és nem határozott meg a polgári jog és a kereskedelmi jog között elhatárolási szempontot.

Otto Schreiber a kereskedő fogalmával próbálta megteremteni a *Handelsgesetzbuch* (*HGB*) és a *Bürgerliches Gesetzbuch* (*BGB*) közötti kapcsolatot. Ez a rendszer szintén nem volt tökéletes, és számos vitát indított el. Megjegyzendő, hogy az ő nevéhez köthető az *Unternehmen* (vállalkozó) fogalmának, mint elválasztási szempontnak a bevezetése.

A kereskedelmi jog anyagának leválasztása a magánjog egyéb területeiről jelentős mérföldkőnek számított a fogyasztóvédelmi jog kialakulása szempontjából is. Ettől kezdve élesen elhatárolhatók egymástól a gazdaságban üzletszerű tevékenységet végző professzionális szereplők ügyletei a magánosok egymás közötti jogviszonyaitól. Egyúttal ez adott jogi kereteket annak, hogy a kereskedelmi jogon belül a kereskedők egymás közötti és a fogyasztók közötti ügyletek megkülönböztetésre kerülhessenek.

5.2. A modern kereskedelmi jogi kodifikációk

Az újkori kodifikációk során a kereskedelmi jog anyagát elsősorban külön kódexben szabályozták (ld. pl. a francia, német, spanyol megoldást). A kereskedelmi tárgyú szabályoknak a polgári törvénykönyvbe történő beépítése tekintetében a jogirodalomban elsődleges három történeti előzményt szokásos példaként felhívni, a svájci, az olasz és a holland törvényalkotási mintát. Fontos azonban figyelembe venni azt, hogy mindhárom esetben eltérő okai voltak a monista rendszerű polgári jogi jogalkotásnak. Svájcban az 1848. évi alkotmány még nem adott lehetőséget a szövetségi törvényhozásnak arra, hogy egységes polgári jogi kódexet alkosson.²⁰⁷ Így az 1804-től 1874-ig terjedő időszakban csak egyes kantonok alkottak saját polgári törvénykönyvet, vagy részlegesen kodifikálták a polgári jog egyes területeit.²⁰⁸ A svájci alkotmány 1874. évi átfogó revíziójával lehetségessé vált egy egységes, a kereskedelmi és váltójogi joganyagot is magában foglaló kötelmi jogi törvénykönyv bevezetésére, amelyre az alkotmány 74. §-a hatalmazta fel a szövetségi törvényhozást. Ez alapján Walther Munzinger berni és Heinrich Fick zürichi jogászprofesszorok munkája alapján készült el a kötelmi törvénykönyv (*Obligationenrecht*) tervezete. A tervezet német és francia szövegét először 1877-ben adták ki, majd a Bundesversammlung 1881-ben fogadta el, és 1883. január 1. napján lépett hatályba. A kódex a monista szabályozása miatt kapta a szakirodalomban a *code unique* elnevezést. A monista rendszer bevezetésének elsődleges okát a svájci föderalisták és centralisták ellentéteire lehet visszavezetni.²⁰⁹ A továbbra is laza államszövetségben működni kívánó svájci kantonok érdeke ugyanis az egységes szabályozás megakadályozása volt, így mindössze ahhoz járultak hozzá, hogy a gazdasági életben elengedhetlenné váló kereskedelmi jog kerüljön egységesítésre. Ezzel szemben az erős központi irányítású államberendezkedést támogató centralista kantonok a

²⁰⁷ Huber, 1893, p. 202.; Schlegelberger, 1929, p. 224.

²⁰⁸ Schlegelberger, 1929, p. 225.

²⁰⁹ Bucher, 1983, p. 144.

svájci magánjogi jogszabályok teljes egységesítését tűzték célul, amelyet a magánjog területén az 1898-as alkotmánymódosítással el is értek. A törvénykönyv monizmusa azonban semmiképpen sem tekinthető a francia jogalkotási megoldással szembeni tiltakozásnak, pusztán a Svájcban kialakult aktuális politikai helyzetet tükrözte.²¹⁰ A monista polgári jogi kodifikáció további oka az, hogy Svájcban a zürichi magánjogi törvénykönyv (*PGB*), az *OR* előképe, szintén ilyen rendszert vázolt fel, amely a svájci nép jogérzetéhez a korábban már ismertetett okokból közelebb állt.²¹¹ Egyúttal ez nem jelenti azt, hogy Svájcnak kereskedelmi joga ne lenne, hiszen a polgári jogi normákra építve a kereskedőkre vonatkozó speciális rendelkezések, a szükségtelen ismétlések kiküszöbölésével megtalálhatók a törvénykönyvben.²¹²

Itáliában az olasz egység létrejöttéig az 1807. évi francia kereskedelmi törvénykönyv volt hatályban, majd 1865-ben született meg az első kereskedelmi törvénykönyv, amelyet az 1882. évi *Codice di Commercio* váltott fel. A 19. században Vivante professzor dolgozta ki az 1922. évi kereskedelmi törvénytervezetet, amelynek részvénytársaságokra vonatkozó szabályozásáról Scialoja professzor készített részletes szakvéleményt.²¹³ Ezt 1925-ben egy újabb tervezet követte, amelyet a d'Amelio professzor vezette királyi bizottság készített el.²¹⁴ 1927. áprilisában jelent meg a *Carta del Lavoro*, amelyet a *Gran consiglio del Fascismo* adott ki, és ez ugyan nem volt törvény, azonban az abban foglaltakat mégis betartották. A megváltozott politikai és gazdasági környezetben számos kísérlet történt a kereskedelmi jog újraszabályozására, így például 1934-ben az Igazságügyi Minisztérium megbízásából Vivante professzor elkészítette a részvénytársasági jog reformjára vonatkozó újabb tervezetet, ami a *Libro del lavoro* alapjául szolgált,²¹⁵ akárcsak az 1940-ben megjelent *Progetto preliminare del codice di commercio*. 1941. januárjában kormányzati ülésen döntöttek a kereskedelmi joganyag újrakodifikálásáról, méghozzá az eddigi gyakorlattal szakítva, egy egységes kódex formájában. Intenzív bizottsági előkészítő munkát követően, 1942. márciusában készült el a végleges törvénytöveg, amelyet áprilisban fogadtak el.²¹⁶ A szakirodalomból ismert álláspontok szerint nem elsődlegesen politikai indokok döntöttek arról, hogy az olasz polgári törvénykönyv monista szabályozást kövessen, hanem az olasz jogtudományban érvényesülő jogegységesítési törekvések.²¹⁷ Az olasz jogtudósok elméleti vitát folytattak arról, hogy ez a kereskedelmi jog privatizálását, vagy a polgári jog komercializálását jelentette-e.

Hollandiában 1838-ban került elfogadásra a *Burgerlijk Wetboek*, amely a francia *Code civil*-t nemzeti polgári törvénykönyvként váltotta fel, és ugyanebben az évben került elfogadásra a kereskedelmi törvénykönyv (*Wetboek van Koophandel*) is. A két törvénykönyv revíziójának előkészítése 1947-ben kezdődött meg Eduard Maurits Meijers római jogász és

²¹⁰ Kramer, 1983, p. 251.

²¹¹ Kramer, 1983, p. 255.

²¹² Oftinger, 1954, p. 153.

²¹³ Gieseke, 1942, p. 62. Ld. továbbá Calisse, 1969, p. 505.

²¹⁴ Az 1925. évi tervszöveggel kapcsolatban részletesen ld. Wolff, 1927, p. 526.

²¹⁵ Gieseke, 1942, p. 63.

²¹⁶ Hamza, 2009, p. 314.

²¹⁷ Cian, 1993, p. 121.

magánjogász professzor vezetésével. Az új polgári törvénykönyv fokozatosan lépett hatályba. Az első könyv 1970-ben, a második 1976-ban, a nyolcadik 1991-ben lépett hatályba. A harmadik, az ötödik, a hatodik és a hetedik könyv hatályba lépésére 1992-ben, a negyedik könyv hatályba lépésére 2003-ban került sor. Ennek a polgári törvénykönyvnek a szerkezete a következő: az első könyv a személyi és a családi joggal, a második könyv a jogi személyekkel foglalkozik. A harmadik könyv tárgya az általános vagyonjog, a negyedik könyvé az öröklési jog, az ötödik könyvé pedig a dologi jog. A hatodik könyv a kötelmi jog általános, a hetedik könyv a kötelmi jog különös részét tartalmazza. A nyolcadik könyv szállítmányozási szerződési szabályokat foglal magában.²¹⁸

A magánjog anyagának monista szabályozása természetesen nem jelenti azt, hogy az adott államban ne létezne kereskedelmi jog, pusztán arról a jogalkotói technikai megoldásról van szó, hogy a kódexen belül kerültek elkülönítésre a kereskedők ügyletei az egyéb polgári jogi jogviszonyoktól. Ez egyúttal azt is eredményezte, hogy a monista típusú magánjogi törvénykönyvekben a fogyasztók védelmét jelentő különleges előírások beillesztésével az azonos tárgyú jogviszonyokra irányadó szabályok akár meg is háromszorozódhatnak aszerint, hogy általános szabály (magánszemély és magánszemély), kereskedelmi jellegű szabály (kereskedők egymás közötti jogviszonya) és fogyasztókat védő szabály (kereskedő és fogyasztó közötti jogviszony) jelenik meg.

5.3. A fogyasztóvédelmi jog megjelenése

A 19. század jogtudománya által kidolgozott különbségtétel a kereskedelmi jog és a polgári jog között, a 20. század második felére új értelmezést nyert. Eszerint a kereskedelem alapvetően azokat a kapcsolatokat öleli fel, amely a kereskedők és más vállalkozók egymás közötti, illetve a kereskedők és a magánszemélyek, modern terminológiával élve fogyasztók közötti viszonyokra terjed ki.²¹⁹ A kereskedelmi jog az előzőekben meghatározott társadalmi, gazdasági viszonyok szabályozását képezi le a jog szintjére. Ebben benne foglaltatik a termelő és fogyasztó közötti kapcsolat, az áruk eljuttatása a termelőtől a kereskedőhöz, illetve a felhasználóhoz, továbbá a kereskedők egymás közötti ügyletei. Napjainkban a kereskedelmi jog funkcióját részben a fogyasztói jogok védelme veszi át, és a polgári jog – kereskedelmi jog dichotómiában a kereskedelmi jog helyébe fokozatosan a fogyasztóvédelmi jog kerül.²²⁰

A hagyományos jogágak nyújtotta eszközök igénybevétele mellett egyre erőteljesebbé vált a fogyasztók kifejezett védelmének, segítésének igénye. A fejlődés két szálon fut: az Amerikai Egyesült Államokban és Nyugat-Európában. A fogyasztói jogok jelentőségét az Amerikai Egyesült Államokban ismerték fel először. Az első fogyasztóegylet (*Consumer Union*) az 1930-as években jött létre,²²¹ amelyből egész társadalmi mozgalom fejlődött ki. Ezt követően Nyugat-Európában is megjelentek fogyasztói jogok érvényesítésére irányuló

²¹⁸ A *Burgerlijk Woetboek* kilencedik könyve a szellemi tulajdon, míg a tizedik könyve a nemzetközi magánjogot tartalmazza.

²¹⁹ Lehmann, 1902, p. 5.

²²⁰ Vékás, 2001a, p. 75. A magyar polgári jog változási irányairól ld. Harmathy, 2000, p. 117.; Harmathy, 2001, p. 125.

²²¹ Benacchio, 2003, p. 199.

törekvések, így 1947-ben Dániában megalakult a Fogyasztói Tanács. Európa némi fáziskéséssel követte az amerikai változásokat, de az Európai Közösségek/Unió jogalkotása felgyorsította a fejlődést.

A fogyasztók jogvédelmének fejlődésében fordulópontot jelentett a kifejezetten a fogyasztóknak címzett jogintézmények megjelenése, amelyre a 20. század második felében került sor.²²² Az 1960-as években az Amerikai Egyesült Államokban – elsősorban J. F. Kennedy elnök kezdeményezésére – került előtérbe a fogyasztók jogainak védelme. Kennedy elnöknek a kongresszus előtt 1962. március 15-én elmondott beszéde meghirdette a fogyasztók alapjogait, amelyek azóta is fogyasztói *Bill of Rights*-ként ismertek. Ez magába foglalta a fogyasztó jogát a biztonsághoz, az információhoz, a meghallgatáshoz, a szabad választáshoz, az alapvető szükségletek kielégítéséhez, az oktatáshoz és az egészséges környezethez.²²³

Európában az 1957. évi EGK (Római) szerződés még nem foglalkozott a fogyasztóvédelmi joggal.²²⁴ Az 1972. évi párizsi állam- és kormányfői csúcstalálkozón merült fel először az az általános igény, hogy az életfeltételek javításához szervesen kapcsolódik a fogyasztók egészségének, biztonságának és gazdasági érdekeinek védelme is.²²⁵ Az EGK fogyasztóvédelmi jogalkotási folyamata 1975-ben kezdődött a fogyasztói alapjogok kialakításával, ami a Fogyasztói Jogok Közös Piaci Magna Chartájában nyert elismerést. Ez a dokumentum már rögzítette a fogyasztók öt alapjogát, így az egészség és biztonság védelmét, az információhoz és oktatáshoz való jogot, a fogyasztó gazdasági érdekeinek védelmét, a kárigény érvényesítéséhez való jogot, és végül a fogyasztók képviselőhöz való jogát. Ehhez kapcsolódik a Hans Birger Thorelli által megalkotott rendszer, amely alapján a fogyasztóvédelmi politika három tényezőre épül, az információra, az oktatásra és a védelemre.

5.4. Az EK fogyasztóvédelmi jogalkotása

A Római Szerződés 100. és 235. cikkelyeit alapul véve öt-, illetve hároméves fogyasztói programokat hirdettek.²²⁶ Áttörést 1986-ban az Egységes Európai Okmány (*Single European Act*) elfogadása jelentett, amely előírta, hogy a döntéshozatal során a fogyasztóvédelmet figyelembe kell venni, továbbá a Római Szerződés 100/A. cikkének 3. pontjában rö-

²²² Főbb szakirodalom az európai közösségi jogi fogyasztóvédelem kapcsán: Czuczai, 1999; Fazekas, 2006; Fekete, 2005; Hajnal, 2017, 2013; Hartkamp, Hesselink, Hondius, Joustra & du Derron, 1998; Kátai, 2002; Kenderes, 2014, 2012; Király; Köncse, 2004a, 2004b; Leder & Shears, 1996; Mező, 2004; Papp, 2019; Sáriné Simkó, 2000; Sós, 2004; Vékás, 2001a, 2001b; Vukowich, 2002; Weatherill, 1997.

²²³ Megemlítenő, hogy jelentős áttörést jelentett 1968-ban az Amerikai Egyesült Államok pénzügyi fogyasztóvédelmi szabályozásában a *Truth in Lending Act* elfogadása. Budnitz, 2010, p. 1154. Az USA fogyasztóvédelmi jogának történeti áttekintéséhez magyar nyelven ld. Tóth.

²²⁴ A Római Szerződés négy cikkében említ fogyasztót, de nem tudatosan a fogyasztói jogok megteremtése érdekében. Fazekas, 1994, p. 108.

²²⁵ Ld. ehhez Gyarmati, 1996, p. 321.

²²⁶ A fogyasztóvédelem közösségi jogi szabályozásával és bírósági gyakorlatával kapcsolatban ld. Dausés, 1996, p. 364.; Fazekas, 2007, pp. 21-36.; Király, 2001, p. 135.; Szikora, 2010a, pp. 19-30.; Zoványi, 2011, pp. 72-73.

zítésre került a Bizottság számára megfogalmazott kötelezettség arra nézve, hogy a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos előterjesztései során a védelem magas szintjét vegye alapul. A fogyasztóvédelem egységes szabályozására az EGK-n, illetve az Európai Unión belül 1985. óta történtek konkrét lépések, főbb eredményei részben rendeletekben, részben irányelvekben öltöttek testet.

A Római Szerződést módosító 1992. évi Maastrichti Szerződés jelenti az újabb mérföldkövet a fogyasztóvédelem közösségi jogi szintű szabályozásában, hiszen e Szerződés 129/a. cikke (elvileg) önálló és teljes jogkörű fogyasztóvédelmi politikát deklarál. A harmonizálási kötelezettség felvetette annak lehetőségét, hogy a közösségi jogi szintű előírások csekélyebb védelmet nyújtanak a fogyasztók védelme érdekében a már meglévő vagy tervezett tagállami szabályozáshoz képest. Ezt a problémát a minimális harmonizáció elvével oldották fel, így lehetővé tették azt, hogy az EGK irányelveihez képest a tagállamok szigorúbb fogyasztóvédelmi rendelkezéseket alkothassanak és tarthassanak hatályban, amennyiben ez összeegyeztethető a Szerződésben foglaltakkal.

Az Európai Unió tagállamaiban alapvetően három eltérő szabályozási minta alakult ki a fogyasztóvédelem területén.²²⁷ az ún. szétszórt szabályozás (pl. Németország, Anglia), ahol az egyes irányelveket külön-külön jogszabályokban veszik át a hazai jogba; önálló fogyasztóvédelmi kódexben történik a teljes fogyasztóvédelmi joganyag feldolgozása (pl. az osztrák 1979. évi *Konsumentenschutzgesetz*, a francia 1993. évi *Code de la consommation*); a magánjogi törvénykönyvbe kerül beépítésre a fogyasztóvédelmi jog (pl. Hollandia).

5.5. A fogyasztóvédelem kialakulása és fejlődése Magyarországon

Magyarországon is megfigyelhető a fogyasztóvédelmi szabályozás kettőssége: egyfelől a hagyományos jogágak intézményeinek fogyasztókra is kedvező hatása, másfelől a kifejezett fogyasztóvédelmi célú intézmények megjelenése.²²⁸

A fogyasztóvédelmi tárgyú szabályok törvényi szintű szabályozása nem volt minden előzmény nélküli Magyarországon sem.²²⁹ Az 1884. évi XVII. tc. (ún. II. ipartörvény) II. fejezete az 1890. évi módosítása folytán már kifejezetten rendelkezett arról, hogy „iparos vagy kereskedő, ezek megbízottjai, az iparos vagy kereskedő lakóhelyén kívül mintával vagy anélkül megrendeléseket csak olyan iparostól vagy kereskedőtől gyűjthet, akiknek üzleti körébe tartozik a kínált áru eladása vagy felhasználása”. Az ipartörvény 58. §-a tiltotta továbbá azt, hogy a cégéren, nyomtatványon, hirdetésen olyan jelzőket, adatokat használjanak, amelyek nem felelnek meg a tényleges üzleti viszonyoknak vagy a valóságnak.²³⁰ Hasonlóan, az erre rászoruló helyzetben lévő emberek védelme érdekében koronként eltérő szabályokkal korlátozták a kamat mértékét.²³¹

²²⁷ Ld. ehhez Fazekas, 1994, p. 114.; Garai & Ritter, 1998, p. 16.; Vékás, 2000, p. 554.; Zoltán, 2001, p. 660.

²²⁸ A magyar fogyasztóvédelmi jog fejlődésével kapcsolatban ld. pl. Fazekas, 2007, pp. 37-57.; Szikora, 2010b, pp. 31-38.

²²⁹ A középkori, retrospektív megközelítésben fogyasztóvédelmi jellegűnek minősíthető szabályok a középkori Magyarországon is jellemzőek voltak, elsősorban a vásári kereskedelem és az iparosok tevékenységére vonatkozóan.

²³⁰ Részletes elemzését ld. Tóth, pp. 7-12.

²³¹ A kiszolgáltatott helyzetben lévő fél pozíciója kialakulhat könnyelműség, tapasztalatlanság, függő helyzet vagy rászorultság miatt is. A korábbi magyar jogalkotás elsősorban büntetőjogi szinten foglalkozott ezzel a

A kereskedők egymás közötti, illetve a kereskedő és magánszemély közötti jogviszony képezte a kereskedelmi jog anyagát, e jogterület kódexe az 1875. évi XXXVII. tc., azaz a Kereskedelmi Törvénykönyv (Kt.) volt, míg a magánszemélyek egymás közötti jogviszonya a hagyományos magánjog területéhez tartozik. Ehhez képest a fogyasztóvédelmi jog kifejezetten a kereskedők és magánszemélyek közötti jogviszonyt öleli fel a klasszikus közösségi jogi értelemben, míg a magyar hatályos jogi szabályozás alapján azokat a jogviszonyokat szabályozza, amelynek egyik oldalán az áru vagy szolgáltatás nyújtásával üzletszerűen foglalkozó jogalany áll, a másik oldalán pedig az adott áru megvétele, a szolgáltatás megrendelése tekintetében laikus személyek állnak.

Az 1923. évi versenytörvény,²³² majd az ezt követő első kartelltörvény (1931. évi XX. tc.) szintén tartalmazott fogyasztóvédelmi előírásokat, az utóbbi kifejezetten szankcionálta a szabad versenyt kizáró megállapodásokat, és Kartell Bizottságot hozott létre.

Az 1959. évi Polgári Törvénykönyv megalkotása során a szocialista korban elfogadhatatlan Kt.-ből sikeresen átemeltek számos olyan normát, amely az akkori ideológiával nem állt nyilvánvaló ellentmondásban. A gyengébb fél oltalmazása vállalható szemlélet volt szocialista viszonyok között is, noha – legalábbis elvben – a kötelmi jog mellérendelt és egyenjogú felek jogviszonyait szabályozza. A szocialista korszak jogalkotása nem kedvezett a fogyasztóvédelemnek, bár bizonyos részterületek (pl. a hibás teljesítéssel szembeni védelem magánjogi normái) elfogadható szintűek voltak. Itt említendő meg például a feltűnő értékaránytalanság szabályozása is, amely hasonlóan az újkori magánjogi kódexekhez a magyar jogban is alkalmazást nyert.²³³ A magyar magánjogban nem volt előzménye a feltűnő értékaránytalansággal megkötött szerződések megtámadhatóságának, sőt, a magánjogi irodalomban kifejezetten a kereskedelmi forgalom biztonságával ellentétesnek ítélték meg ennek a szabálynak az esetleges bevezetését.²³⁴ Az 1959. évi Ptk. 1957. évi tervezeté-

témakörrel, és az 1883. évi XXV. tc. már bűncselekménynek minősítette a túlzott mértékű kamatkikötést és 1-től 6 hónapig terjedő fogházzal és pénzbüntetéssel sújtotta, minősített esetben pedig 2 évig terjedő fogházbüntetés kiszabását is lehetővé tette. A megengedhető kamat mértéke a 8 %-os évi kamat volt. Az 1920. évi XXV. tc. az árdragító intézkedéseket is büntette, az 1920. évi XXVI. tc. pedig uzorabírótság felállításáról is rendelkezett. Leggyakoribb formája a kamatuzsora, de ismert az áru-, a kenyér-, a gabona-, illetve a húszsora fogalma is. Ld. ehhez a kérdéskörhöz Földi, 2016, pp. 18-30.; Frivaldszky, 2016, pp. 75-107.; Menyhárd, 2016, pp. 225-252.

²³² Részletes elemzéséhez ld. Bányász, 1929.

²³³ Az ALR a kölcsönszerződések esetében az adós számára biztosított megtámadási jogot, a francia Code civil (1674. §) az ingatlan eladója számára adott megtámadási lehetőséget kétéves határidőn belül, amennyiben az ingatlan forgalmi értéke és a vételár jelentősen eltért (*lésion énorme*). Az Itáliai Királyság 1865. évi polgári törvénykönyve (1529. cikkely) a feléntúli sérelemhez kötötte a megtámadási jog gyakorlását ingatlan eladása esetén. Az 1942. évi, ma is hatályos olasz polgári törvénykönyv (1448. és 1450. §-a) az Itáliai Királyság 1865. évi polgári törvénykönyvének szabályozásához képest már nem csak ingatlan esetében alkalmazható. Az osztrák ABGB-ben valamennyi szerződésre általános jelleggel került beépítésre a feléntúli sérelem szabálya. A német BGB-ben csak az uzorás szerződések (*Wucher*) érvénytelensége került szabályozásra és ezt vette át a svájci Kötelmi Törvénykönyv (*OR*) is. Közép- és Kelet-Európában az 1964. évi szovjet Ptk. (58. §), az 1964. évi lengyel Ptk. – hasonlóan a bolgár Ptk. megoldásához – az érvénytelenség jogkövetkezményét fűzi a kizsákmányoló, uzorás szerződésekhez, míg az 1964. évi csehszlovák Ptk. ellátsági jogot biztosított a sérelmet szenvedő fél számára. Weiss, 1969, pp. 264-268.

²³⁴ Ld. ehhez Kecskés & munkaközössége, 1999, pp. 129-130.; Szécsényi, 1999, p. 16.

ben már szabályozásra került a szolgáltatás–ellenszolgáltatás feltűnően nagy értékkülönbségének esete, ami az uzsorás szerződésekkel szembeni jogvédelmet is biztosítani kívánta és megtámadási jogot adott a sérelmet szenvedő félnek. A szabályozással kapcsolatban kifejezésre jutott számos kritikai észrevétel alapján az 1959. évi májusi tervezet már külön tényállási elemet biztosított az uzsorás szerződésnek a semmisség jogkövetkezményével és a feltűnő értékkülönbözettel megkötött szerződésnek a megtámadhatóság jogkövetkezményével. A gyakorlatban számos esetben felmerült az 1959. évi Ptk. 201. §-ának (2) bekezdésére alapított peres jogvita,²³⁵ ezért a bírósági gyakorlat egységesítése érdekében a Legfelsőbb Bíróság Polgári Kollégiuma 1985. december 16-án kibocsátotta a 267. számú állásfoglalását. A szerződés érvénytelensége csak akkor állapítható meg, ha a szolgáltatás és ellenszolgáltatás között feltűnően nagy értékaránytalanság áll fenn.²³⁶ A szóban forgó Ptk.-beli szabály nem ad pontos támpontot arra vonatkozóan, hogy milyen mértékű, illetve arányú eltérést tekinthetünk feltűnően nagynak. A joggyakorlatra hárul ennek részletes kimunkálása, ami az e témakörben kialakult gazdag judikatúra alapján is csak általános jelleggel írható körül, vagyis konkrét százalékos eltérést, mint zsinórmértéket – eltérően a jogtörténetből hivatkozott jogalkotói megoldásokkal – nem lehet megállapítani, minden konkrét eset körülményeit egyedileg szükséges vizsgálni.²³⁷ Kecskés László professzor szerint alkotmányossági szempontból támadható a szabályozás, mivel a „méltányosság és a jogbiztonság ütközik egymással”,²³⁸ és véleménye szerint legfeljebb a magánszemélyek egymás közötti szerződéses jogviszonyában lehet indokolt a feltűnő értékaránytalanság szabályának alkalmazása,²³⁹ de ez is csak fenntartásokkal, mivel számos más jogi eszközt biztosít a polgári jogi kódexünk a sérelem kiküszöbölésére.²⁴⁰ Vékás Lajos professzor hasonló szellemen arra mutat rá, hogy a fejlett piacgazdaságban a kereskedelmi forgalom követelményei a magánjogi szerződések esetében is alkalmazandók, így csak a fogyasztóvédelem terén indokolt bizonyos védelmi helyzetek megteremtése.²⁴¹

Az 1977. évi Ptk.-novella épített be először a magyar jogrendszerbe olyan jogintézményt az általános szerződési feltételek megtámadásáról, amely Nyugat-Európában kifejezetten fogyasztóvédelmi jellegűnek számított (még ha az általános szerződési feltételek megtámadására a mai értelemben vett fogyasztókon kívül mások is jogosultak voltak).

²³⁵ „Ennek a 'népszerűségnek' az oka nem utolsó sorban abban keresendő, hogy a Ptk. 201. §-a (2) bekezdésének alkalmazási feltételei enyhébbek, illetve az érvényesíthetőség határideje kedvezőbb, mint a Kódex más hasonló célú intézményeinél.” Vékás, 1985, p. 783. A más, hasonló célú intézmények, így az uzsora, a jó erkölcsbe ütközés, a tévedés vagy megtévesztés és a hibás teljesítés alkalmazásának lehetőségeiről a Ptk. 201. § (2) bekezdése helyett összefoglalóan ld. Lajer, 1999, pp. 106-108.

²³⁶ A bírósági gyakorlat az „értékkülönbség” kifejezést a gyakorlatban – éppen az objektíve nem mérhető különbség miatt – az „értékaránytalanságra” váltotta fel. A Ptk. ennek megfelelően a régi Ptk.-hoz képest egyértelműen az értékaránytalanság terminológiát alkalmazza.

²³⁷ Ld. ehhez BH1994. 592.

²³⁸ Kecskés & munkaközössége, 1999, p. 135.

²³⁹ Kecskés & munkaközössége, 1999, p. 137.

²⁴⁰ Nagyon találó az a megfogalmazás, miszerint: „A vagyonával rendelkező, önmaga és tulajdona védelmére feljogosított, a személyi integritását féltve őrző polgár magánjogi képéhez lealacsonyító a döntésképtelenség és a felelőtlenség képzetét párosítani.” Kecskés & munkaközössége, 1999, p. 138.

²⁴¹ Vékás, 1998, p. 322. Hasonló álláspontot képvisel Kemenes, 2002, p. 23.

A belkereskedelemről szóló 1978. évi I. törvény szabályozta a belkereskedelem irányítását, ellenőrzését, és ebben már számos, a fogyasztói érdekek védelmére alkalmas szabály is megtalálható, továbbá általános érvénnyel rögzítésre kerül a vásárlók megtévesztésének, megkárosításának tilalma.

A tisztességtelen gazdasági tevékenység tilalmáról szóló 1984. évi IV. törvény a fogyasztók megtévesztésével szembeni fellépésnek egy egész fejezetet szentelt, szintén használva a „fogyasztó” kifejezést (még ha ez az eredeti fogalom a mainál jóval szélesebb alanyi kört fedett is le).

A rendszerváltást követően fokozódott az a jogalkotási munka, amely fogyasztóvédelmi célokat is kitűzött. Ebben a körben kell említeni a tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról szóló az 1990. évi LXXXVI. törvényt, amely a II. fejezetében – a korábbihoz képest kibővítve – szabályozza a fogyasztóvédelmi kérdéseket, továbbá e törvény alapján került megalkotásra a GVH.²⁴²

1991-ben felállították a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőséget és annak megyei szerveit, a fogyasztóvédelmi felügyelőségeket.

Magyarországnak az EK-hoz való csatlakozási folyamata látványosan felgyorsította a fogyasztóvédelmi jogalkotást. 1991. december 16-án, Brüsszelben aláírták a társulási szerződést, amely alapján a Magyar Köztársaság az Európai Unióhoz történő csatlakozása iránti szándékát kifejezte, és egyúttal kötelezettséget vállalt arra, hogy a csatlakozásig jogközelítési kötelezettségeinek eleget tesz. Az ún. Európai Megállapodás az 1994. évi I. törvénnyel került kihirdetésre, és e törvény 2. § 68. Cikke fogalmazza meg a magyar jogközelítési feladatokat, megemlítve a fogyasztói érdekvédelmet is.

A 149/1994. (XI. 17.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi politika alapelveinek kidolgozását az ipari és kereskedelmi miniszter hatáskörébe utalta. A 2192/1995. (VII. 6.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelem hatékonyságának javítását írta elő, a 1105/1995. (XI. 1.) Korm. határozat elrendelte a fogyasztóvédelmi felügyelőségek megyei szervezetének reformját. Létrehozták a Fogyasztóvédelmi Tanácsadó Testületet, amely az Ipari és Kereskedelmi Minisztérium mellett került felállításra.²⁴³

Az Európai Unió Bizottságának 1995. júniusi cannes-i ülésén elfogadott dokumentuma (az ún. Fehér Könyv) 23. fejezete a fogyasztóvédelem terén határozta meg a jogközelítési/jogharmonizációs feladatokat. Magyarországnak a Fehér Könyv előírásait kellett a fogyasztóvédelem tekintetében figyelembe vennie, amely a fogyasztóvédelmi politika két nagy csoportját határozta meg. Egyrészt az áruk minőségére és biztonságára irányuló előírásokat, így a termékbiztonság, a játékok, a textíliák és a kozmetikumokra vonatkozó szabályozást. Másrészt a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelmét, amely magában foglalta a félrevezető reklám, a tisztességtelen szerződési feltételek, az árak feltüntetése, a társasutazás, a házaló kereskedés, a fogyasztói hitel és az időben megosztott üdülőhasználat (*time-sharing*) tárgyköreit.

A Fehér Könyv előírásainak megfelelően a magyar jogalkotás feladatai a következő lépéseket irányozta elő: az alapvető fogyasztói jogok előírását, a fogyasztóvédelmi intéz-

²⁴² A törvényt később felváltotta a Tpvt.

²⁴³ A fogyasztóvédelmi szabályozás magyarországi történetéről részletesen ld. Fazekas, 1998, p. 16.

ményrendszer kialakítását, a döntéshozatali eljárásban a fogyasztók részvételének biztosítását, a fogyasztók információhoz való jutásának és oktatásának megteremtését, gyors és hatékony igényérvényesítési lehetőségek bevezetését, a fogyasztói civil szerveződések támogatását.²⁴⁴

A fogyasztóvédelmi rendelkezések elsősorban a minőségbiztosítás egységesítését tűzték célul, amelynek keretében számos irányelv került elfogadásra. Ezeket az irányelveket jó részt a 2281/1996. (X. 25.) Korm. határozat alapján ültették a magyar jogalkotók a magyar jogba.

Magyarországon a jogközelítés/jogharmonizáció a fogyasztóvédelmi jog terén az 1994. évi I. törvénnyel került a középpontba, amelyhez kapcsolódóan az 1995. évi Fehér Könyv előírásait kellett elsősorban figyelembe venni. E Fehér Könyv eredményeként született meg az Fgytv., amely keretszabályozást nyújt a fogyasztóvédelem tekintetében.²⁴⁵

A fogyasztói jogok érvényesítése során felmerül a határokon túli szerződések esetében történő jogérvényesítés lehetősége, amely különös nehézségeket vethet fel. Ezzel kapcsolatban kiemelt jelentőséggel bír a nemzetközi magánjogról szóló 1979. évi 13. törvényerejű rendelet 5/C. §-a és 28/A. §-a, amelynek célja a gyengébb fél védelme a nemzetközi szerződési jogban.²⁴⁶

A fogyasztóvédelmi jog szabályozását a Ptk. kodifikációja során is figyelembe vették.²⁴⁷ A Ptk. rekodifikációja során érvényesülő monista szemlélet alapján a kereskedelmi ügyletekre vonatkozó újabb szabályok is a Ptk.-ban kerültek elhelyezésre. Ez a felfogás a jelenleg hatályos szabályozás szerint mégis eredményez egyfajta kettősséget, mert a fogyasztóvédelmi jog szerződéses részének egyes szabályai bekerültek az 1959. évi IV. törvénybe (tisztelességtelen általános szerződési feltételek, fogyasztókkal szembeni tisztességtelen egyoldalú kikötések, szavatosság) és a Ptk.-ba is (pl. ellenértékre vonatkozó tájékoztatás, kárveszélyviselés fuvarozó igénybevételeivel teljesített fogyasztói adásvétel esetén), egy részük azonban (főleg az egyes fogyasztói szerződések európai mintára megalkotott normái) Ptk.-n kívüliek.²⁴⁸ A rekodifikáció során bekerült a Ptk.-ba olyan jogintézmény is (pl. termékfelelősség), amelyet eredetileg kifejezetten fogyasztóvédelmi céllal alkottak meg külön törvényként, sőt, kifejezetten fogyasztóvédelmi céllal, de már eleve a kódex keretén belül szabályozták a termékiszavatosság intézményét.

A magyar jogrendszerben az 1990-es évek második felében, elsősorban a magyar magánjognak az EGK jogával történő harmonizációja eredményeként jelent meg a fogyasztó definíciója, bár fogyasztóvédelmi előírások már korábban is keletkeztek Magyarországon. A fogyasztó, mint speciális jogalany a számára nevesített tényállások alapján kap különböző jogokat, amelyek túlmutatnak a hagyományos magánjogi vásárlói, megrendelői pozíción. Ezek a jogok speciális védettségi helyzetet teremtenek a fogyasztók számára, ami

²⁴⁴ Részletesen ld. pl. Gyarmati, 1996, p. 322.

²⁴⁵ Az Európai Unióhoz való csatlakozás kapcsán kialakított kormányzati fogyasztóvédelmi politikával kapcsolatban ld. Kozák, 2004, p. 73.

²⁴⁶ A kérdéskörrel kapcsolatban részletesen ld. Burián, 1994, p. 307.; Burián, 1999, p. 16.; Mankowski, 1998, p. 618.

²⁴⁷ A fogyasztóvédelmi jog és a Ptk. kodifikációjának kapcsolódási pontjairól részletesen ld. Fazekas, 1999, p. 45.; Miskolczi-Bodnár, 2013; Vékás, 2000, p. 553.

²⁴⁸ Ld. ehhez Vékás, 2008, p. 86.

három területen jelentkeznek. Egyrészt a vállalkozások és a fogyasztók közötti szerződések körében, ahol a fogyasztót különleges jogok (pl. elállási jog) illetik, míg szerződő partnerét fokozott kötelezettségek terhelik (pl. a szerződés megkötése során jogszabályban rögzített tartalommal és formában és időben kell tájékoztatást nyújtania), és a szerződésből eredő jogok és kötelezettségek nem tehetők félre (pl. egyoldalú jogszabályi kogenia, joglemondás tilalma, korlátozás a szerződésre irányuló mögöttes jog megválasztását illetően). Másrészt a fogyasztókkal szerződést kötő gazdálkodó szervezetek működésével kapcsolatos, fokozott elővigyázatosságot és ellenőrzést előíró szabályok alapján (pl. bizonyos tevékenységek engedélyhez, nyilvántartásba vételhez, esetleg biztosíték nyújtásához kötése, folyamatos adatszolgáltatási kötelezettség előírása). Harmadrészt a fogyasztói jog- és érdekérvényesítés sokszínűsége (pl. fogyasztóvédelmi hatóság eljárása, GVH eljárása, szabálysértési eljárás, békéltető testület, polgári peres út) tekintetében.

A magyar fogyasztóvédelmi szabályozás – bár az Fgytv. e jogterületet kódexként irányozza elő szabályozni – a kerettörvény rendelkezésein kívül számos egyéb törvényben, kormányrendeletben, miniszeri rendeletben tartalmaz a fogyasztókra vonatkozó előírásokat. A magyar szabályozás rendszere „szétszórtnak” tekinthető, a fogyasztóvédelmi jog anyaga az Fgytv. mellett egyes ágazati törvények külön részeiben, fejezeteiben, továbbá törvénytől alacsonyabb szintű jogszabályokban, valamint más tárgyú jogszabályokban egy-egy rendelkezés erejéig is megtalálhatók.²⁴⁹

6. Összefoglalás

A rövid és vázlatos történeti áttekintésünket a következő összefoglaló jellegű észrevételekkel zárhatjuk le. A fogyasztóvédelmi jog olyan jogszabályok összességét foglalja magában, amelyek egyrészt az állam által a laikus személyek és a professzionális kereskedők közötti jogviszonyban a szakmai ismeretek aszimmetriáját hivatott korrigálni, másrészt megfelelő támogatást nyújtanak a szolgáltatásban, áruban részesülő személyek érdekeinek hatékony védelme céljából. A fogyasztóvédelmi jog történeti előzményeinek és kialakulásának vizsgálata során figyelembe kell venni, hogy a fogyasztóvédelmi jog a tradicionális jogági besoroláshoz képest vegyes jogi normákat tartalmaz, amelyek érintik a közjog, az állami irányítás és felügyelet, a büntetőjog, a szabálysértési jog, az eljárásjog és természetesen a magánjog területét is.

Az ókorban még nem beszélhetünk fogyasztói jogokról vagy önálló kereskedelmi jogról, de már megjelennek részben közjogi, részben magánjogi normák, amelyek kialakulása, megalkotása azt tükrözi, hogy a társadalom elvárja a kiszolgáltatott helyzetben lévő emberek védelmét egyes jogviszonyok esetén. A kereskedelmi tevékenység intenzitása magával vonja annak állami hatósági felügyeletét (*astynomoi*, *agoranomoi*, *aedilis curulis*, *lex annonía*), továbbá kialakulnak olyan, ekkor még nem kereskedelem specifikus szabályok, keresetek, jogi eszközök, amelyek bizonyos szerződések esetében védeltséget biztosítanak a gyengébb gazdasági pozícióban lévő fél számára (pl. *actio redhibitoria*, *actio quatni mino-*

²⁴⁹ Ez gyakorlatilag négy szintű szabályozási modellt képez. Balogh, 1999, p. 41.

ris, laesio enormis, lex Iulia de Annona). Ezek a szabályok elsősorban az ókor legfejlettebb magánjogi rendszerének, a római jognak a továbbélésével, recipiálásával áthagyománnyozódnak a középkori joggyakorlatra is.

A középkorban részben közjogi, részben az egyes specializálódott tevékenységet folytatók belső szabályrendszere adott jogi hátteret a kereskedelmi tevékenységnek. Ebben az időszakban fokozatosan kialakultak a céhek és a kereskedők tevékenységéhez kapcsolódó sztenderd gyakorlatok, minőségvédelemre irányuló szabályok. A *lex mercatoria* egyfajta univerzális európai jog lett, amelyet az egyes uralkodók által alkotott partikuláris, piacsabályozási és piacvédő rendelkezések egészítettek ki, amelyek általában közvetett, de sokszor közvetlenül is a mai fogalmaink szerinti fogyasztók érdekeit védtek.

A kereskedelmi jog önállósulása az újkorban a jogi szabályozás megkettőződéséhez vezetett és közvetlen előzménye lett a legújabb kori fogyasztóvédelmi jognak. A kereskedelmi ügyletek szabályai már sok esetben eltérnek a magánosok egymás közti ügyleteihez kapcsolódó előírásoktól. A kereskedelmi jogon belül is megkülönböztetésre kerülnek a kereskedők közti szerződések gyors és könnyű lebonyolítását segítő jogi normák a kereskedőknek a fogyasztókkal kötött ügyleteitől.

A fogyasztók védelmének intézményesített formái a 20. század második felében a tömegtermelés és a fogyasztói társadalom elkerülhetetlen termékei lettek. A fogyasztóvédelem jelenségének a jogi szabályozásban történő megjelenítése – részben az állami, hatósági felügyeletben és ellenőrzésben, részben dedikáltan – a fogyasztók érdekeinek (sokak szerint időként túlzott) védelmét teremtette meg. A fogyasztóvédelmi jogi tárgyú szabályozás az egységes belső piacokon szükségszerűen harmonizálásra került, így például az Európai Unióban, amelynek hatásai a magyar szabályozásra is szerves hatással bírnak.

7. Forrás- és irodalomjegyzék

- Lev 19,11,35-36; Péld 20,23; Lk 6,34-35.
- Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) M cikk (2) bekezdés.
- 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről 8:1. § (1) bekezdés 3. pont.
- 1997. évi CXLIX. törvény a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény módosításáról 10. § (2) bekezdés.
- BH1994. 592.
- Balogh, Zs. (1999). A környezetvédelemmel, az egészségüggyel és a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos felügyeletről. *Magyar Közigazgatás*, (1-2), 41.
- Bányász, J. (1929). *Tisztességtelen verseny*. Budapest.
- Benacchio, G. (2003). *Az Európai Közösség magánjoga. Polgári jog – kereskedelmi jog*. (p. 199). Budapest.
- Benedek, F. (1995). *Római magánjog. Dologi és kötelmi jog*. (p. 172). Pécs.
- Berman, H. J. (1993). *Law and revolution. The Formation of Western Legal Tradition*. (pp. 333-334, 336). Cambridge, Massachusetts, London.

- Blackstone, W. (1979). *Commentaries of the Laws of England*. I. (p. 462). Chicago, London. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226163277.001.0001>
- Bodnár, J. (2004). Az egyes fogyasztóvédelmi jogszabályok kritikája a jogalkalmazó szemszögéből. *Fogyasztóvédelmi Szemle*, 1(1), 59.
- Bucher, E. (1983). Hundert Jahre schweizerisches Obligationenrecht: Wo stehen wir heute im Vertragsrecht? *Zeitschrift für Schweizerisches Recht*, 124, II, 144.
- Budnitz, M. E. (2010). The Development of Consumer Protection Law. The Institutionalization of Consumerism, and Future Prospects and Perils. *Georgia State University Law Review*, 26(4).
- Bukovics, I. & Szendrő, É. M. (2018). A fogyasztóvédelem kialakulása és fejlődéstörténete. In Auer, Á., Berke, Gy., György, I. & Hazafi, Z. (szerk.), *Ünnepi kötet a 65 éves Kiss György tiszteletére*. (pp. 187-203). Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó.
- Burián, L. (1999). A fogyasztóvédelem az új nemzetközi magánjogi szerződési szabályok tükrében. *Magyar Jog*, 46(1), 16.
- Burián, L. (1994). Fogyasztóvédelem és nemzetközi magánjog. *Jogtudományi Közlöny*, 49(7-8), 307.
- Calisse, C. (1969). *A History of Italian Law*. (p. 505). New York.
- Carr, C. Th. (1905). *The General Principles of the Law of Corporations*. (pp. 129, 133, 143). Michigan, University Press.
- Cian, G. (1993). Fünfundzwanzig Jahre italienischer Codice civile. *Zeitschrift für Europäisches Privatrecht*, 1, 121.
- Cicero: De officiis. [Ford.: Havas, L.]. In Balázs, Gy. (szerk., 1987), *Cicero válogatott művei*. (p. 342). Budapest, Európa Könyvkiadó.
- Cipolla, C. M. (Hgg, 1978). Europäische Wirtschaftsgeschichte. I-IV. Bde. (pp. 201, 205). Stuttgart, New-York.
- Cohn, G. (1903). Die Gesetze Hammurabis. (p. 9). Zürich.
- Coing, H. (1985). Europäisches Privatrecht. I. Bd. Älteres Gemeines Recht (1500 bis 1800). (pp. 519-520, 522). München.
- Czuczai, J. (1999). Gondolatok Magyarországnak az Európai Unióhoz történő csatlakozási folyamatáról. *Magyar Jog*, 46(7), 390-397.
- Cserny, Á. & Téglási, A. (2015). A gazdasági alkotmányosság új fejezete Magyarországon? – Az Alkotmánybíróság a korábbi alkotmányos alapelvek fogságában. *Jog – Állam – Politika*, 7(1), 22.
- Dausies, M. A. (1996). Az Európai Bíróság joggyakorlata a közös piaci fogyasztóvédelem és versenyszabadság kérdéseiben. *Jogtudományi Közlöny*, 51(9), 364.
- David, M. & Ebeling, E. (1929). *Assyrische Rechtsurkunden*. Stuttgart.
- Dömötör, L. (1998). Észrevételek a felentúli sérelem kánonjogi fejlődésének kérdéséhez. In Jogi Tanulmányok. (p. 79). Budapest.
- Dömötör, L. (1996). Szempontok a felentúli sérelem doktrínájának jogösszehasonlító vizsgálatához. In *Jogi Tanulmányok*. (pp. 275-280, 290). Budapest.

- Dömötör, L. (1995/96). Észrevételek a *laesio enormis* és továbbélése kérdéshez. In *Acta Facultatis Politico-iuridicae Universitatis Budapestinensis*. (pp. 45-50.). Budapest.
- Drinóczi, T. (2014). Az Alkotmánybíróság határozata a devizahitelekről: a szerződési szabadság régi-új korlátai. *Jogesetek Magyarázata*, 5, 3.
- Driver, G. R. & Miles, J. C. (1956). *The Babylonian Laws*. London (Vol. I. 5, 9, 34.).
- Ehelolf, H. (1922). *Ein altassyrisches Rechtsbuch*. Berlin.
- Eisser, G. & Lewy, J. (1930). *Die Altassyrischen Rechtsurkunden vom Kültepe*. (pp. 144skk). Leipzig.
- Fazekas, J. (2007). *Fogyasztóvédelmi jog*. (p. 21-57, 71). Budapest, CompLex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft.
- Fazekas, J. (2006). A fogyasztóvédelmi jog fejlődése. In *A civilisztika fejlődéstörténete*. Miskolc.
- Fazekas, J. (2001). *Fogyasztóvédelmi jog*. (p. 11). Miskolc, Novotni Kiadó.
- Fazekas, J. (1999). A Ptk. rekodifikáció és a fogyasztóvédelem kapcsolódási pontjai. In *Polgári Jogi Kodifikáció és Jogharmonizáció. Tanulmánykötet*. (pp. 45-72). Miskolc, Novotni Kiadó.
- Fazekas, J. (1998). A fogyasztóvédelem múltja, jelene, jövője a fogyasztóvédelmi törvény tükrében. In *Fogyasztóvédelmi kódex*. (pp. 15-16). Budapest.
- Fazekas, J. (1996). *A fogyasztói jog rendszertani és jogdogmatikai kérdései*. Publ. Univ. Miskolc. Sect. Jur. et pol. XII. pp. 33., 38.
- Fazekas, J. (1995). *A fogyasztóvédelem alkotmányos alapjai*. Publ. Univ. Miskolc. Sect. Jur. et pol. XI. p. 153.
- Fazekas, J. (1994). A fogyasztói jogvédelem nemzetközi tapasztalatai. *Európa Fórum*, (4), 105., 108., 114.
- Fekete, O. (2005). A fogyasztóvédelem aktuális kérdései. *Magyar Közigazgatás*, (10).
- Finet, A. (1903). *Le Code de Hammurapi*. Paris.
- Földi, A. (2016). Néhány észrevétel az uzsora kérdéséhez összehasonlító jogtörténeti perspektívában. In Filó, M. (szerk.), *Tanulmányok az uzsoráról*. (pp. 18-30). Budapest, ELTE Eötvös Kiadó.
- Földi, A. (1997). Kereskedelmi jogintézmények a római jogban. (pp. 18, 33, 41, 117-118, 166, 213). Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Földi, A. (1996). *Remarks on the Legal Structure of Enterprises in Roman Law*. *Revue internationale des droits de l'Antiquité*. (p. 184).
- Földi, A. & Hamza, G. (2024). *A római jog története és intézményei*. (pp. 416, 462, 486, 513, 516, 521-522, 530). 28. kiad. Budapest, Novissima Kiadó.
- Frivaldszky, J. (2016). Az uzsora és a kamat megítélése Arisztotelésznél, Aquinói Szent Tamás és némely neotomista természetjogász gondolataiban. In Filó, M. (szerk.), *Tanulmányok az uzsoráról*. (pp. 75-107). Budapest, ELTE Eötvös Kiadó.
- Fuglinszky, Á. (2016). *Fogyasztói adásvétel, kellék- és termékszavatosság. Elemzések az uniós jog és az új Ptk. kapcsolatához*. (pp. 31-33). Budapest, Wolters Kluwer Kft.

- Garai, I. & Ritter, T. (1998). Fogyasztóvédelem az Európai Unió tagállamaiban. *Collega*, (7), 16.
- Gieseke, P. (1942). Das Aktienrecht des Libro del lavoro. *RabelsZ*, 14, 62-63.
- Glotz, G. (1926). *Ancient Greece at Work. An Economic History of Greece From the Homeric Period to the Roman Conquest*. (p. 291). London, New York.
- Gócza, Á. (2013). Fogyasztóvédelmi büntetőjog? In *Innováció és kreativitás a jogtudományban*. (pp. 3-6). Kolozsvár, 2013. december 7. Konferenciakötet. (<http://www.rodosz.ro/files/Gocza%20Agnes.pdf>). <https://doi.org/10.21637/GT.2013.4.01>
- Goldschmidt, L. (1891). *Handbuch des Handelsrechts. A. Universalgeschichte des Handelsrechts*. (pp. 51, 56, 71). Stuttgart.
- Gower, L. C. B. (1979). *Gower's Principles of Modern Company Law*. 6. kiad. (p. 23.). London.
- Gross, Ch. (1890). *The Gild Merchant*. (pp. 93, 129-130). London.
- Gyarmati, A. (1996). A fogyasztóvédelemről. *Magyar Jog*, 43(6), 321-323.
- Hajnal, Zs. (2017a). A fogyasztóvédelmi jog helye a magyar jogrendszerben. In Homicskó, Á. O. & Szuchy, R. (szerk.), 60, *Studia in honorem Péter Miskolczi-Bodnár*. (p. 245). Budapest.
- Hajnal, Zs. (2017b). A fogyasztóvédelmi jog helye a magyar jogrendszerben. In Homicskó, Á. O. & Szuchy, R. (szerk.), 60, *Studia in honorem Péter Miskolczi-Bodnár*. Budapest, Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar.
- Hajnal, Zs. (2013). A fogyasztói jogok egységes európai szabályozásának lehetséges irányai. PhD-értekezés. Debrecen, Debreceni Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar.
- Hamza, G. (2009). *Entstehung un Entwicklung der modernen Privatrechtsordnungen und die römischrechtliche Tradition*. (p. 314). Budapest.
- Hamza, G. (1998). Jogösszehasonlítás és az antik jogrendszerek. (p. 14). Budapest, Wolters Kluwer Hungary Kft.
- Harmathy, A. (2001). Jogrendszerünk átalakulása és az Európai Unió joga. In *Ius Privatum Ius – Commune Europae. Liber Amicorum Studia Ferenc Mádl Dedicata. Az ELTE Nemzetközi Magánjogi és Polgári Jogi Tanszékének munkatársai köszöntik a tudóst és a barátot*. (pp. 125-134). Budapest, ELTE ÁJK Nemzetközi Magánjogi Tanszék.
- Harmathy, A. (2000). A polgári jog a századfordulón. *Jogtudományi Közlöny*, 55(4), 117.
- Hartkamp, A. S., Hesselink, M. W., Hondius, E. H., Joustra, C. & du Perron, C. E. (ed., 1998), *Towards a European Civil Code*. 2. kiad. Nijmegen.
- Hámori, A. (2015). A fogyasztók védelme és az új Ptk. *Magyar Jog*, 62(5), 257-259.
- Holdsworth, W. S. (1966). *A History of English Law*. VIII. (pp. 193, 302, 315). London.
- Holdsworth, W. S. (1916). The Early History of Commercial Societies. *The Juducual Review*, 28, 306.
- Homéros: *Odiisszeia*, VIII, 158, XIV, 228.
- Huber, E. (1893). *System und Geschichte des Schweizerischen Privatrechtes*. 4. Bd. (p. 202). Basel.

- Jakab, É. (2014). Raktárházak a tengeri kereskedelem szolgálatában. In P. Szabó, B. & Újvári, E. (szerk.), *Universitas „unius rei”. Tanulmányok a római jog és továbbélése közből.* (p. 159). Debrecen, Debreceni Egyetem Marton Géza Állam- és Jogtudományi Doktori Iskola.
- Jakab, É. (1993). Stipulationes aediliciae (A kellékhibákért való helytállás kialakulása és szabályai a római jogban). *AUSz*, 44, 41-42.
- Jakab, É. (1991). Aediles curules (Róma rendészeti igazgatása és ennek hatása a magánjog fejlődésére). *AUSz*, 40, 131-155.
- Jolowicz, H. F. (1957). *Roman Foundations of Modern Law.* (p. 127). Oxford.
- Jusztinger, J. (2016). *A vételár az ókori római adásvételnél.* (p. 75). Budapest–Pécs, Dialóg Campus Kiadó.
- Jusztinger, J. (2008). Ármeghatározás a római adásvételnél. *Debreceni Jogi Műhely*, 5(1), 1-16.
- Jusztinger, J. (2005a). A vételár a római jogban: „emptiois substantia constitit ex pretio”. *Jura*, 11(1), 114-129.
- Jusztinger, J. (2005b). Az árképzés korlátai a római adásvételnél. *Publicationes Universitatis Miskolcensis Sectio Jur. et Pol.* Tom. XIII/1. pp. 49-64.
- Kákossy, L. (1998). *Az ókori Egyiptom története és kultúrája.* Budapest, Osiris Kiadó Kft.
- Kátai, A. (2002). Merre tovább? Az Európai Unió fogyasztóvédelmi szabályainak továbbfejlesztése. *Európai Tükör*, (1-2), 105.
- Kecskés, L. & munkaközössége (1999). A szolgáltatás és ellenszolgáltatás értékaránytalansági problémái a szerződési jogban I-II. *Magyar Jog*, 46(2, 3), 66-68., 129-130., 135., 137-138.
- Kellenbenz, H. (Hgg, 1986). *Handbuch der europäischen Wirtschafts- und Sozialgeschichte. I-III.* (pp. 228, 231). Bde. Stuttgart.
- Kemenes, B. (1991). Gondolatok egy fogyasztóvédelmi törvény tervezetéhez. In *Novotni emlékkönyv.* (p. 189). Budapest.
- Kemenes, B. (1990). A fogyasztóvédelem néhány elvi kérdése. Az intézmény érvényesülése Csongrád megyében. In *Antalfy-emlékkönyv.* (p. 95). Szeged.
- Kemenes, I. (2002). A szerződés érvénytelenségének egyes kérdései a gazdasági szerződéses gyakorlatban. *Polgári Jogi Kodifikáció*, 4(2), 23.
- Kenderes, A. (2014). A fogyasztók védelme az új egységes európai adásvételi rendelet javaslatban. In Csehi, Z. & Raffai, K. (szerk.), *Állam és magánjog.* Budapest, Pázmány Press.
- Kenderes, A. (2012). Az új közös európai adásvételi jog javaslat bemutatása – az európai fogyasztóvédelem következő állomása. In Fazekas, M. (szerk.), *Jogi tanulmányok.* Budapest, ELTE ÁJK.
- Kerameus, K. D. & Kozyris, J. P. (ed., 1993). *Introduction to Greek law.* Deventer, Boston.

- Keskeny, D. (2023). Fogyasztóvédelmi szabályozási modellek. In Jakab, É. & Miskolczi-Bodnár, P. (szerk.), *XXIV. Jogász Doktoranduszok Konferenciája. Jog és Állam 45. szám.* (pp. 151-152). Budapest.
- Képes, Gy. (2023). A Codex Cambio-Mercantilís 1795. évi tervezete. Korai kísérlet a magyar kereskedelmi jog kodifikálására. In Heil, K. (szerk.), *A magyar liberalizmus gyökerei és a rendszeres bizottsági munkálatok.* Budapest, Gondolat Kiadó.
- Képes, Gy. (2022). Návrhy „Codex Cambio-Mercantilís” koncom 18. storočia: prvý pokus o kodifikáciu uhorského obchodného práva. Drafts of the „Codex Cambio-Mercantilís” in the Late 18 th Century: First Attempts of Codification of Hungarian Commercial Law. In Švecová, A., Lanczová, I. & Gajarský, A. (eds.), *Právno-historické trendy a výhľady VII. Legal-Historical Trends and Perspectives VII.* (p. 69). Facultas Iuridica Universitatis Tyrnaviensis. Praha.
- Király, M. (2006). Az Európai Közösség kereskedelmi joga. Budapest, CompLex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft.
- Király, M. (2001). A fogyasztóvédelmi irányelvek értelmezése az Európai Bíróság joggyakorlatában. In *Ius Privatum – Ius Commune Europae. Liber Amicorum Studia Ferenc Mádl Dedicata.* Az ELTE Nemzetközi Magánjogi és Polgári Jogi Tanszékének munkatársai köszöntik a tudóst és a barátot. (pp. 135-149). Budapest, ELTE ÁJK Nemzetközi Magánjogi Tanszék.
- Kohler, J. & Peiser, F. E. (1904). *Hammurabi's Gesetz.* Leipzig (I, 142.).
- Kohler, J. & Ungnad, A. (1913). *Assyrische Rechtsurkunden.* Leipzig.
- Kozák, T. (2004). A kormány fogyasztóvédelmi politikája. *Fogyasztóvédelmi Szemle*, (1), 73.
- Köncse, T. (2004a). Út az unióba: Magyarország és az EU fogyasztóvédelme. *Fogyasztóvédelmi Szemle*, (11).
- Köncse, T. (2004b). Az EU középtávú fogyasztóvédelmi stratégiája. *Fogyasztóvédelmi Szemle*, (2).
- Kramer, E. A. (1983). Die Lebenskraft des schweizerischen Obligationenrechts. *Zeitschrift für Schweizerisches Recht*, 124, I, 251, 255.
- Lajer, Zs. (1999). A feltűnő értékaránytalanság tilalmáról. *Magyar Jog*, 46(2), 106-108.
- Leder, M. & Shears, P. (1996). *Consumer Law.* London, Hong Kong, Johannesburg, Melbourne, Singapore, Washington DC.
- Lehmann, K. (1902). Die Entwicklung des deutschen Handelsrechts. *Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht und Wirtschaftsrecht*, 52, 2, 5, 10, 16.
- Litresits, A. (2010). A hitelintézetek működésének fogyasztóvédelmi aspektusai. In Nagy, M. (szerk.), *Jogi tanulmányok.* (p. 182). Budapest, ELTE ÁJK.
- Lovas, D. & Horváth, B. (2018). Pénzügyi fogyasztóvédelmi jogviszony alakulása a globális pénzügyi-gazdasági válság előtt és után. In Szikora, V. & Árva, Zs. (szerk.), *A fogyasztók védelmének új irányai és kihívásai a XXI. században.* (pp. 267-270). Debrecen.
- Lurje, I. M. (1971). *Studien zum altägyptischen Recht des 16. bis 10. Jahrhundert v. u. Z.* Weimar.

- Mankowski, P. (1998). A nemzetközi fogyasztói szerződési jog strukturális kérdései. *Magyar Jog*, 45(10), 618.
- Martino, F. de (1985). *Wirtschaftsgeschichte des alten Rom*. (pp. 147-148, 356, 367). München.
- Menyhárd, A. (2016). A magánjogi uzsora. In Filó, M. (szerk.), *Tanulmányok az uzsoráról*. (pp. 225-252). Budapest, ELTE Eötvös Kiadó.
- Mező, I. (2004). Fogyasztóvédelem az Európai Alkotmányban. *Fogyasztóvédelmi Szemle*, (4), 25.
- Miskolczi-Bodnár, P. (2013). Fogyasztóvédelem az új Ptk-ban. In Grad-Gyenge, A. (szerk.), *Szociális elemek az új Ptk-ban*. Budapest.
- Miskolczi-Bodnár, P. & Sándor, I. (2016). *Fogyasztóvédelmi jog I.* (pp. 5-10). Budapest.
- Miskolczi-Bodnár, P. & Sándor, I. (2013). *A fogyasztóvédelmi jog európai gyökerű magyar szabályozása I.* (pp. 5-10). 2. kiad. Budapest, Patrocinium Kft.
- Müller, D. H. (1905). *Das syrisch-römische Rechtsbuch und Hammurabi*. Wien.
- Müller, D. H. (1904). *Über die Gesetze Hammurabi's*. Wien.
- Nagyné Szegvári, K. (1999). Jog és gazdaság. A gazdasági szervezetek jogállásának története. (p. 35). Budapest.
- Nemeshegyi, B. (2012). A fogyasztóvédelem intézményrendszere és a fogyasztóvédelem fejlődésének új irányai Magyarországon. In Rixer, Á. (szerk.), *Állam és közösség. Válogatott közjogi tanulmányok Magyarország Alaptörvénye tiszteletére*. (pp. 123-125). Budapest.
- Oftinger, K. (1954). Handelsrecht und Zivilrecht. Monismus oder Dualismus des Privatrechts und seiner Gesetzbücher? *Schweizerische Juristen Zeitung*, 50, 153.
- Padoch, J. (1946). *Geschichte des altorientalischen Rechtes*. (pp. 9-10, 14). München.
- Papp, T. (2019). *Atipikus szerződések*. (pp. 168-181). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Pókecz Kovács, A. (2000). A laesio enormis és továbbélése a modern polgári törvénykönyvekben. *Jogtudományi Közlöny*, 55(5), 177-185.
- Pókecz Kovács, A. (2014a). A felértúli sérelem dogmatikai konstrukciója a római jogban és a modern polgári törvénykönyvekben. *Jura*, 20(2), 116-126.
- Pókecz Kovács, A. (2014b). Laesio enormis and its survival in modern civil codes. In Štenpien, E. (ed.), *Kúpna zmluva – historia a súčasnosť II. Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie konanej dňa 26. – 27. septembra 2014 na Právnickej fakulte UPJŠ v Košiciach*. (p. 242). Košice.
- Pusztahelyi, R. (2022). Tisztességtelen befolyásolás és kizsákmányoló ügylet. In Juhász, Á. (szerk.): *Elmélet és praktikum – hagyománytisztelet és modernitás. Jubileumi konferencia 2021. június 4. Tanulmánykötet*. (pp. 217-220). Miskolc, Miskolci Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar.
- Rehme, P. (1913). Geschichte des Handelsrechts. In Ehrenberg, V. (Hgg), *Handbuch des gesamten Handelsrechts mit Einschluß des Wechsel-, Scheck-*

, *See und Binnenschiffahrtsrecht, der Versicherungsrechts sowie des Post- und Telegraphenrechts*. (pp. 52, 56-57, 69-70, 73, 75, 82, 87-88). Leipzig.

- Samarae, F. A. & Ismail, M. (2023). Consumer Protection Regulations in Ancient MENA Civilizations. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 6(1), 74-75.

- Sándor, I. (2006). The Regulation of Consumer Protection in Hungary. In Kapa, M. (ed.), *Studia Iuridica Caroliensia I.* (pp. 193-207). Budapest, 2006.

- Sándor, I. (2005). *A társasági jog története Nyugat-Európában*. (p. 75). Budapest.

- Sándor, I. (2003). *A magyar fogyasztóvédelmi jog*. Budapest, UNIÓ Lap- és Könyvkiadó Kereskedelmi Kft.

- Sáriné Simkó, Á. (szerk., 2000), *Szerződési jog – fogyasztóvédelem*. Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.

- Scherner, K. P. (1972). Anfänge einer deutschen Handelsrechtswissenschaft im 18. Jahrhundert. *Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht und Wirtschaftsrecht*, 136, 465.

- Schlegelberger, F. (Hgg, 1929): Rechtsvergleichendes Handwörterbuch für das Zivil- und Handelsrecht des In- und Auslandes. I. (pp. 224-225). Berlin.

- Seidl, E. (1962). *Ptolemäische Rechtsgeschichte, Ägyptologische Forschungen, Heft 22*. (p. 151). Glückstadt, Hamburg, New York.

- Seidl, E. (1956). *Ägyptische Rechtsgeschichte der Saiten- und Perserzeit. Ägyptische Forschungen, Heft 20*. (pp. 40, 58). Glückstadt, Hamburg, New York.

- Seidl, E. (1951). *Einführung in die Ägyptische Rechtsgeschichte bis zum Ende des neuen Reiches. I. Juristischer Teil, Ägyptologische Forschungen, Heft 10*. (pp. 16-18). Glückstadt, Hamburg, New York.

- Selb, W. (1993). *Antike Rechte im Mittelmeerraum. Rom, Griechenland, Ägypten und der Orient*. (pp. 113, 118, 123, 141). Wien, Köln, Weimar.

- Siklósi, I. (2005). Az érvénytelenségi ok kiküszöbölésének néhány kérdése a római jogban és annak továbbélése során. In *Acta Facultatis Politico-iuridicae Universitatis Budapestinensis*. 42. (pp. 67-70). Budapest.

- Sós, G. (2004). A fogyasztóvédelem intézményrendszere az Európai Unióban. In *Globalizáció, piacliberalizáció*. Miskolc.

- Speck, E. (1901). *Handelsgeschichte des Altertums*. (II. pp. 516-517, 520, 523-524). Leipzig.

- Sukacic, M. (2017). *Consumer protection in ancient Rome – lex Iulia de annona and edictum de pretiis rerum venalium as prohibitions of abuse of dominant position?* Economic and Social Development: 22nd International Scientific Conference on Economic and Social Development „The Legal Challenges of Modern World”. Split: VADEA, 2017. pp. 107-117.

- Szebelédi, F. (2014a). Reparatív szemlélet a pénzügyi fogyasztóvédelemben. In Fazekas Marianna (szerk.), *Jogi tanulmányok*. (p. 292). Budapest.

- Szebelédi, F. (2014b). A közvetítők szerepe a pénzügyi fogyasztóvédelemben. In Csiszár, I. & Kőmíves, P. M. (szerk.), *Tavaszi szél 2014*. (p. 274). Debrecen.
- Szebelédi, F. (2013). A közigazgatási és a bírósági hatáskörök elemzése a pénzügyi fogyasztóvédelem területén. *Themis*, február, 266.
- Szebelédi, F. (2012). A pénzügyi fogyasztóvédelem jogérvényesítési kérdései. *Themis*, október, 111.
- Szendrő, É. M. (2020). A fogyasztóvédelem kialakulása és fejlődéstörténete. *Jogtörténeti Szemle*, 18(2), 36-37.
- Szécsényi, L. (1999). Jegyzetek a Ptk. 201. §-a (2) bekezdésének alkalmazásához. *Bírák Lapja*, (2), 16.
- Szikora, V. (2010a). A fogyasztóvédelmi jog történeti kialakulása Európában, különös tekintettel a magánjog-egységesítési folyamatokra. In Szikora, V. (szerk.), *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog – európai kitekintéssel*. (pp. 19-30). Debrecen, Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete.
- Szikora, V. (2010b). A fogyasztóvédelem fejlődése Magyarországon. In Szikora, V. (szerk.), *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog – európai kitekintéssel*. (pp. 31-38). Debrecen, Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete.
- Téglási, A. (2015). A devizahitelezés problematikája és kezelésének alkotmányos keretei az Alkotmánybíróság gyakorlatának fényében. In Lentner, Cs. (szerk.), *A devizahitelezés nagy kézikönyve*. (p. 328). Budapest.
- Tóth, T. *Fogyasztóvédelmi közjog*. (pp. 7-12.) Budapest. (<https://jak.ppke.hu/uploads/articles/12239/file/Fogyik%C3%B6zjogjegyzet%20-%20T%C3%B3th%20Tiham%C3%A9r.pdf>).
- Török, É. (2018). A fogyasztói szerződésekkel kapcsolatos jogalkalmazás – különös tekintettel az egyértelmű megfogalmazás követelményére. In Szikora, V. & Árvai, Zs. (szerk.), *A fogyasztók védelmének új irányai és kihívásai a XXI. században*. (p. 68). Debrecen, Debreceni Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar.
- Veres, Z. (2019). *A pénzügyi fogyasztóvédelem egyes alapkérdései. Jogdogmatikai, történeti, rendszertani alapok jogalkalmazási és metajurisztikus kitekintéssel*. (pp. 101-107). Budapest, Wolters Kluwer Hungary Kft. <https://doi.org/10.55413/9789632959276>
- Veres, Z. (2018). The emergence and development of consumer protection in the financial sector. *Közgazdász Fórum. Forum on Economics and Business*, (1), 8-12.
- Veres, Z. (2016). A pénzügyi fogyasztóvédelem alkotmányos megalapozása felé. *Közjogi Szemle*, 9(1), 41.
- Veres, Z. (2014). Gondolatok a fogyasztóvédelem alkotmányos rangra emelése kapcsán. In Kovács, P. (szerk.), *Religio et constitutio*. (p. 203). Budapest.
- Vékás, L. (2008). *Parerga. Dolgozatok az új Polgári Törvénykönyv tervezetéhez*. (p. 86). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Vékás, L. (2002). Az európai közösségi magánjog sajátos alanyáról: a „fogyasztó” fogalmáról. *Európai Jog*, 2(5), 3-13.

- Vékás, L. (2001a). *Az Új Polgári Törvénykönyv elméleti előkérdései.* (pp. 75, 124). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Vékás, L. (szerk., 2001b), *Európai közösségi jogi elemek a magyar magán- és kereskedelmi jogban.* Budapest, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- Vékás, L. (2000). Fogyasztóvédelmi magánjog és az új Polgári Törvénykönyv. In *Bérczi Imre Jubileumi Emlékkönyv.* (pp. 553-554). Budapest.
- Vékás, L. (1998). Autópálya-használati szerződések és a Ptk. 201. § (2) bekezdése. *Magyar Jog*, 45(6), 322.
- Vékás, L. (1985). Kritikai értékelés a Ptk. 201. §-ának gyakorlatáról. *Magyar Jog*, (32)4, 783. (781-792.).
- Vékás, L. (1981). *Fogyasztóvédelem a fejlett tőkés országokban.* (p. 61). MTA IX. Osztály Közleményei 1-2. Budapest.
- Visky, K. (1969). Die Proportionalität von Wert und Preis in der römischen Rechtsquellen des III. Jahrhunderts. *Revue internationale des droits de l'antiquité*, 16, 355-388.
- Vukowich, W. T. (2002). *Consumer Protection in the 21st Century.* Ardsley. <https://doi.org/10.1163/9789004478251>
- Weatherill, S. (1997). *EC Consumer Law and Policy.* London, New York.
- Weiss, E. (1969). *A szerződés érvénytelensége a polgári jogban.* (pp. 264-268). Budapest.
- Wolff, M. (1927). Studien zum italienischen Vorentwurf eines Handelsgesetzbuchs von 1925. *Rabels Zeitschrift für ausländisches und internationales Privatrecht*, 1, 526.
- Zavodnyik, J. (2013). *Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvényhez. Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez.* (p. 414). Budapest, Wolters Kluwer Kft.
- Zimmermann, R. (1992). *The Law of Obligations.* (p. 252). South Africa, Juta.
- Zoltán, Ö. (2001). A fogyasztóvédelemről és gyakorlatáról. *Magyar Jog*, 48(11), 660.
- Zoványi, N. (2011). A fogyasztóvédelem történeti fejlődése és szabályozási elvei. *Debreceni Jogi Műhely*, 8(3), 71-78. <https://doi.org/10.24169/DJM/2011/3/6>

III. Fejezet. A jogi fogyasztóvédelem kialakulásának főbb eszmetörténeti előzményei, gazdasági-termelési körülményei és néhány aktuális elméleti kérdése

1. Bevezetés
2. Jogfilozófiai eszmetörténeti megfontolások a jogi fogyasztóvédelem kialakulása előtti, azt megalapozó főbb jogi szemléletekről
 - 2.1. Klasszikus kor: a római jog számolt az adásvételi viszonyokban a megvezetéssel, de a *minorokat* védte ezek eseteiben
 - 2.1.1. Eltérés a klasszikus római jogtól: a német pandektajog jheringi egoista olvasatának kötelmi jogi szemléletéről
 - 2.1.2. A római jog számolt a felek ügyeskedő adásvételi gyakorlatával, ám azt nem tekintette az emberi természetből fakadó helyes magatartásnak
 - 2.2. Aquinói Szent Tamás elméletében az adásvételi ügyletekben az egyenlőséget, a kölcsönös igazságosság szabta egyenértékűséget az igazságos ár fejezte ki – az ettől való jelentős eltérés erkölcsi bűn és jogtalanság
 - 2.2.1. Aquinói Szent Tamás az adásvételi csalásokról és az uzsoráról írt érvelésének aktualitásáról a fogyasztóvédelmi kérdések megítélésével
 - 2.2.2. Aquinói Szent Tamás dologközpontú kötelmi jogi szemléletének rövid bemutatása
 - 2.2.3. Aquinói Szent Tamás az adásvétel kölcsönös igazságosságáról és az igazságos árról – alapvetések
 - 2.3. A kiteljesedett német modern társadalomkép: Rudolf von Jhering módszertani egoizmusában a gyengébb alany érdeke a kötelemben a gazdaságilag potens érdekének rendelődik alá
3. A fogyasztók tömegeit érintő, a jogi fogyasztóvédelem irányait befolyásoló főbb piaci-gazdasági-termelési előzmények és körülmények
 - 3.1. A tőzsdei határidős spekulációs ügyletek kiforgatják értelméből a teljes nemzetgazdaságot – a „papírosbúza” ügye
 - 3.2. A fordista sorozatgyártás a legjövödelmezőbb tömegcikkeket gyártja a jóléti kapitalizmus jegyében nem tekintve a termelő és fogyasztó ember humánumát
 - 3.3. Alfred P. Sloan termelésszervezési és menedzsment reformjai a tömegtermelés termékdiverzifikációjára
 - 3.4. Túl az autógyártáson: a termékfejlesztés fogyasztókra szabása
4. A fogyasztóvédelmi jogok megszületése: John F. Kennedy programadó üzenete
5. A tulajdonképpeni fogyasztói társadalom létrejötte – a fogyasztás mint életmód
6. Az MKKV szektor a speciális fogyasztói igények kielégítésére a piaci réseket keresi és szolgálja ki
7. Az EU-s piaci szemléletű fogyasztóvédelem a fogyasztó jól informáltságát és a fair kötelmi eljárást védi s nem az igazságos árat magát – a fogyasztó, aki dönt, lenne az erősebb gazdasági fél?
8. Visszatérés a kötelelem klasszikus felfogásának kölcsönös igazságossághoz kötött referenciájához

9. A fogyasztóvédelmi versenyjog ár-értékű összehasonlíthatóságát felváltja a komplex minőségi értékelés közössége
10. Visszatérés a személyköziséghez: az online fogyasztói közösségek lehetséges humanizáló hatása
11. A fogyasztó személyes vásárlási szokásaira szabott dinamikus árképzésben rejlő veszélyekről
12. A fogyasztók igényeire szabott szolgáltatások korában megmutatkoznak a közjogi fogyasztóvédelmi beavatkozások korlátai: vissza a klasszikus kötelmi szemlélethez?
13. Összefoglalás
14. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A fogyasztót érintő társadalmi és gazdasági relációk technikai közvetítettsége mindig is megnehezítette az ő szempontjainak figyelembe vételét, ami a vele való kapcsolatban felmerülő személyközi igazságosság érvényesülése fogyatékoságaként is értelmezhető. A fogyasztó a XX. század eleji hagyományos termékpiacon a tömeggyártott termékek potenciális vásárlója volt, aki a középosztály tagjaként – ide sorolva már a munkásokat is – alig várta, hogy a gazdasági jólétben való részesedése kifejeződésekként egy (akármilyen) személygépkocsija legyen. E fordista gazdasági szerkezet reformjaként az immáron a folyamatosan lecserélendő termékeket fogyasztók fokozatosan szélesedő tömegei egyre rövidebb élettartamúra, s azért rosszabb minőségűre tervezett termékeket vásárolhattak, hogy az eleve elévülésre tervezett, s ezáltal az évenként modellváltást előírányzó termelés „kedvezményezettjeiként” a folyamatosan új és új vásárlások révén átélhessék magát a fogyasztás általi létmód adta boldogságot. A reklámkultúra is efelé ösztönzött és ezt a fogyasztói életformát propagálta. A fogyasztóvá lett polgárok tömegei ezután „kisebbségi” közösségként várták el, hogy az állam védje jogos fogyasztói érdekeiket. A technológiai fejlődés és a nagyon gyorsan változó trendek követése olyannyira felgyorsította az újabb és újabb termékek gyártását és fogyasztását, hogy azok minősége a költséghatékonysági szempontok miatt már nem lehetett magas, hiszen a minőségibb, s ezért drágább terméket az átlagfogyasztó nem tudta megvásárolni. E fogyasztáspirál révén olyan hihetetlen mennyiségű „elfogyasztott”, eldobott termékmennyiség került szemétként a Földre, hogy muszáj volt a túlfogyasztást a fenntarthatóság miatt korlátozni. A gazdasági fejlődéshez, de főként a vállalati jövedelmezőséghez azonban újabb és újabb eladásokra volt szükség. Olyan termékeket is el kellett tehát adni, amelyeket a korábbi reklámtechnikák alkalmazásával nem lehetett volna már értékesíteni. Az online kereskedelem elterjedésével, amely az utóbbi időkben rendkívüli méreteket öltött, s különösen a felhőalapú vállalatirányítási, termék- és szolgáltatáslogisztikai megoldások eladási hatékonyságnövelése után a fogyasztók intelligens marketingalgoritmusok által pontosan becélózható eladási célpontokként jelentek meg a fogyasztói jogviszonyokban. Az eladások fokozása végett, és fenntartva a fogyasztó döntési szabadságának illúzióját, szükségessé vált úgy kondicionálni a fogyasztó döntést vezérlő tudatbázisát, agyi folyamatait, hogy vásárlási szokásai alapján egy személyre szabott eladási technikát lehessen rá alkalmazni. Ez oly módon történik, hogy a tőle nyert online

böngészési és vásárlási adatokat újabb és újabb eladásokra úgy használják fel a vele való viszonylatban, a személyre szabott dinamikus árképzést is alkalmazva, hogy közben ne tűnjön fel neki, hogy voltaképpen olyan terméket, szolgáltatást vetetnek meg vele, amelyekre nincsen szüksége, ám azoknak nem tud ellenállni, mivel intelligens algoritmusok alkalmazásával kiismerték és ezáltal manipulálják vásárlási szokásait. Egy ilyen eladási technika esetén az igazságos ár végképp elvesztette megítélhetőségének kritériumait. A termelő/gyártó/eladó és a fogyasztó közötti viszony korábban meglevő közvetítettségeiből fakadó nehézségek mellé tehát egy újabb, a fogyasztói jogviszony igazságosságát befolyásoló tényező is megjelent: már a fogyasztó belső tudati döntési folyamataiba is be tud férkőzni az eladó. Lehet ilyen körülmények között még független és racionális vásárlási döntést hozó, jól informált fogyasztó prototípusával élni a fogyasztóvédelem jogi szabályozásaikor?

A fogyasztóvédelmi jog szabályozásának alapjául álló fogyasztóképet fel kell adni, hiszen az eladások zömét kitevő online fogyasztói jogviszonyokban már szinte nincs is manapság ilyen alany. Továbbá meg kell haladni a bizalmatlanságon és az egymásnak feszülő érdekek elfogadásán nyugvó modern eladó-fogyasztó társadalmi reláció felfogást is, hiszen ha ezt fenntartjuk, akkor be kell látni, hogy az erősebb alany, az eladó úgyis képes lesz gazdasági erőfölényét érvényesíteni a gyengébb szociális alannal, a fogyasztóval szemben. Nem szabad tehát elfogadni azt a polgári társadalom koncepciót, ahol az erősebb a maga javára használja ki a gyengébb érdekérvényesítő képességű alanyt. Ellenkező esetben soha nem lesz képes az ilyen helytelen emberfelfogáson alapuló társadalmi viszonyok igazságosságát biztosítani a szabad, hatékony és jótékony piac mítoszába vetett hit és a közjogi fogyasztóvédelem kényszerrel is érvényesíthető eszközrendszere. Ami ugyanis kikényszeríthető, az nem olyan mértékben igazságos, mint ami önkéntesen az, hiszen hiányzik az előbbiből az igazságosság, a jóhiszeműség és tisztesség gyakorlásának személyes erénye, ami elkötelezett akarati minőséget jelent, másrészt jobbra csak utólag foganatosított lesz, kevés hatékonysággal. A kikényszeríthető közjogi fogyasztóvédelem nem változtatja meg a fogyasztóval szembeni attitűdöt, hiszen csak a lehetséges retorzió miatt nem élnek vissza a gazdaságilag erősebb eladók az erőfölényükkel. A fogyasztó akkor sem erősebb gazdasági fél a fogyasztói jogviszonyaiban, ha végül is elvileg ő dönt arról, hogy mire ad ki pénzt és mire nem. A jól informált, ezért racionális döntést hozni képes független fogyasztó-vevő ideája manapság már nyilvánvaló utópia. Radikális szemléletváltásra van tehát azért szükség a fogyasztóvédelmi jog tekintetében, hogy a fogyasztó ne tárgya legyen a fogyasztói jogviszonyoknak, hanem egyenlő rangú szereplője. Ehhez a jogviszonyt is újra kell értelmezni, mégpedig a klasszikus kötelmi jog fényében, hiszen végső soron a jogviszony belső kölcsönös igazságossága teszi érzékelhetően egyenlővé, egyenlő méltóságú polgárokká az alanyokat e jogviszonyokban.

Érdemes ezért végigtekinteni, hogy a magánszemélyek adásvételekor miként tudott a jogi gondolkodás története szerinti klasszikus korban érvényesülni e jogviszonyok vevői pozíciójában levő polgárok méltánylandó szempontrendszere. Ők akkor még csak azt kívánták megvenni, amit arra érdemesnek tartottak, mégpedig olyan áron, amelyet objektív szempontok és racionális megfontolásuk szerint méltányosnak tekinthettek. Ilyen esetben mind az eladó, mind a vevő jól járt, és ezért az ilyen kölcsönös megelégedéssel teljesedésbe menő adásvételek tömegei a piacon erősítették a polgári társadalom emberi és társadalmi

kötélékeit. A polgári jog tehát a kölcsönösen gyakorolt igazságosság erénye által fontos humánértékekkel gazdagította az eladó-vevő relációkat, s járult ezáltal hozzá a humanizáló hatást kifejtő polgári társadalom létrejöttéhez. Ám a termékeket előállítókat is inspirálta az igazságos ár, akik egyébként sokszor maguk voltak portékáik eladói is, hiszen egyrészt azt érezhették, hogy értékes és hasznos dolgot készítettek a vevőik számára, másrészt az ellenérték az elkötelezett és hasznos munkájuk jól megérdemelt igazságos „béreként” jelentkezett, őket nemcsak anyagiakban gazdagítva, hanem társadalmi presztízsbeli gyarapodásukat is előmozdítva. Bizonyos szolgáltatási szektorokban, így a vendéglátásban meghonosodott önkéntes többletjutalmazás („borravaló”) hatványozottan fejezte ki a vevő, a szolgáltatást igénybe vevő ember gazdagodásának szubjektív érzetét, amit ő maga hálásan, pénzben is ki akart mutatni a kiváló szolgáltatást nyújtó félnek.

A tömegtermelés és eladás korszakában e személyes interakciók a termelés és a kereskedelem szerveződése révén megtörttek. Példának okául a tőzsdei kereskedelemre alkalmas, virtuálisan vett és továbbadott búza árával a még nagyobb nyereség végett gátlástalanul spekuláltak az alkuszok. Az üzelmek révén letört árú olcsóbb kenyérnek a végfogyasztók esetleg bár örülhettek, ám a termelők ennek következtében tönkremehettek, ami a fogyasztóknak sem volt érdeke. Egy másik példaként hozható az, hogy az ipari tömegtermelést végző gyárak tulajdonosai, azok vezetői és munkásai számára nem voltak jelen az ezen egyentermékeket megvevő fogyasztók szempontjai. Amikor pedig már – a többleteladások végett – figyelembe vették a fogyasztói diverzifikált igényeket, megnyílt az út ahhoz, hogy folyamatos vásárlásokra készítsék őket. A gazdasági jólét ára a széles középosztály fogyasztóvá szocializálása volt. Igazából csak azért figyeltek a bennük generálható igényekre, hogy még újabb és újabb termékeket és szolgáltatásokat lehessen nekik eladni. Eképpen megint nem a fogyasztók valódi igényei kerültek az előtérbe, hanem a bennük kialakított fogyasztási késztetésekben rejlő eladáspotenciál kiaknázása volt a vezérlő üzleti szempont. A termékbiztonság elemi követelményeinek önmaguktól nem szenteltek nagyobb figyelmet, mert az meg nem térülő ráfordítás lett volna. E téren az állami jogalkotás közbelépése jelentett megoldást.

Az eladásokat azonban fokozni kellett, ezáltal a fogyasztásra szocializálás újabb és újabb formái honosodtak meg, míg korunkra immáron annak teljesen egyénre szabott manipulatív technikája terjedt el a mesterséges intelligenciának a kognitív idegtudományokkal való párosítása segítségével. Ennek a termékmarketingben való alkalmazásával könnyen detektálhatóvá lett, hogy mi iránt és milyen fokban érdeklődik a fogyasztó, mégpedig a legárnyaltabb fogyasztói szokásait is digitálisan letapogatva. Ez a szemlélet bár úgy tűnik, hogy a legteljesebb mértékben a fogyasztó igényeit elégíti ki, valójában ez a személyre szabott marketing – például a ‘dinamikus árazás’ kétes eszköze – a vágyainál és az attitűdjeinél fogja meg őt, nem hagyva neki szinte semmi esélyt a racionális és megfontolt döntésre. Ám a fogyasztók észrevehetik, hogy az eladók a bennük kialakított fogyasztási kényszereik révén kondicionálják, s ezért tulajdonképpen rászedik és kihasználják őket. Ezáltal állandósulhat az online eladókkal szembeni bizalmatlanság. Ilyen viszonyok között a hagyományos fogyasztóvédelmi jogi eszközök nem tűnnek hatékonyaknak. Lehetetlen ugyanis jól informált fogyasztókról beszélni, így a szerződéskötéskori eljárási garanciák is elégtelenek immáron, hiszen azok nem képesek a *fair* szerződéskötést biztosítani.

Nézetünk szerint a fentiek miatt is vissza szükséges térni a fogyasztói jogviszonyok helyes alapvetéséhez, és a jelenlegi fogyasztóvédelmi koncepciót felül kell vizsgálni, hogy a helyes szemlélet jegyében tekintsük e relációk igazságossági követelményeit. Ettől azt reméljük, hogy ezáltal a fogyasztókat nem fogják annyira kihasználni az erősebb gazdasági szereplők. A cél az lenne, hogy csakis azon fogyasztói szerződések köttessenek meg, amelyeket a fogyasztók valóban létre akarnak hozni, mégpedig azon feltételek és ár mellett, amelyeket ők igazságosnak tartanak. Ennek érdekében szükséges a fogyasztói szerződéseket hangsúlyosabban visszavinni az eladó és vevő személyközi viszonyaiba, hogy általuk megítélhetően igazságosak legyenek e jogviszony közvetett tárgyai (a dolog, a szolgáltatás és annak ellenértéke), valamint az igazságosság, a tisztesség és a jóhiszem erényei általuk gyakorolhatóak, érezhetőek és számonkérhetőek legyenek, hiszen a jogügylet számos elemének, körülményének igazságosság-kritérium szerinti megítélhetősége és főként etikus tartalmának kialakítása tekintetében ezekre nagy szükség van. Továbbá azért is, hogy a termékelőállítók és az eladók maguk érezzék úgy, hogy a másik félre tekintettel jó minőségű árut kell kifejleszteni és értékesíteni, amely a fogyasztó igazi megelégedésére szolgál rövid-, közép- és hosszú távon egyaránt, és amely az eladó, és a mögöttes termékfejlesztő és gyártó számára nem csak anyagi előnyt, hanem egyszersmind egzisztenciális megelégedettséget is jelent. Ilyen relációkban tehát nem csak gazdasági előnyökért, hanem igazi emberi értékekért is érdemes dolgozni, terméket fejleszteni, gyártani és eladni, hiszen ezek által a fogyasztók már polgárokká, sőt embertársakká avanzálnak a szemükben, akikért munkálkodni igazán felemelő érzés, emberi érték, és nemes boldogságot eredményező olyan emberi tevékenység, amelynek eredményei jogos büszkeséggel tölthetik el az adott vállalat vezetőit. Amennyiben e cégek családi vállalkozások is egyben, ott e család társadalmi presztízse méltán növekszik, és ez a helyi vagy akár a nagyobb léptékű közjó létrejöttéhez is hozzájárulhat, különösen, ha e vállalkozások kiveszik részüket a polgári társadalom gazdagításából.

Venni kell tehát a fáradságot, hogy végigfussunk a kereskedelmi és a fogyasztóvédelmi jog fejlődéseinek főbb állomásain, és a mögöttes koncepciókban rejlő specifikus buktatókon, hogy ezzel párhuzamosan a helyes klasszikus (görög-római-középkori) kötelmi jogi felfogást szem előtt tartva egyszersmind a helyes irányt is bemutathassuk. A tömegtermelés és a fogyasztói társadalom milyenségének lakmuspapírnaként számon tartott autógyártás történetét érdemes e tekintetben alaposabban szemügyre venni, hogy lássuk azt, hogy az egyes problémákra adott válaszok bár ezekre esetleg üzleti megoldást jelentettek (pl. nem jó, ha minden fogyasztó számára ugyanazt gyártják), ezen irányváltás egyszersmind újabb bonyodalmaknak is megágyazott (pl. az immáron valódi konzumista társadalom fogyasztása valósággal elszabadult, magával rántva a szüntelen vásárlásra késztetett ügyfelek személyiségét).

Az online kereskedelem egyes tisztességtelen eladási praktikái, de a személyre szabott dinamikus árképzés vitatható gyakorlata is csak extrémításig viszi a fogyasztói társadalom belső ellentmondásait. Bár ennek néhány aspektusát az önszerveződő online platformok „polgárosodása” enyhíti, megállapíthatjuk: annyi probléma halmozódott össze a jogi fogyasztóvédelem területén, hogy néha ezek egyre szaporodó „fájtól” már nem is látjuk tisztán magát az „erdőt”, vagyis az alapproblémát. Koncepcionális váltásra van tehát szükség: vissza kell térni a klasszikus kor jogfilozófiai szemléletmódjához, hogy annak jegyében

tekintsük át a jelenlegi fogyasztóvédelmi szabályozás elégtelenségeit, illetve az abból fakadó gondokat. Ezért igyekszünk bemutatni a római jog ide vonatkozó, s főként Aquinói Szent Tamás adásvétellel kapcsolatos felfogását egy kicsit részletesebben, miközben ez utóbbi kibontásakor gondolatébresztésként ki-ki tekintünk néhány közelebbről vagy áttételesebben kapcsolódó kortárs fogyasztóvédelmi kérdésre, hogy a számos helyes kortárs fogyasztóvédelmi intézkedés indokát a kölcsönös igazságosság követelménye alapján értsük meg, más megjegyzésekkor pedig a jövőbeli mikénti szabályozáshoz pusztán ötletfelvetés gyanánt adunk szempontokat. Meggyőződésünk, hogy nem csak egy-egy eset jobb megértéséhez, hanem a teljes szemléletváltáshoz is jó alapot szolgáltatnak e késő középkori szent tamási gondolatok. Úgy véljük, hogy a fogyasztói társadalom és kereskedelem mostani korszakában már nem lehetséges közjogi, csakis a fogyasztói adásvételi szerződések megkötésének módjára ható, azaz az eljárást szabályozó, valamint a fogyasztó oldalára telepített hatálytalanító, vagy szankcionáló jogi eszközökkel valóban igazságos fogyasztói jogviszonyokat létrehozni. A szabályozás szintjén, s különösen a jelenlegi eszközökkel nem lehet már sokkal előrébb jutni, mert a jogviszonyok természete megváltozott. E regulációra szükség van, azonban ahhoz, hogy valóban igazságosak legyenek a fogyasztói jogviszonyok, és hogy ténylegesen a vásárló polgárok javát szolgálják azok, valamint azért, hogy erősödjön a kereskedelmi és a magánfelek viszonyaiból összetevődő polgári társadalom, az önkéntes jogkövetést és a kölcsönös szerződési igazságosságot kell a fókuszba állítani. Ez igazi szemléletmódbeli váltást igényel. Lehet, hogy nem tűnik nagynak, átütőnek az ettől elvárható eredmény, mi azonban úgy gondoljuk, hogy ily módon a jogviszonyok milióiban nem a rászedés, hanem az önkéntes és igazságos adásvételek eredményezte megelégedés révén a kölcsönös polgári és emberi gazdagodás lehetőségét láthatják majd a fogyasztói szerződésekben e jogviszonyok termékeinek gyártói és eladói. Talán ennek eredményeképpen súlypontjával a fogyasztóvédelmi jog jobban visszaintegrálódhat eredőjének forrásvidékére, a kereskedelmi és a polgári kötelmi jog adásvételei közé, mégpedig e jogviszonyok klasszikus szemlélete szerinti felfogásban. Ennek folyományaként a fogyasztóvédelmi jogviszonyok fő magánjogi strukturális jellemzője már nem az lesz, hogy alaphelyzetben feltételezni kell a fogyasztó gyengébb társadalmi-gazdasági pozíciójával való visszaélést az erősebb alany részéről. A helyes szemlélet és az ezen alapuló önkéntes jogkövetés eredményezte kölcsönös megelégedés ugyanis meglepő eredményeket produkálhat.

Reméljük, hogy e könyvfejezet végén az olvasó is osztani fogja e véleményünket, vagy legalábbis ennek megfontolásához elgondolkodtató szempontokat sikerül adnunk a számára.

2. Jogfilozófiai eszmetörténeti megfontolások a jogi fogyasztóvédelem kialakulása előtt, azt megalapozó főbb jogi szemléletekről

2.1. Klasszikus kor: a római jog számolt az adásvételi viszonyokban a megvezetéssel, de a *minorokat* védte ezek eseteiben

2.1.1. *Eltérés a klasszikus római jogtól: a német pandektajog jheringi egoista olvasatának kötetmi jogi szemléletéről*

Mindenekelőtt szeretnénk leszögezni, hogy a római jogi hagyomány német jogélethez való idomításának Rudolf von Jhering (1818–1892) által eszközölt teoretikus útja nem a klasszikus római jogi hagyomány felfogását követte. Éppen fordítva áll a helyzet: történetileg nem kis részben e koncepció tette szükségessé a gyengébb társadalmi alanyi kategóriák védelmét. Ez nem közismert, hiszen Jhering „Küzdelem a jogért” című tanulmányát legtöbbször úgy tartják számon, mint a kisebbségi jogvédelem eszmetörténeti „alapokmányát”, amely mindenféle elnyomotti jogvédelem alapjául állhat, így az akár a jogi fogyasztóvédelem eszmei bázisát is alkothatja korunk számára. A voltaképpeni jheringi koncepció azonban nem ezen írásában lelhető fel. Erre kitérünk majd később. Nézzük meg, hogy mi jellemzi a fogyasztói jogviszonyokban a fogyasztó helyzetét.

A fogyasztóvédelmi jogviszonyokban a gazdaságilag erősebb fél, éppen e pozíciója kihasználása folytán, nem hajlamos a *polgári jogi viszonyokra* elvi szabályként, és ezért a valóságban is általában jellemző *magánféli egyenrangúságot*, mellérendeltséget elismerni, és azoknak megfelelően alakítani saját magatartását e jogi relációkban.²⁵⁰ Ebből fakad a *kölcsönös igazságosság* követelményének sérelme, mégpedig az alárendelt fél sérelmére. E jelenség maga eszmetörténeti szempontból nem új, hiszen a kontinentális német polgári jogi gondolkodás meghatározó irányzata – vélhetően – Rudolf von Jhering hatására az *egoista érdekeltség* koncepcionális talaján állt, amelyben a gyengébb alany az érdekeivel a gazdaságilag potens, aktív, s ezért a jogviszonyt önző érdekei révén meghatározó magánfél önértékének rendelődött alá.²⁵¹ A XIX. századi, és régiókban máig domináns német polgári jogi szemlélet tehát eredendően kedvez a hangsúlyosan önértékalapú szemléletnek, és ezzel a gyengébb érdekérvényesítő képességű fogyasztók gazdasági kihasználásának. A munkások jogi védelme, majd jóval később a fogyasztóvédelem erre reagált. Térjünk azonban vissza a gyökerekhez, hogy lássuk, a római jogban miként merült fel a kiszolgáltatott helyzetű személyek jogi védelme!

2.1.2. *A római jog számolt a felek ügyeskedő adásvételi gyakorlatával, ám azt nem tekintette az emberi természetből fakadó helyes magatartásnak*

Az önértékeltség-vezérelte gazdasági magatartás finomabb formája régi társadalmi jelenség, minthogy annak regisztrálása a római jogig nyúlik vissza. Már ott észlelték, hogy a

²⁵⁰ A fogyasztói jogviszonyok polgári jogn belüli sajátosságaihoz, és a fogyasztóvédelmi jog alapjaihoz és céljához ld. Fazekas, 2022, pp. 58-63. Vö. Hámosi, 2007a, 40-42.

²⁵¹ Vö. Frivaldszky & Karácsony, 2010.

felek „*természszerűleg*” az adásvételben kölcsönösen igyekeztek „*rászedni*” egymást.²⁵² Tudvalevő azonban, hogy ez akkor nem normatív megfogalmazott, előírászerű tétel, hanem *megállapításként* tett tényállítás volt. Másrészt a *tapasztalatlanságuk* miatt kiszolgáltatottabb helyzetű, *könnyelműségük*nél fogva félrevezethető 25 év alatti *minorok* rászedésével szemben az *aequitas naturalis*nak (a ’természetes méltányosság’) megfelelően e kis-/fiatalkorúakat védő *hatékony (többletvédelmi) jogi megoldásokat* alkalmaztak.²⁵³

A római császárkorban az ingatlan tulajdonosát, annak eladóját védő ’*laesio ultra dimidium*’ intézményét (magyar nyelven meghonosodott kifejezéssel: ’felén túli sérelem’, a glosszátoroktól származó megnevezéssel: ’*laesio enormis*’) csak azért említjük itt, mert az az ingatlanügyekben határt szabott a szabad áralkunak. Megakadályozta ugyanis az ingatlanforgalomban az *igazságos ártól*²⁵⁴ (’*iustum pretium*’) való nagymérvű eltéréseket, illetve az *eladó szorult gazdasági helyzetének kihasználását*.²⁵⁵

Megállapítható tehát, hogy a tapasztalatlan és ezért könnyen rászedhető, becsapható *minorok* számára *többletjogvédelem* biztosítása az adásvételekkor, ezekben egy bizonyos *objektíve meghatározható igazságos ár* képzete, továbbá a *szorult helyzet kihasználásának*

²⁵² A ’*circumvenio*’ ige úgy is érthető – ahogy a klasszikus természetjogi szemléletet alkalmazó Radványi Anna a doktori dolgozatában megfogalmazza –, hogy a jóhiszem keretei között történik az árról piaci alkudozás: „A másik esetben azonban, amikor kizárólag a vételár vonatkozásában ügyeskednek a felek, kölcsönös a rászedés, éppen az alku folyamatáról van szó, amely az adásvételi szerződés velejárója, és amely csak abban az esetben lehetséges, ha mindkét fél keresi a maga számára az előnyöket. A felek érdekei e tekintetben ellentétesek, a jó üzlet reményében mindkét oldalon mind nagyobb haszonra hajtanak, s amíg tárgyalási pozícióik azonosak, és az alkudozás során kizárólag az ár tekintetében a *bona fides* keretein belül versenyeznek, megtehetik ezt a piaci viszonyok sajátosságaiból adódóan.” – Radványi, 2023, p. 31.

²⁵³ Radványi, 2023, p. 31.

²⁵⁴ „A *laesio enormis* intézménye abból az alapvetésből indul ki, hogy a dolgok értéke objektíve meghatározható, és hogy az az igazságos, ha az áruforgalomban a dolgok hozzávetőlegesen ezen objektív érték fejében cserélnek gazdát. E jogintézmény nyomán minden olyan esetben, amikor az ár kialakításánál az objektív értékhez képest túlságosan nagy eltolódás mutatkozik, kívülről jövő beavatkozás útján orvosolni lehet az így keletkezett aránytalanságot, ez által elősegítve az igazságosabb kereskedést. Eleinte csak ingatlanok, majd ingók adásvétele tekintetében is elterjedt, hogy az adásvételi szerződést ezen az alapon meg lehet támadni. Az intézménynek a továbbélés során is jelentős hatása volt; alkalmazzák a modern polgári törvénykönyvek, hatályos jogrendszerünk pedig ’feltűnő értékaránytalanság’ néven ismeri. A *laesio enormis* római jogi fogalma használatakor azonban magyar nyelven a ’feléntúli sérelem’ fordítás használatos.” – Radványi, 2023, p. 6.

²⁵⁵ „(...) Diocletianus Aurelius Lupushoz címzett rescriptuma szerint, ha egy ingatlan eladásakor a felek által kikötött vételár nem éri el a piacon reálisnak tekinthető ár (verum rei pretium) felét sem, az eladó perelhet arra, hogy a vevő a kifizetett vételár visszaszolgáltatása mellett adja vissza az eladott dolgot, vagy választása szerint (facultas alternativa) egészítse ki a vételárat a piaci árra. A fenti intézmény a *laesio ultra dimidium*, vagy a középkori kommentátorok elnevezésével a *laesio enormis*. A rescriptum az eladónak az eladáskori szorult helyzetét veszi figyelembe. Ezzel szemben a dologért az ár kétszeresét fizető vevő nem hivatkozhat *laesio enormis*ra. Tévedés, csalás lehetséges az eladó és a vevő részéről is. Ha a rendelkezés – egyenlő helyzetet teremtve – a vevőt is védeni kívánta volna a dolgot kétszeres értékért eladóval szemben, a vevő is kérhette volna a szerződés felbontását. Azonban Diocletianus csak a sérelmet szenvedett eladó számára nyújt védelmet, valószínűleg abból a gyakorlati megfontolásból, hogy szorult anyagi helyzet – az, hogy valaki időben hozzájusson a megfelelő pénzüsszeghez, amire szüksége van – készíthet eladásra, azonban előnytelen vételre nem. Szorult helyzetben ingatlant szokás eladni, így ingókról (főleg a feketepiacon uzsoraáron értékesített élelmiszerekről lehetne szó) a jusziniánuszi forrásokban sincs szó. Ugyanígy rendelkezik egy nyolc évvel későbbi Diocletianustól származó rescriptum is. (...)” – Pókecz Kovács, 2014.

tilalma az ingatlaneladásoknál a római jogi örökséghez tartoznak. Az erkölcsi érzék, illetve a természetes méltányosság, továbbá a *jóerkölcs*,²⁵⁶ a *jóhiszem* és a méltányosság követelményei általában erre indították a jogászokat, a jogszolgáltatókat és egyes jogalkotókat.

A *keresztény gyökereket* tekintve pedig megállapíthatjuk, hogy római polgárként a római jogot ismerő Szent Pál *isteni jogalapon* tiltotta a keresztények egymásközi, de hasonlóképpen mások becsapását, megkárosítását is: „Senki se károsítsa meg és ne csalja meg üzleti ügyben testvérét, mert az Úr megtorol minden ilyesmit, ahogy előbb már megmondtuk és kifejtettük.”²⁵⁷

2.2. Aquinói Szent Tamás elméletében az adásvételi ügyletekben az egyenlőséget, a kölcsönös igazságosság szabta egyenértékűséget az igazságos ár fejezte ki – az ettől való jelentős eltérés erkölcsi bűn és jogtalanság

2.2.1. Aquinói Szent Tamás az adásvételi csalásokról és az uzsoráról írt érvelésének aktualitásáról a fogyasztóvédelmi kérdések megítélésekor

Nagyot ugorva az időben, de maradva a keresztény jogetikánál – az érett középkor gondolkodásmódját összegző, azt szintézisben kiteljesítő és ezáltal e kor etikáját meghatározó – Aquinói Szent Tamás *adásvétellel* kapcsolatos gondolataira kell kitérnünk, amelyre később alaposabban fogunk sort keríteni. Már most rá kell mutatnunk azonban arra, hogy az általa e kérdéskör után tárgyalt, a kölcsön-jellegű ügyleteknél megjelenő *uzsora* jelenségénél²⁵⁸ számos olyan élethelyzetet, jogviszonyt elemzett, amelyek az ő koncepciója szerint jócskán túlmutatnak azon, amit mi manapság 'uzsora' alatt értünk.²⁵⁹ Ezért az ott tárgyaltak jól használhatók irányítóként a fogyasztóvédelmi jogviszonyok, s különösen talán – bár ez további kutatásokat igényelne – a *pénzügyi fogyasztóvédelem* megítélése tekintetében is.²⁶⁰ Következésképpen mind a kiszolgáltatót helyzetű fogyasztó adásvételi, mind szolgáltatás igénybevételi jogviszonyaihoz kaphatunk így a dominikánus mester gondolataiból támpontokat, értékelési szempontokat. Ehhez azonban tudatosítani kell, hogy mit is értett ő a 'jog' fogalma alatt, s miként tekintett különösen a kötelmi jogviszonyokra, azok belső igazságosságára.

2.2.2. Aquinói Szent Tamás dologközpontú kötelmi jogi szemléletének rövid bemutatása

Az Angyali Doktor felfogásában a 'jog' mindenekelőtt nem a modern értelemben vett *alanyi jogosultság*, hanem „*id quod iustum est*”, ami tehát a *jogos rész*, maga az *igazságos*

²⁵⁶ Vö. Deli, 2013.

²⁵⁷ I Tesz, 4,6. A latin Vulgata fordításban a „*circumveniat*” kifejezés szerepel egyértelműen negatív értelmű, kárt okozó csalárd jelentéstartalommal: „ut ne quis supergrediatur neque circumveniat in negotio fratrem suum quoniam vindex est Dominus de his omnibus sicut et praediximus vobis et testificati sumus.” (<https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/BibliaVulgata-biblia-vulgata-editionis-1/epistola-beati-pauli-apostoli-ad-thessalonicenses-prima-1B507/1thes-4-1B58C/>).

²⁵⁸ Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, II-II q. 78.

²⁵⁹ Vö. Frivaldszky, 2015, ld. benne „Az uzsora és a kamat megítélése Arisztotelésznél, Aquinói Szent Tamás és némely neotomista természetjogász gondolataiban” című fejezetet, és különösen: 93-123.

²⁶⁰ Veres Zoltán egyes pénzügyi jogi fogyasztóvédelem körébe tartozó fontos publikációi említendők itt meg; ld. pl. Veres, 2011, pp. 161-181.

dolog.²⁶¹ Azon dolgok, amelyek a szóban forgó alanyokat az *objektív igazságosság* szerint jogosan megilletik. Azon javak tehát, amelyek a feleket a természeti rend szerint helyesen és pontosan megilletik (az adott jogviszonyban), amely rendnek a pozitív jog rendszere csak kibontása és kiegészítése. Az ezen objektív rendből fakadó „jussok” miatt, amelyeknek reális, létező, valós alapja van, beszélhetünk jogi *realizmusról*,²⁶² vagy a jog *dologiságáról*, azaz *dolog-központúságról* (olaszul: „*reicentrismo*”) vagy éppen – képiesen szólva – a jog megragadható valóságosságáról, „test-szerűségéről” (olaszul: *corporeità giuridica*)²⁶³ a tamási tan esetében.²⁶⁴ Szent Tamás felfogásában a jog valósága tehát mindig egy *dolog*, pontosabban a *dolgok természete* körül forog²⁶⁵ – a dolgok egymással (kommutatív igazságosság), illetőleg dolgok és személyek egymással (osztó igazságosság) való összemérése körül az igazságossági viszonyokban²⁶⁶ –, és nem pedig a jogalkotói *akarat* által alkotott norma körül. A jog mindig *önmagában igazságos dolgot*, *viszonyrendszert* jelent. E természetes igazságossági rend, és az ebből fakadó, önmagukban, objektíve vetten igazságos dolgok a jog forrásai, amely a mindenkori Másikat megillető konkrét jog alapja. Nem következésképpen az egyén *énje*, amely szerzési vagy birtoklási képességében az egyén *hatalmában*, *uralmában* (*potestas*, *dominium*) jelenik meg, de nem is a jogalkotó törvényekben kifejeződésre jutó társadalomalakító gondolata vagy *akarata*. Szent Tamás ugyanis a metafizikáját sem az *énre*, az *akaratra* vagy a *gondolatra* építette, hanem magára a *létezőre*.²⁶⁷ Ekképpen – hogy elhatároljuk a későbbi jogkoncepcióktól a dominikánus mester elméletét – semmiképpen sem minősül nála a jog igazi forrásának a természetjogtól eloldott jogalkotói szabad önkény produktumaként megjelenő pozitív *törvény*, pusztán a *hatalom* által való alkotottságában az emberalkotta tételezett jog, de a jogigényként bejelentett egyéni *szubjektív vágyak* sem tekinthetők annak. A jog az igazságosságnak, és nem pedig a jogalkotó önkénynek vagy az egyéni (szerzési, birtoklási) képességeknek vagy hatalomnak, esetleg az egyéni vágyaknak a tárgya. Jogos az, ami igazságos, ami a Másikat pontosan megillető rész, amit a jogosult egy alapul fekvő természetes rend, és az azt közelebbről meghatározó pozitív jog (pl. törvény, szerződés, egyezmény) alapján jog szerint élvezhet. Ez az ő járandósága, amit neki meg kell adni. A pozitív jog tehát csak a természetes igazságossági rend kifejezője és kiegészítése. A természeti törvénynek, vagyis az objektív igazságossági rendnek megfelelő pozitív jog azt írja elő a mindenkori Másik jussaként, ami az adott jogviszony(ok)ban az övé, pontosabban, amely őt a (természet)jog szerint valóban megilleti. Az *igazságosság erényének* gyakorlása által éppen ezt a jussot, a Másikat megilletőt juttatja aktusával az igazságos ember. A jog tehát elsősorban a *dolgok*

²⁶¹ Hervada, 1990, p. 30.

²⁶² Pizzorni, 1989, p. 75. Vö. De Bertolis, 2011, p. 40.

²⁶³ Ambrosetti, 1970, p. 127.

²⁶⁴ De Bertolis, 2000, p. 34.

²⁶⁵ Bertolis e tekintetben Paolo Grossi immáron teljes joggal klasszikusnak minősülő művét hivatkozva meg, rámutatván arra, hogy az egész középkorban a dolgok rendjére alázatosan figyelő szemlélet jellemezte a jogi gondolkodásmódot: Grossi, 1995.

²⁶⁶ Hervada, 1990, pp. 83-84.

²⁶⁷ Ottavio De Bertolis hivatkozik Granerisre: De Bertolis, 2000, p. 34; a hivatkozott szöveghely: Graneris, 1940, p. 142.

természetéhez kötött, és az egyes jogi relációkban személyek és dolgok, illetve dolgok egymásközi egyenlőség és arányosság szerinti összemérését jelenti, amely által a *kiegyensúlyozott rendben* jog szerint helyesen mindenki az őt megilletőt kapja. Az igazságosság érényének a tárgya az így vett jog (*ius est obiectum iustitiae*), vagyis maga az igazságos dolog,²⁶⁸ amelyet meg kell adni a Másiknak, minthogy az az övé, őt illeti. Mindenekelőtt létezik tehát a *dolgok objektív rendje*, amely az objektivált helyességet hordozza, így a *helyes jogi értelem* (*recta ratio*) ehhez idomul,²⁶⁹ amikor a feleket illető jogost kell megállapítani. Még egyszer ismételjük: az igazságosság aktusa az így vett jogos részt juttatja tettekkel a jogosultnak. Nem a szubjektív igazságosság, még kevésbé az igazságossággként hirdetett egyéni vélemények, hanem az objektíve vett igazságos rend, a dolgok meghatározott rendje a jog alapja.

2.2.3. Aquinói Szent Tamás az adásvétel kölcsönös igazságosságáról és az igazságos árról – alapvetések

Szent Tamás az adásvételeket vizsgálva leszögezi,²⁷⁰ hogy mivel az ember alkotta törvények az országban mindenkire vonatkoznak,²⁷¹ s nem csak az erényesekre, hanem nagyon sok alacsony erkölcsi szinten levő emberre is, ezért a törvény *nem tilthat minden erkölcsbe ütköző* magatartást, hanem csak arra szorítkozik, hogy azt tiltsa, amely az emberi nemet, és annak együttélését veszélyezteti.²⁷² A többi vétket jogosnak tekinti, de nem azért, mintha azokat jóváhagyná, hanem mert *nem bünteti* e magatartásokat.²⁷³ Ezért a törvény jogosnak tekinti – merthogy nem bünteti azt –, hogy az eladó az áránál magasabb áron adjon el, a vevő pedig áron alul vásároljon, feltéve, hogy az aránytalanság nem túl kirívó. Ez utóbbi esetben az *eredeti helyzet helyreállítását* írja elő. Abban az esetben például, amikor valakit az *igazságos ár több mint felénél* nagyobb értékben *csaptak be*. Ez a már tárgyalt 'felén túli sérelem' (a korban már: '*laesio enormis*') esete. Látható tehát, hogy az ilyen árat már objektíve túrhetetlenül sérelmesnek, igazságtalannak tartja, amelyet jóformán csak becsapás eredményének lehet tekinteni. Az *isteni törvény* azonban – írja e tekintetben ugyanitt Szent Tamás²⁷⁴ – semmilyen *etikátlan* cselekedetet nem hagy büntetlenül. Figyelemre méltó, hogy a dominikánus mester szerint az isteni törvény szerint etikátlan az adásvételi jogviszonyokban nem betartani a kölcsönös igazságosság elve szerinti értékegyenlőséget. Ez tehát *erkölcsi* kérdés, s ennek megsértése *bűn* tárgyat képezi. Aki nyert az ügyleten, annak

²⁶⁸ Ambrosetti, 1970, p. 127.

²⁶⁹ Vö. Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, II-II q. 58, a 10.

²⁷⁰ Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, II-II q. 77, a 1.

²⁷¹ Itt Szent Tamás visszautal az általa korábban írtakra: Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, I-II, q. 96, a 2.

²⁷² A szent tamási tanrendszerben az emberi törvénynek nem kell minden bűnt, hibát tiltania, hanem csak a legsúlyosabbakat, különösen azokat, amelyek a társadalom fennmaradását veszélyeztetik (amelyek a közjót közvetlenül érintik), és amelyeket az emberek többsége el képes kerülni. Ld. Frivaldszky, 2013, p. 116.

²⁷³ Az emberi törvénynek Szent Tamás gondolatiságában nem az a feladata, hogy az embereket közvetlenül és azonnal vezesse az erényre, hanem hogy fokozatosan (*„non subito, sed gradatim”*). Az ember alkotta törvénynek nem lehet feladata, hogy az igazságosság tökéletes rendjét hozza létre, hanem csak hogy egy *„secundum aliquam iustitiam”* (valamiféle igazságosság szerinti) rendet intézményesítsen. Ld. Frivaldszky, 2013, 116.

²⁷⁴ Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, II-II q. 77, a 1.

kártalanítást kell nyújtania annak, aki veszített rajta, feltéve, hogy jelentős kárról van szó. Azt is szem előtt kell azonban tartani, hogy az igazságos árat sokszor nem lehet pontosan meghatározni, ezért *bizonyos rugalmasság* lehet ennek kiszámítása tekintetében. Ennek következtében egy marginumon belüli áremelés vagy csökkentés még nem sérti az *igazságosság megkövetelte egyenlőséget* – szögezi le Szent Tamás.²⁷⁵

Bár itt most az eladó védelméről van szó, két általános érvényű elvet szükséges kiemelni. Az egyik, hogy a valós ár szabta értékarányosság erkölcsi kérdés is, vagyis annak jelentős megsértése – a felén túli sérelem esetén, ami csakis becsapás eredménye lehet – jogtalan és minden esetben erkölcstelen. A másik, hogy bár most az eladó védelmében hozza a kölcsönös egyenértékűség követelményét, ez a vevő oldalán ugyanúgy áll. Ha szorult helyzetben nem is feltétlenül, de kiszolgáltatottban ugyanis az is lehet, aki vásárol, mert szüksége van az adott dologra, vagyis nem teheti meg, hogy ne vegye meg az árut, a szükséges fogyasztási terméket. Következésképpen nem annyira a szorult helyzetben levő eladó, hanem általában a *kiszolgáltatott* helyzetben cselekvő alanyt védi a dominikánus szerzetes az adásvételi viszonyokban. A másik fél *szorult helyzetével való visszaélés*, a másik személy *megkárosítása* ugyanis az, ha áránál sokkal többért vagy kevesebbért cserél gazdát az áru. E jogviszonyban a kölcsönösség szabta egyenlőség elvének súlyos megsértése voltaképpen a szorult helyzetben levő személy megkárosítása, ami így tehát érezhetően erkölcsi bűn is, s nem csupán értékegyenlőséget sértő – objektív – jogtalanság.

2.3. A kiteljesedett német modern társadalomkép: Rudolf von Jhering módszertani egoizmusában a gyengébb alany érdeke a kötelemben a gazdaságilag potens érdekének rendelődik alá

Érdemes rámutatni arra az igen jelentős változásra, ami a római jogi szemlélet megítélése tekintetében időközben beállt, s amire rögtön e tanulmány elején már utaltunk. A XIX. század második felére, főként talán – az eredetileg római jogász – Jhering munkássága nyomán, azon újdonság észlelhető a római (jogi) napi áruforgalmi gyakorlatra adott reflexióhoz képest (amit a római jogi források helyes értelmezésben tartalmaztak), hogy a római kori *leíró* jellegű *ténymegállapítás*, miszerint a hétköznapi áruforgalomban megállapítható módon a felek igyekeznek kölcsönösen rászedni egymást az adásvételekkor, Jhering nyomán immáron az *elméletalkotás* szintjén került megalapozásra. Ezzel a jheringi teória – feltételezett – *elméleti igaz-volta* és ezért – így vett – *helyessége legitimálta* immáron nem pusztán az adásvételi és kereskedelmi viszonyok érdekelvűségét, hanem valamiféle általános antropológiai kiindulópontként felvett modern individualista *módszertani egoizmust* is, ami így az adásvételi kötelmi jogi viszonyokban is megjelenhetett mint helyes, helyeselhető jogi magatartás. Ezáltal – nagyon elnagyolt állításként megkockáztatjuk – az *érdekelvű* antropológiai-társadalmi egoizmus a *kapitalista* gazdaság polgárjogában *normatívvá*, azaz jogilag és erkölcsileg helyessé, legitimálttá lesz. Természetesen döresség lenne azt állítani, hogy ez a jheringi felfogás mindvégig és minden tekintetben jellemezte volna a nagy német jogtudós munkáit, s azt pedig végképpen megalapozatlanul tételeznénk, ha a radikális jheringi érdekelvűség direkt hatását a német polgári jogi kodifikációban, a kötelmi jogban

²⁷⁵ Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, II-II q. 77, a 1.

tetten érni vélnénk. Mindazonáltal azt okkal feltételezhetjük, hogy e koncepciója a tudományos világban széleskörően ismertté válva befolyásolta a jogászai közgondolkodást. A német kapitalista gazdasági gyakorlat pedig igazolni látszott az egoista érdekelvűség igazát. Nézzük meg, hogy miben érhető tetten főként e változás a – jogfilozófiai eszmétörténeti értelemben vett – klasszikus kor felfogásával összevetve?

A remekjogász Ulpianus által összefoglalt három hagyományos jogelvet (*honeste vivere, alterum non laedere, suum cuique tribuere*, ‘becsületesen élni, mást nem bántani, megadni mindenkinek azt, ami neki jár’) fölvaltotta a középkorban a *természetjog* foglalataként a bibliai *arany szabály* („Amit akartok, hogy veletek tegyenek az emberek, ti is tegyétek velük.”²⁷⁶), amely révén már nem kerülhetett ellentmondásba a jogos és az erkölcsös, hiszen a jó tevését, mint kötelezettséget írta elő. Mivel a modern korban az *önszereket* válik a legfőbb természeti törvénnyé, és a *másikétől való tartózkodás* (*alieni abstinentia*) a legfőbb jogelvvé, a felek már nem látják helyesen, hogy kit mi illet meg. A görögök legfőbb elvként még azt vallották, hogy „ne kövess el igazságtalanságot”, és szemléletes volt a nézetükre az, hogy Arisztotelész a *Rétorikában*²⁷⁷ úgy tartotta, hogy – kisebb rossz-ként inkább – türelmesen viseljük el a velünk szemben elkövetett jogtalanságot. Ezzel szemben Rudolf von Jhering a *Küzdelem a jogért*²⁷⁸ című – műfajában már-már a pamflet határát suroló – igen nagyhatású írásában forradalmi módon megváltoztatva az optikát, már azt irányozta elő, hogy a legfőbb elv az, hogy „ne tórd el a jogtalanságot”, és csak ezután következik az, hogy „ne kövesd el azt”. Mivel a jheringi tan monografikus megalapozottságában, szigorúan felépített voltában a módszertani egoizmus talaján állt, így a másik, azaz a társadalmilag gyengébb fél érdeke tulajdonképpen teljes mértékben a gazdaságilag meghatározó alany, azaz a jogviszonyt gazdasági hatalmi pozíciójánál meghatározó szerződő fél érdekének rendelődt alá. Ezáltal elméletileg, illetve ideológiailag megalapozottan a kapitalista viszonyok között gazdag ember egoista módon meghatározott és érvényesített érdeke elnyomja a másik, a kiszolgáltatott alany jogos érdekét, s végletesen deformálja az előbbi javára – többek között – az adásvételi viszonyok belső egyensúlyát. Jhering tehát azon elnyomó viszonyok alóli jogi lázadást alapozta meg a jogvédelem jegyében, amelyet éppen ő alapozott meg elméletével!

Ez az ember- és társadalomkonceptió érthető módon nagyon messze állt a klasszikus kor, azaz a görög, a római és a középkor filozófiai antropológiájától, jóval altruistább és szociálisabb morálfilozófiájától, valamint az ezeken alapuló, *társas-elismerő személyközi-ségi* viszonyon nyugvó jogfelfogástól, a kölcsönös igazságosság egyenértékűségében foglalt *szinallagmatikusságtól*. Mi most mégis ez utóbbi szemléletmódhoz térünk majd tanulmányunkban vissza, s különösen Aquinói Szent Tamás adásvételt érintő felfogásához, hogy ezzel kontrasztoljuk azt a – szimbolikus kifejeződésében jheringi – eszmerendszert, amelyben jogi fogyasztóvédelem koherens módon nemigen képzelhető el, de amely nagymértékben szükségessé teszi azt.

²⁷⁶ Mt 7,12. Vö. Tób 4,15; Lk 6,31.

²⁷⁷ Arisztotelész, *Rétorika*. 1374b.

²⁷⁸ „Nicht das Unrecht soll man anklagen, wenn es das Recht von seinem Sitz verdrängt, sondern das Recht, welches sich dies gefallen läßt, und wenn ich die beiden Sätze »Tue kein Unrecht« und »Dulde kein Unrecht« nach ihrer praktischen Bedeutung für den Verkehr zu würdigen hätte, so würde ich sagen, die erste Regel ist: Dulde kein Unrecht, die zweite: Tue keines.” – Jhering, 1872, p. 109.

Térjünk rá a XIX-XX. század fordulójára és az azt követő időszak legfontosabb olyan jelenségeinek bemutatására, amely a fogyasztók helyzete miatt megalapozta a tágabb értelemben vett fogyasztók védelmének szükségességét. Látszólag mind a „papírosbúza” tőzsdei spekulációinak világa, mind a fordista termelés a fogyasztóknak kedvezett, ám ha alaposabban szemügyre vesszük, mindkét jelenség torzította a haszonszerzés érdekében a piaci-termelési rendszert, s ezért nem humanizált. Amennyiben tehát nem érvényesülnek az Aquinói Szent Tamás által hangsúlyozott elvek, annyiban sérül a gazdaság embert szolgáló jellege, még ha látszólag az a fogyasztóknak kedvez is.

3. A fogyasztók tömegeit érintő, a jogi fogyasztóvédelem irányait befolyásoló főbb piaci-gazdasági-termelési előzmények és körülmények

3.1. A tőzsdei határidős spekulációs ügyletek kiforgatják értelméből a teljes nemzetgazdaságot – a „papírosbúza” ügye

Az individualista önértékelvű modern emberképből és jogkonceptióból fakadó problémák érzékeltetéséhez nézzük meg, hova fejlődtek Európában a gazdasági viszonyok. Fogyasztóvédelmi szempontból érdekes módon azt kell akkori legfőbb gondként megfogalmazhatónak érintenünk, hogy miként kerültek veszélybe a gabonatermelő *gazdák nemzetgazdaságilag* fontos érdekei, míg a végfogyasztó polgárok elvileg örülhettek a *tőzsdei határidős manipulációk* eredményezte „olcsó kenyérnek”. Pillantsunk tehát bele az akkoriban berobbanó tőzsdei machinációk világába, amelyek a hagyományos szerződési igazságosságot és vele az igazságos ár valóságát a piaci árak eltérítésével úgy aknázták alá, hogy a legéletbevágóbb fogyasztási cikk, a kenyér árát a gabonatermelőkre végzetes módon manipulálták. A legalapvetőbb áruk tőzsdepiacán, így a *valódi emberi igényeket* kielégítő mezőgazdasági termények tekintetében különösen a tőzsdespekulánsok tevékenysége borzolta a gazdák kedélyeit már a századforduló előtt is. Az első világháború ínsége után pedig kiváltképpen *erkölcstelennek* hatott a *mesterséges ármanipuláció* a gabona ára terén. Ez azért fontos most számunkra, mert érezhetővé vált e termény tekintetében, hogy a dolgok természetéhez kötött kölcsönös igazságosság biztosította igazságos ár morális kérdésként is megjelenik, ahogy azt Szent Tamás is vallotta.

A tőzsdéken – még a századforduló előtt megjelent („fedezetlen”) *határidős ügyleteken* keresztül is – megvalósuló *mesterséges árleverés*, vagy ellenkezőleg az *árfelhajtás* gazdasági anomáliákat okozott. A gabonatermelőket a *tőzsdespekulánsok nyereszkeskedési célú* mesterséges árlehajtása károsította meg.²⁷⁹ Ezért – ahogy azt akkoriban hívták – a „papírosbúza” jelenségének üzelme ellen többirányú ellenmozgalom alakult.²⁸⁰ E kárt okozó

²⁷⁹ „Így tehát a gabnabörzék (*sic!*) mai szervezetük mellett, akarva nem akarva, mindinkább elvesztik a szilárd alapot. Játékházakká süllyednek és a játék mit ott üznek, az árak hanyatlását idézi elő.” – Bernát, 1896, p. 12.

²⁸⁰ Meg kell jegyeznünk, hogy a határidős tőzsdei vételi-eladási mód eredeti funkciójában, különösen a mezőgazdasági termények tekintetében, egyébként nagyon hasznos és szükséges volt. Ennek a célja az lett volna, hogy folyamatosan biztosított legyen az időjárási ciklikusságnak és viszontagságoknak kitett gabonatermelés és annak eladása mind a gazdák, mind a malmok, s végül a végfogyasztók számára, akiknek asztalára kerül végül a kenyér. A tőzsde működésmódja és logikája miatt azonban hamar elfajult ezen ügylet, s gátlatlan tőzsdespekulánsok házárdjátékainak szerévé tette többek között a búza árának alakulását. Ezzel szemben már

pénzsóvár tőzsdei hazárdjáték mindig is bántotta a gondolkodó átlagember józan *értékérzetét*, különösen, ha az élethez szükséges legfontosabb terménnyel, a búza árával üzérkedtek, miközben sértette a spekulatív mesterséges ár a gazdasági, de a jogi *igazságosságérzékét* is. A piac közgazdasági logikája ugyanis nem hatálytalanítja, hanem éppen ki kell, hogy fejezze az igazságos árat, ami a természet erkölcsi rendjéhez, s így a természetjog terrénumához tartozik. Azt nem lehet hosszú távon büntetlenül megsérteni – érezhették akkoriban át. A búza ára tekintetében különösen plasztikusan volt tetten érhető a „társadalmi természet” ezen erkölcsi rendjének működése, annak törvényei. Ahogy akkoriban egy külön kötetben is kiadott tanulmány szerzője konklúzióként megfogalmazta a papírosbúza ára tekintetében: „A közgazdasági élet törvényeit, ép úgy, mint az erkölcsi rendét, lehet bizonyos időn át háttérbe szorítani, de sokáig *büntetlenül* nem.”²⁸¹

A *fogyasztó* pedig hiába örülhetett a búza árának határidős ügyletek révén való leverése eredményeképpen az *olcsóbb kenyérnek*, ha a búza termesztője közben e tőzsdemachinációk miatt tönkrement, vagy jelentősen károsodott.²⁸² Ezért a fogyasztó lakosság érdeke is az volt, hogy a búzát értékén vegyék meg a gazdától a kereskedők (akár határidős ügylet révén is), s ne a „papírosbúzá” gazdagodjanak meg a határidős ügyletek üzelmait végző tőzsdéspekulánsok, míg azok, akik megdolgoztak a terményért és a lakosságot látják el – a búzá és a liszten keresztül – kenyérrel, a mesterségesen letört igazságtalan árak miatt tönkremenjenek. A végfogyasztó tehát a gazdák természetes szövetsége a búza kereskedelmi ára, s ezáltal a tisztességes közgazdasági-piaci viszonyok tekintetében. Látható, hogy a (tőzsde)pekulánsokon kívül minden főbb érintett szereplő érdekelt volt az igazságos ár szabta kölcsönös igazságosság érvényesülésében. Ez igazolja azt, hogy az adásvételi jogviszonyokban a csere értékeinek egyenlősége nem csupán a két szerződő fél morális elismerését, hanem az egész nemzetgazdaság egészséges működését természetjogi törvényként is biztosítja.

Az *árleverés* és az *árfelhajtás* azért volt igazságtalan tehát, mert a *dolog természetéhez*, azaz a terményhez, az áruhoz képest *irreális árakat* határozott meg, amit azért tudtak meg-

a századforduló előtt felléptek: „A papirosbuzával üzött játék tekintetében még határozottabb eredményekre utalhatunk. Az utolsó két év alatt közvéleményünk arra a meggyőződésre jutott, hogy az üzérkedésnek tényleg nagy része van az árak lenyomásában. E két hosszú év alatt a merkantilista tábor nem volt képes arra sem, hogy ezzel a terjedő meggyőződéssel szemben csak egy számbavehető elleníratot is produkált volna. Az Országos Magyar Gazdasági Egyesület a tőzsde reformja tárgyában kidolgozott emlékiratában e játék ellen foglalt állást, a magyar gazdaszövetség szintén. Sőt érdekes jele az időknek, hogy a budapesti börze kebelében megindult reformmozgalom e tekintetben szintén némi eredménnyel biztat. A szomszédos Ausztriában nem kevésbé el vannak keseredve a papirosbuza hatása miatt és a választási programokban mind sürűbben követelik ennek megszüntetését. Amint a helyzet ma áll, azt hisszük, politikai pártjaink között alig lesz egy is, mely ezen kérdés elől kitérhetne és azt agyonhallgathatná.” – Bernát, 1896, p. 14. Igaza volt Bernát Istvánnak. Ld. példának okául: „[...] követeljük a börzeüzletek megrendszabályozását, nevezetesen a gabonaművek árának üzleti érdek szerint való mesterséges leszállítására vagy fölverésére szolgáló fedezetlen határidőüzletek eltiltását (papirosbúza) [...]” „Az Országos Keresztény-Szocialista Párt Programja és Szervezeti Szabályai (1907)”, In Gergely, 1977, p. 308, vö. pp. 327, 333.

²⁸¹ Bernát, 1896, p. 15.

²⁸² „A szolid kereskedelemnek épen oly kevés *érdeke* van táplálni és föntartani az élősdiakat mint a termelőket és mit használnak az alacsony árak a fogyasztóknak, ha tönkre teszik a termelőket, a kik az ő termékeiknek fogyasztói.” – Bernát, 1896, p. 15.

tenni a bennfentes tőzsdei spekulánsok, mert a tőzsdén a vevők (végfogyasztók) és az eladók (pl. termelők, gazdák) valós igényei nem tudtak *közvetlenül* úgy találkozni, hogy mindkét fél érdeke az árat illetően megfelelő módon vételessék figyelembe.

Egy másik problémakör az volt, hogy amennyiben a nagymérvű, *kiterjedt áruszűke* mellett – az első világháborút követően –, ahhoz képest *magas kereslet* mutatkozott (mint például a kenyér esetében), úgy a *kapzsiság* alig ismert határt: addig emelhették az árat, amíg a fogyasztó azt még meg tudta venni.²⁸³ A megjegyzésünk ugyanaz, amit a határidős ügyletek spekulatív célú tőzsdei hazárdjátéka kapcsán mondtunk. Az adásvétel alaphelyzetében a két szerződő fél a személyközi viszonyok természete okán nem térhet el – huzamosan, következmények nélkül – az igazságos ártól, s vele a kölcsönös igazságosság egyenértékűségi követelményétől. Egy valós árupiacon ugyanis, s nem a tőzsdén, az eladó és a vevő nem csupán egy árról, hanem az adott körülmények között *reális* és ekképp *igazságos* árról kívánnak dönteni, megegyezni. Sőt, éppen ezért nem is annyira a piac intézménye hozza létre a helyes árat, mint piaci árat, hanem talán inkább fordítva áll a helyzet: a *felek viszonyaiban jön létre a piaci alku* közepette az igazságos ár, ami az *adott dologért* az akkori viszonyok között tisztességesen és érvekkel indokoltan adható és ezért adandó (vö. „*suum cuique tribuere*”).²⁸⁴ Nem pusztán a többiek árához viszonyítva, hanem az *adott termék egyedi jellemzőit* is nagymértékben értékelve. A konkrét áru így értett „valós” értéke is

²⁸³ Az első világháború utáni csonka Magyarországon elsőrendű kérdésként mutatkozott, hogy a fogyasztó néposztályok megfelelő áron jussanak kenyérhez, aminek érdekében a búza és a liszt szabadforgalmát is államilag korlátozni volt szükséges. Térfi Béla államtitkár egy közgazdasági konferencián európai országok példáit vette sorra, hogy bemutassa, a termelői és a kereskedői kapzsi árfelhajtás ellen a szabadkereskedelmet államilag korlátozták a gabonára vonatkozóan, továbbá e termények hazai védelmére kényszerítő hatósági intézkedések fogantatását tették lehetővé: „Alig hihető, hogy ezekben az országokban ne ismerték volna fel azokat a fent elősorolt előnyöket, melyek a szabad forgalommal járnak, vagy hogy azokat lekicsinyelték volna. A döntő ok bizonyára annak belátása volt, hogy ezek a felsorolt előnyök csak normális viszonyok között érvényesülhetnek; a mai helyzetben azonban még ha a kereslet és kínálat valamely országban a termelési viszonyok kedvező alakulása folytán egyensúlyban van is, akkor is felbontja az erre alapított számítást az emberi önzés, kapzsiság s a telhetetlen pénzvágy, mely úgy a termelők mint a kereskedők, iparosok nagy részénél megnyilvánul s mely már nem is kalkulál 15-20 vagy 50 %-os haszonra, hanem minden kalkuláció nélkül oly magas árban igyekszik terményét a fogyasztóval megvásároltatni, amennyit az egyáltalán megfizetni képes.” Majd így folytatta beszédét immáron a hazai viszonyokra is utalva: „Az árak felhajtásánál egyetlen szabályozó a mai viszonyok között a fogyasztó közönség vásárlóképessége; az árak csak ott állanak meg, ahol már a fogyasztóközönségnek széles rétegei a versenyből kidőltek, a kereslet emiatt már a minimumra szállott alá s így további árfelemelés éppen a kereslet további csökkenése folytán már az eladóra nézve is káros lenne. Bár ennek az egészségtelen árki alakulásnak a lehetőség szerint minden téren gátat kellene vetni, de a kenyérnél még a lehetőségét is ki kell zárni annak, hogy ez bekövetkezzék. Bizonyos minimális mennyiségű kenyérre minden embernek szüksége van, ezt tehát elő kell teremteni s el kell juttatni a fogyasztóhoz oly áron, melyet az megfizetni képes. A gabona tehát csak abban az esetben engedhető át minden korlátozás nélkül a szabad forgalomnak, érteve alatta még mindig csak a belföldi szabad forgalmat, mikor a kínálat oly jelentékenyen felülmúlja a keresletet, hogy ezt a többletet a spekuláció sem tudja ellensúlyozni.” – Magyarország gabonaellátása. A Magyar Közgazdasági Társaság ankétje. 1920. január 27. *Közgazdasági Szemle*, (1921/1-4.), pp. 6-7. (https://real-j.mtak.hu/5808/1/KozgazdasagiSzemle_1921.pdf).

²⁸⁴ Bernát István az „egészséges” piac kifejezést használta, valamint különböztetett a jogos és a jogtalan határidős tőzsdei ügyletek között: „Mind a mellett a merkantilisták tagadják, hogy választó vonalat lehetne vonni a jogos és jogtalan üzlet között, minden áron ellene vannak oly intézkedéseknek, a melyek a buzapiacok egészségét helyreállítanák.” – Bernát, 1896, p. 13.

számításba jön, így nem csak a tőzsdén szerepeltetett termékek *árufajtájára* vonatkozó *általános* piaci kereslet és kínálat. Azonban minél *standardizáltabb* egy helyettesíthető termék, annál inkább csak az ár a kérdés, ami valóban a *közvetített és formális mechanizmusként* értett piac függvénye, s ennek a tőzsde a terepe. Ám ekkor is létezik a *‘dolog természetéhez’* kötött *reális érték*, ami a piaci árban tükröződik a *gazdasági realitás hasznossági* bázisán. A gazdasági hasznosság végső mércéje pedig a *dolgok gazdasági realitásán* kell, hogy nyugaljon – és ha nincsen spekulatív célú mesterséges és összehangolt árfelhajtás, illetve árleszállítás, akkor általában igazodik is. Amíg tehát létezik a személyes kapcsolat eladó és vevő, mint fogyasztó között, addig az ár kérdése erkölcsi megítélés is egyben, amely jól érzékelhető abban az esetben, ha az indokolatlanul rendkívüli mód túlzott mértéket ölt. (Ha valaki például csak azért adja irreálisan magas áron terményét, mert a többiekét az időjárás tönkretette, míg az övét nem, az valószínűleg a fogyasztók erkölcsi rosszallását fogja kiváltani. Ekképpen az természetesen nem lehet igazságos ár, akkor sem, ha azon az áron a vevő végül is kénytelen lesz azt a terméket megvenni, s így piaci értelemben „reálisnak” tűnhet az ár, minthogy végül is a termékére ilyen áron „talált vevőt” az eladó. Az más kérdés, hogy az árúbség esetében az ilyen vevő messze el fogja kerülni a szóban forgó eladót, mert igazságtalannak tartotta a viselkedését, amikor áruszúke volt.) Vagyis az ár, mint igazságos ár, és a profit, mint *méltányos profit* a személyközi viszonyokban erkölcsi kérdésként is jelentkezik. A dolgok valós *használhatósági értéke, normális viszonyok közötti beszerezhetősége*, valamint a *‘dolog természete’* az, amelyek általában irányadóak szoktak lenni az igazságos ár meghatározásakor. A *közvetítettségükben* minél inkább *személytelenebbek*, és „*arcatlanabbak*” a gazdasági relációk, annál kevésbé érződik, illetve annál *kevésbé értelmezhető* egy ár „*arcatlansága*”. Márpedig a tőzsdei árak „*arcatlanságáról*” éppen a *végső érintettek távollevősége*, s így az üzletek személytelensége miatt, nemigen van értelme beszélni. Ezért a tőzsdei ár tekintetében az elemzők, s általában a közgazdászok nem szokták felvetni annak igazságosságának, realitásának vagy erkölcsi helyességének a kérdését. Nincsenek jelen azon végső fogyasztók, illetve érintett felek, akik személyközi dimenziójában valami már „*arcatlan*” árnak minősüljön. Azonban a piac a késő középkorban a várospolgári erényeknek, sőt a humanitás ethoszának az egyik nagyon fontos színtere volt.²⁸⁵ Hogyan tud érvényesülni mindez a legfontosabb piacon, a tőzsdén, ha nincsenek jelen és nem is érzékelhetők a mögöttes alanyok? Mi garantálja azt, hogy a tőzsdei személytelen piaci kereskedelem ne legyen antihumánus a termelők (eladók) és a végfogyasztók tekintetében? Ez nagyon aggasztó kérdés, már akkor is, ha még nem is vettük számba a komolyabb gazdasági és erkölcsi problémákat felmutató bonyolultabb tőzsdei ügyleteket.

²⁸⁵ Erdemes egy pillantást vetni a kor viszonyaira, a piaci igazságosság jogi foganatosításának módjára: „A feudális középkorban az egyházi felügyelet alatt álló piacokon a királyi ediktumok mint közösség elleni rossztevést tiltották az igazságos és tisztességes ártól és a jó minőségtől való eltérést, a mértékkel való csalást. Ugyancsak tilos volt már a középkorban is az uzsorakölcsön. A középkor későbbi szakaszában a helyi vásárok megszerveződésével létrejöttek a piaci bíróságok, melyek gyors és igazságos ítéletet hoztak a vásári ügyletek konfliktusaiban. Az igazságszolgáltatás kezdetben a szokásjogon, később a céh vagy ipartestületi szabályokon nyugodott, amelyek jellemzője, hogy a piaci szabálysértéseket közjogi szankciókkal sújtották, úgymint a kereskedői jogok megvonása, közszemlére tétel vagy egyéb olyan nyilvános megaláztatás, ami a kereskedő jó hírnevének elvesztésével járt.” – Fazekas, 2022, p. 15.

3.2. A fordista sorozatgyártás a legjövödelmezőbb tömegcikkeket gyártja a jóléti kapitalizmus jegyében nem tekintve a termelő és fogyasztó ember humánumát

Hagyjuk most el a reálgazdaságot veszélyeztető határidős tőzsdei spekulációk eredményezte – a fogyasztók, de a termelő gazdák számára is vitális jelentőségű búza mesterséges ármozgásában kicsúcsosodó – problémákat, s fordítsuk figyelmünket arra az újabb jelenségre, ami a – termelési módon keresztül – a fogyasztással kapcsolatos problémakört ezután a leginkább meghatározta. Ez *emblematikusan az autógyártás formaváltozásaiban* sűrítendő össze egészen napjainkig. Bár – látszólag – a gépkocsigyártás főbb szerkezeti elemeire fogunk fókuszálni, az egyik égető kérdés éppen annak érzékeltetése lesz, hogy a betanított futószalagmunkások szinte semmilyen módon nem élhették át a végtermék *egészének* társadalmi hasznosságában megnyilvánuló *értékességéhez* és *értelmességéhez* való *személyes* hozzájárulásukat, amiért is az nem adhatott többletmotivációt az egyébként monoton mechanikus munkájuk végzéséhez. A taylorista-fordista termelési mód dehumanizálta a munkát és a gazdaság és fogyasztás ezen igen jelentőssé vált szegmensét. Ők ugyanolyan „csereszabatos” részei voltak egy gépiesen működő gyári mechanizmusnak, mint azon alkatrész, amelyen a repetitív munkamozdulataikat végezték. Ennek bemutatásához, érzékeltetéséhez át kell tekintenünk e tartós használati termék gyári előállításának főbb jellemzőit. Látni fogjuk mindeközben, hogy miként változott a tartós használati termékek „fogyasztásának” jellege, maga a fogyasztó személye és a fogyasztói társadalom tartalma, fogalma is. Ezek számbavétele nélkül magát a fogyasztóvédelem kialakulásának történetileg adott formáját sem tudjuk a maga igazi valójában megérteni, s annak mikénti alakulását sem tudnánk helyesen látni, értékelni.

E fejezetben arra keressük a választ, hogy a Ford T modell miért és milyen következményekkel lehetett, lett – egy ideig – a gyártás szempontjából a *mindenki* számára készült „legtökéletesebb” *egyentípus* („minden fogyasztónak ugyanaz”) „prototípusa”. Ezután azt vizsgáljuk, hogy az ezzel való *piactelítődés* után miként alakult ki immáron a *fogyasztók kategóriáinak különböző igényei* és *anyagi lehetőségei* szerint az *egyugyanazon cégkomplexum* (General Motors) által gyártandó *több autótípus palettájának* üzleti modellje. Ez utóbbi már az *’évenkénti modellváltás’* és – eufemisztikusan – a *’tervezett elavulás’* jelenségével együtt értelmezhető. A „sok vasból készült” tömeggyártott nemzeti népautó fordista („*Volks-wagen*”) alaphelyzetéből a biztonsági előírásoknak éppen csak még megfelelő, a drága acélt már alig tartalmazó, párévente lecserélendő, *magas technológiai* szinten még épphogy csak kifejlesztett, de már piacra is dobott *divatmárka-autók széles típus- és felszereltségpalettája* felé tolódtak el az egyre nagyobb és szofisztikáltabb igényű fogyasztási szokások. Ezek trendjeit a *kutatás-fejlesztés* és a marketing szempontok egyaránt alakították, ám a *’lean’* gyártási mód, avagy a Toyota Production System (Toyota Gyártási Rendszer) bevezetése legalább ilyen jelentős volt.

A fenti folyamat jóval árnyaltabban lenne tárgyalandó, hiszen az USA-ban kialakuló, autógyártásban megjelent fordista termelési mód később jelent meg Európában, s az egyes átalakulási folyamatok sem egységesen és nem is drasztikus módon történtek.²⁸⁶ Ettől azon-

²⁸⁶ Ld. az autóiipari termelési módoknak a három nagy centrumban, az USA-ban, Európában és Japánban diakronikus és szinkronikus szempontból való összehasonlító táblázatát: Túry, 2017, p. 48.

ban most eltekinteni leszünk kénytelenek, hiszen csak a fogyasztói társadalom kialakulásának és formaváltozásainak, valamint az azt indukáló termelési rendszer főbb vonalait kell felvázolnunk. Ennek kiindulópontja gyakorlatilag, illetve szimbolikusan a fordista autógyártás kialakulásához köthető.

A – nemsokára alaposabban tárgyalandó – fordista tömegtermelés sorozatgyártási módjának egyik lényegi ismérve az e termelési mód és annak gyártott tárgya eredményezte *munkási elidegenedés*, illetve ebből absztrahálhatóan az *elembertelenedés* volt. Az ismétlődő *monoton részmunkafázist* végző munkás dehumanizálódik a futószalagok mellett, de a *hierarchikusan bürokratizált, számszakilag mereven szabványosítva racionalizált* termelési struktúra folyományaképpen is, hiszen minden csakis a *termelőkenység fokozásáért* volt kialakítva, és a munkás emberi oldala nem jelent meg, hanem csakis *termelő tényezőként*. *Elszemélytelenedik* munkájában és *értelmét* veszti tevékenysége azért is, mert nem látta, érezhette át, hogy milyen *végtermékért* és főleg, hogy *kiért* dolgozik. A végtermék pedig amúgy is tucatáru. A fordista árutermelés és annak piacra ömlése *anyagi jóllétet* ugyan szolgáltatathatott, az *emberi relációkra* jellemző gazdagodást nem eredményezett és személyes *életértelemmel* sem igen szolgálhatott.

Az 1910-es évek elején a taylorista-fordista *üzemszervezéssel*²⁸⁷ (a gyártás munkafázisokra osztásával, termelési hatékonyságra törekedve) a vasúttól közvetlenül az összeszerelő üzem futószalagjain szállított alkatrészekből előállított tömegáruk gyártása hozta létre az amerikai *középosztály számára elérhető standardizált tömegtermékek tömegfogyasztását*. Érdemes ezért kissé részletesebben bemutatni e termelési szerkezet főbb jellemzőit.

A *fordizmus* szimbolikus értelmű fogalomként – vélhetően – 1914-ben jelent meg. Henry Ford (1863–1947) a Ford Motor Company-nál tervezett világhírűvé vált Ford T modellt nem sokkal korábban, 1908-ban²⁸⁸ kezdte el gyártatni. Ezzel általa is szándékoltan a „jólleti kapitalizmus” létrejöttéhez járult hozzá. Automatizált futószalagon az akkoriban nagyon magas napi 5 dollár munkabérért dolgoztak gyárában a munkások, 1926-tól pedig már csak napi 8 órás munkaidőben. Mindez az Albert Kahn (1869–1942) ipari tervezőmérnök által 1909-ben megalkotott, majd az 1910-ben az USA-beli Michigan államban megnyílt Highland Park Ford Plant létesítményben történt, amely azt korunkra nemzetközi gazdaság- és ipartörténeti értékke emelte.²⁸⁹

A XIX. század második feléhez képest – amelyet már érintettünk – újabb fordulat akkor történt, amikor a vevő pozíciójában a *fordista tömegtermelés* áruinak *fogyasztója* jelent meg. Neki nyilvánvalóan nem lehetett ráhatása arra, hogy milyen jellemzőjű terméket vesz meg a *standardizált gyártmányokat futószalagokon gyártó nagyvállalatoktól*. Örült, ha a *középosztály tagjaként* egyáltalán hozzájuthatott a jóléti kapitalizmus e jótéteményeihez, ezen új *fogyasztási javakhoz*. Érdekében állt e termékek *léte* és ezzel összefüggésben az, hogy akkora fizetése, *munkabére* legyen, hogy azokat meg tudja venni. (A magasabb munkabér eleinte a „munkaerő” elvándorlását volt hivatott megakadályozni olyan gyárakba, amelyekben még a hagyományos üzemszervezés mellett folyt a termelés.²⁹⁰)

²⁸⁷ Frederick Winslow Taylor 1911-ben tervezte meg a róla elnevezett üzemszervezési módszert.

²⁸⁸ Makó, 1985, p. 34.

²⁸⁹ Vö. <https://www.highlandparkmi.gov/media/cfabxtk5/hdsc-report-1.pdf>.

²⁹⁰ Makó, 1985, p. 38.

A fordista árutermelésben a *termelés hatékonysági üzleti elvek* voltak a meghatározóak (a *nagyobb profit kevesebb költség* mellett, és a nagyarányú fogyasztói *túlkereslet kielégítése*), így a *végtermék* jellemzőinek kialakítását e koncepción *belül* határozták meg, tehát az e tekintetben öncélú volt, vagyis nem volt *vevő-központú*. A később tárgyalandó Ford T automobil erre tipikus példa volt. E termelési mód a nagyobb nyereség célul tűzéséért az alacsonyabb költségekkel előállított sorozatgyártásban készült termékekkel a fogyasztói igényeket kívánta kielégíteni (hogy ezáltal a tulajdonos profitja még inkább növekedjen), ám mindeközben nem a fogyasztó mint *ember* sajátos igényeiből indult ki a termék gyártásának megtervezésekor. Amiképpen a munkás is csak termelőerő volt – a gépekhez képest más jellemzőkkel – és nem pedig munkatárs.

A kapitalista termelés és kereskedelem társadalmának természetrajza ekkoriban már messze volt a munka, az etikai szempontú takarékoság és a gazdasági életvitel Max Weber által leírt protestáns ethoszától, s az adásvételre vonatkozó sokévszázados katolikus erkölcsi követelmények megvalósításától hasonlóképpen. A XX. század, az első évtizedeitől kezdve, életcéljaiban és evilági prioritásait tekintve már masszívan szekuláris és – ahol az gazdaságilag adott lehetett – egyben fogyasztói társadalom volt, s ez a kor gazdasági viszonyain is meglátszott. Azok ugyanis nem voltak rokoníthatók a középkori városok piacainak humanizáló, mert személyközi viszonyokon alapuló (keresztény) polgári ethoszával.²⁹¹ A XX. század plakát- és újságreklámjai nagymértékben hozzájárultak e változáshoz. E kor városi polgára, aki szociológiailag inkább egy *urbanizált embertömeg egyede*ként volt leírható, az e viszonyokra szabott fordista tömegtermelés fogyasztó vásárlójává vált. A gazdasági etikai megfontolások pedig a *jólleti kapitalizmus ideológiáján belül* fogalmazódtak meg, s azok jórészt csak a *munkások bérben kifejezett jólétéhez* és így a gyártulajdonosokkal való „társadalmi békéhez” kapcsolódtak, vagyis nem magához a gyártók és a vevők közötti piaci kapcsolatokhoz, s még kevésbé a termék emberi értelemben vett, embert szolgáló jó minőségéhez. Tudvalevő, hogy az emelt bért kapó munkások másik szerepükben egyszersmind termékfogyasztókká is lettek, vagyis a gyártulajdonosoknak érdekében állt több munkabért adni munkásaiknak, mert azok így meg tudták venni gyáraik fogyasztási termékeit.²⁹²

Az e gyártásszervezési módot nevével fémjelző Frederick Winslow Taylor (1856–1915) a racionalizált üzemszervezési modelljének bevezetése esetére – az egzakt számításokon alapuló üzemi termelés emberi ösztönzőerejébe vetett naív hit által áthatva – a munkadók

²⁹¹ Vö. Bruni, 2010.

²⁹² E gazdasági szerkezetben jórészt eltűnik a hagyományos árupiac, s vele annak az eladó és a vevő közvetlen személyköziségén alapuló humanizáló jellege, amelyben a tisztességes adásvétel maga, s e jogviszony tárgyának, azaz a végterméknek a minősége emelte személyükben egymás szemében a feleket: mindkettőjüknek ugyanis emberileg is fontos volt az etikus üzlet megkötése a másikkal, még ha ez nem is tudatosult bennük. Ezt segítette a kölcsönösség etikája, ami az 'arany szabály'-ban nyert hajdanán a keresztény társadalomban megfogalmazást. Frivaldszky, 2007, pp. 220-333. Ezen elv – mint láttuk – a modern kor individualista, s többnyire hedonista morál- és politikai filozófiáiban tartalmában relativizálódott és egocentrikus értelmet nyert. Ennek ellenére az a közvetlen gazdasági kölcsönkapcsolatokban vélhetően továbbra is kielégítően működött, egészen addig, amíg e viszonyok a gyakorlatban megélt személyköziségéhez tartoztak: így például a hagyományos vendéglátás területén.

és a munkások között a *legszociálisabb személyközi etikai egység, együttműködés és harmónia* létrejöttét feltételezte,²⁹³ ám ő még nem gondolkodott az üzemszervezés szerelőszalagok révén való gépesítésében.²⁹⁴ Ezt majd Ford valósítja meg a gyárában.²⁹⁵ E részletekbe menően *szabványokkal* szabályozott, munkafolyamataiban szegmentált, mereven hierarchizált és futószalag által gépiesített (nevezzük most így) taylori-fordista termelési mód nyilvánvalóan nem erősíthette meg az üzemi személyközi kapcsolatokat, amiképpen a fogyasztási végtermék milyensége tekintetében sem valósulhatott meg folyamatos párbeszéd a művezetők és a munkások között. A prototípust éppen azért fejlesztették ki, mert az illeszkedett a legjobban ezen üzemszervezési módhoz és annak termelékenységi elveihez. Ezért azon, a fogyasztóktól kapott visszajelzések alapján rugalmasan nem lehetett változtatni, de ez a szempont szinte fel sem merült. Egy ilyenféle változtatáshoz egyébként is nagyon hosszú idő kellett (volna), ahhoz tehát, hogy egyáltalán bármiféle változtatást eszközöljenek a terméken, minthogy ennnek át kellett mennie a mereven szabályozott termelési rendszer teljes vertikumán, amely a lényege folytán nem receptív a külső elvárásokra, és ezért nem is tud adaptálódni azokhoz. A taylori koncepció szerint nem is az volt az együttműködés célja, hogy a gyártulajdonosok és a munkások a fogyasztók szempontjából minél jobb termékeket gyártsanak együtt, hanem hogy *minél nagyobb haszon keletkezzen közös érdekük* szerint. E közös nyereségtermelési célra, s ezzel a közös érdekeknek és értékeknek kizárólag a munkabérre való szűkítésével Taylor nagymértékben redukálta a gyártással összefüggő tényezők jóval összetettebb rendszerét. Nem is tekintve a gyártók – a tulajdonosoknak és munkásaiknak – a fogyasztókhoz való potenciális relációját, amiről jószerivel nem is beszélhetünk. Már a marxista kritika is rámutatott arra, hogy a gyártulajdonosok és a munkások viszonya is jóval összetettebb annál, mint amit Taylor meglehetősen naivan tételezett,²⁹⁶ azonban van még egy további nagyon fontos tényező. A munkásoknak megszűnt a munkafolyamat munkafázisokra szabdalásával és azok részletekbe menő szabályozásával a *kreativitást igénylő szakmai autonómiája*, különösen az autógyárakban végbement szállítószalag révén való gépesítés által. (Ld. Charles Chaplin „Modern idők” /*Modern Times*/ 1936-ban bemutatott filmtörténetet író tragikomikus paródiáját a repetitív munkát végző „*homo mechanicus*” embertelen világáról.) A *szakembert* felváltó *betanított munkás* ezért nem látja a termelés és a végtermék egészét, s különösen nincs, nem lehet ráhatása annak továbbfejlesztésére. A végtermék-fogyasztók szemszögéből egyáltalán nem tudja értékelni saját munkájának értelmességét, értékességét, s még kevésbé törekedhet arra, hogy a vásárlók szempontjából szükséges újítások kezdeményezője legyen. Az egész taylorista-fordista üzemszervezés merev és hierarchikus, szabványok és termelési

²⁹³ A tudományos üzemeztetés elsőrendű jótéteményei között sorolja fel Taylor ezeket az eredményeket: „[...] Harmónia a széthúzás helyett. Együttműködés az individualizmus helyett.” Továbbá: „A magas bér-emelések, amelyek jellemzőek erre a vezetési típusra, csaknem megszüntetik a bérkérdést mint vitaokot. A súrlódások és elégedetlenség okainak megszüntetésében azonban minden egyébnél jelentősebb a szoros bensőséges együttműködés és az állandó személyi kapcsolat a két fél között. Azok közt, akiknek azonosak az érdekeik, és válllvetve dolgoznak egy közös cél elérésén, úgyszólván elképzelhetetlen az állandó veszekedés.” – Taylor, 1983, pp. 275, 276-277.

²⁹⁴ Makó, 1985, pp. 32-33.

²⁹⁵ Makó, 1985, p. 32.

²⁹⁶ Vö. Makó, 1985, p. 45.

mutatók révén átbürokratizált jellege ellehetetlenítette ezt. Csakis *fentről* volt lehetséges bármilyen változást eszközölni a gyártási folyamaton és a terméken, s ehhez nagyon sok időre volt szükség, mert azt újra szabványosítani kellett a termelés teljes vertikumában végigfuttatottan.²⁹⁷ A szerszámokat is ennek megfelelően kellett újragyártani.

A „tudományos” üzemi vezetés szemléletben Taylornál a mechanikusként konceptualizált emberképhez a *homo oeconomicus* felfogás is társult, s úgy vélte, hogy pusztán a rendszer ilyen tekintetű racionalisztikussága és a pénzügyi ösztönzők, azaz az anyagi kérdés rendezettsége a *bér* tekintetében elég lesz a munkások ösztönzésére és a gyártulajdonosokkal, művezetőkkel való „társadalmi békéhez”.²⁹⁸ Semmilyen nyoma nincs annak, hogy elmélete megalkotásakor megfontolás tárgyát képezte volna az a szempont, hogy a munkás szeretné azt is látni, átérezni annak örömét, hogy ő maga kreatívan járul hozzá a fogyasztók megelégedettségéhez. A ’maximális prosperitás’ (*’maximum prosperity’*) kifejezést használja, amikor elméletének célját foglalja össze. Ez gyakorlatilag a termelési hatékonyságot fedi, s annak anyagi következményeit. Ezért emberképe, annak célját megfogalmazottan, olyan anyagi ösztönzők által mozgatott ember, aki a *legköltséghatékonyabb* termelés révén teljeseedik ki (elsősorban anyagilag), ami a gépekkel együtt történik,²⁹⁹ és ebben – Taylor-értelmezésünk szerint – a *gépi működés* a referenciapont, hiszen annak hatékonysága egzaktságon mérhető és bizonyossággal optimalizálható.

A termelési hatékonyság jegyében pusztán a munkaerővel kívántak ekkor spórolni, de nem magával az anyaggal vagy az eszközzel,³⁰⁰ és nem a gyártási selejtelek kiküszöbölésével. E rendszer, bármit gyártott, azt nagy mennyiségben állította elő, függetlenül a kereslet és a kínálat piaci változásaitól. Amennyiben az anyagon spóroltak – például mikor, bár hezitálva, az öntöttvasat sajtoló acéllemezzel váltotta fel az autógyártásban Henry Ford –, azt a költséghatékonyság, azaz az eladási ár leszorítása jegyében tették. E termelési mód független volt a szabad, foglalkoztatható, a gyártáshoz szükséges szakemberek aktuális piaci jelenlététől is, hiszen a korábbi gyártási rendszerrel ellentétben – amikor még a szakemberek dolgoztak a gyárakban – betanított munkásokra volt már csak szükség, akiket a magas bérrel meg lehetett tartani. A további részletekbe most nem megyünk bele, hiszen a tartós fogyasztási cikkek gyártásával kapcsolatos és a fogyasztók szemszögéből – legalábbis *hipotetikus*an megfogalmazható – legfontosabb problémákat már említettük.

²⁹⁷ Ez lassú reagálású termelési szerkezet volt, hasonlatosan a „lépegető exkavátorhoz” vagy a „dinoszauruszhoz”. Amennyiben a taylori üzemszervezési koncepcióhoz még a porosz bürokratikus hierarchikus szervezeti irányítás is társult, az még kevésbé lehetett alkalmas a belső fejlődésre. A porosz-német központosított tervezés és gyártás az első világháború hadigazdaságában mutatta meg a nagy ütőképességét.

²⁹⁸ Vö. Makó, 1985, p. 44.

²⁹⁹ „Bonyolultabb termelési környezetben is világosan kell látni, hogy az állandó és lehető legmagasabb szintű boldogulás a munkás és a munkaadó számára együttesen csak úgy biztosítható, ha a termelésben az emberi és természeti erőforrások kihasználása a leghatékonyabb, a gépek, épületek stb. formájában megjelenő tőke használatának költségei pedig a legalacsonyabbak. Ugyanezt más módon kifejtve: maximális eredményt csak a lehetséges maximális termelékenységgel dolgozó emberek és gépek érhetnek el.” – Taylor, 1983, p. 185.

³⁰⁰ „A legnagyobb hibának ugyanis a pazarlást tartották. Elsősorban nem az anyag és az eszköz pazarlását, hanem az emberi munka olyan elfecsérlését, amely az átgondolatlan, rossz irányítás és vezetés következménye.” Makó, 1985, p. 45.

E kapitalista termelési rendszerben etikai vagy egzisztenciális megfontolásként – ha egyáltalán ilyen fel is merült volna a mindent elsöprő nyereségvágy, illetve a munkabérkérdés mellett – legfeljebb a *tartós fogyasztási cikkek* megvásárlásában mért általános *anyagi* jóllét általuk való előmozdítása motiválhatta még a tulajdonos munkadót, másik oldalról pedig a munkásokat. „Mindenkinek legyen egy” – a munkások, illetve másrészt a fogyasztók által közelebből meg nem határozható, ezért gyakorlatilag akármilyen – autója, illetve egyéb hasznosnak ítélt tartós fogyasztási cikke. A típusjellemzőket csakis a gyártástechnológiai szempontok alakították. Azoknak a fogyasztók, azaz a polgárok szempontjából való milyensége nem igazából volt releváns, már csak azért sem, mert nagy volt ezekre a keresleti piac.³⁰¹ Az volt a vezérlő ideológia a gyártók részéről, hogy az addig a nagytöbbség számára elérhetetlen, fényűzésnek tekintett fogyasztási javakat állítanak elő most szinte mindenki számára, és mindeközben a *nagyobb hatékonyság* eredményezte profit miatt a munkások munkaideje is csökken, amiben az egyre bővülő *oktatási, kulturális és szabadidős tevékenységeiket* végezhetik.³⁰² Ez a – két világháború közt kialakuló – jólléti kapitalizmus időszaka a hozzá fűződő „második generációs” (gazdasági, szociális, kulturális) *jólléti jogokkal*.³⁰³ A napi nyolcórás munkaidő megnyitotta a munkások számára a szabadidő (*'leisure'*) terét, az ötnapos munkahét kialakítása – Ford gyárában 1926-ban – pedig a szabad szombatot eredményezte. Ez a fogyasztás új idejévé lett, amely *új szabadidős árucikkek* gyártását tette lehetővé a gyártulajdonosok számára.³⁰⁴ Henry Ford „észlelte”, hogy a szabad szombathoz *új közlekedési eszközökre* lesz szükség.³⁰⁵ (Nehezen lenne cáfolható, hogy azért is szorgalmazta a szabad szombatot, hogy legyen több fogyasztói kapacitása a munkásoknak.) Talán ezért fejlesztette ki 1927-ben a Ford A modellt (1927–1931), és emb-

³⁰¹ Amiképpen a magyar szocializmusban az 1966-ban megjelent „Gazdálkodj okosan” című táblajátékban – amely akkoriban a legnépszerűbb társasjáték volt hazánkban – is egy darab hűtő, egy darab mosógép, egy darab porszívó, egy darab kerékpár stb. tartós használati cikk megszerzése volt a cél (nem pedig ingatlanok begyűjtése, mint annak kapitalista amerikai és magyar játék-elődjeiben), és nem merült fel az, hogy az milyen legyen, mert az akkori szocialista nagyipari termelési viszonyok között nem is volt azokból típusválaszték.

³⁰² Taylor, 1983, p. 276.

³⁰³ Fazekas Judit ekképpen foglalja össze ezen időszak lényegi jellemzőit, amely korszak eszmeileg a fogyasztóvédelem kialakulásának is megágyazott: „A két világháború közötti állami beavatkozás nyomán fejlődött ki a jóléti állam és az ún. jóléti közgazdaságtan, amely az alapvető szociális jogokat (társadalombiztosítás, a munkanélkülieknek nyújtott állami támogatás, az oktatás és az egészségügyi ellátás minimális szintje) az állami újraelosztás útján minden polgár számára biztosítani kívánta. Gunnar Myrdal svéd közgazdász és szociológus, a szabályozott kapitalizmus svéd modelljének megalkotója a jóléti államot olyan demokratikus államként határozza meg, amely átvállalja a gazdaságfejlesztés kötelezettségeit annak érdekében, hogy nagyobb gazdasági biztonságot teremtsen, illetőleg garantálja a polgárok számára az esélyek egyenlőségét, a szociális biztonság alapjául szolgáló minimális jövedelmeket és foglalkoztatást, függetlenül a polgárok társadalmi hierarchiában elfoglalt helyétől. A jóléti állam koncepciója, amely a Harold Wilensky által adott definíció szerint nem más, mint »a jövedelem, a táplálkozás, az egészség, a lakás és az oktatás minimális mértékének szavatolása«, segített a fogyasztóvédelem elfogadtatásában azzal, hogy a társadalom figyelmét ráirányította a gazdasági, szociális jogokra és a jóléti funkciók megvalósítására, aktív állami gazdaságpolitikát és jogvédelmet hirdetett meg. A jóléti államokban az állami gazdaságirányítás immanens része a fogyasztói jogok szabályozása és a hatékony fogyasztóvédelmet biztosító intézményrendszer megteremtése.” – Fazekas, 2022, p. 34.

³⁰⁴ Vö. Brinkley, 2003.

³⁰⁵ Brinkley, 2003.

lematikus, hogy azt – óriási, több mint tízmillió érdeklődői látogatottságot eredményezve³⁰⁶ – a márkakereskedésekben éppen egy szombati napon mutatta be. Ez a modell váltotta le a 18 évig sikeresen gyártott és eladott „ikonikussá” vált Ford T típust.

Elvileg, az ideológia szerint e szabad szombati napon az egyébként tagadhatatlanul elidegenítő munkával szemben a munkásokat valóban kiteljesítő – a hétköznapi munka értelmetlensége alól őket mintegy felszabadító – szabadnapos tevékenységeiket végezhetnék volna az eredeti elképzelés szerint, amelyek – mint láttuk – egyébként szintén igényelték ezekhez az új fogyasztási cikkek megvételét, és ennek következtében főként azok gyártását. Ám végül, az évtizedek alatt csak az öncélú fogyasztás, mint létmód rögzült a középosztályt alkotó, majd azt meghatározó, fogyasztóvá lett gyármunkások életmódjában. A szombat a fogyasztói társadalomban – a talán sosem volt – egzisztenciális értelmét veszítette és a fogyasztás legfőbb idejévé vált. Ekképpen a szabad szombat fogalomként együvé tartozóan egybeírandó lenne: „szabadszombat”. A boltok vasárnapi nyitvatartásával ez a nap is csatlakozott a hétféi mindent elsöprő „összecsaládi” shoppingoláshoz.³⁰⁷ Létrejött tehát a fogyasztásra beállt 'hétfé' fogalma a munkanapok vagy munkahét ellentétpárjaként. A napi és a heti pihenőidőhöz, és főként a heti szabadnaphoz való jog, vagy a „szabadidőhöz való jog” a *fogyasztáshoz való jogba* torkollott és abban oldódott fel, a gyártulajdonosok nagy örömére. Innentől kezdve a fogyasztók kedvére való bármiféle tevé – szabadnapjaik védelme vagy az általuk fogyasztandó áruk kifejlesztése – csakis a további fogyasztás – s vele a gyártás – fokozásával volt elképzelhető, elfogadható. A minőség (tartósság) ennek áldozatul esett, hiszen az olcsóbb alapanyag és gyártástechnológiai jövedelmezőség elvileg ugyan az alacsonyabb árak miatt a fogyasztók pénztárcájának kedvezett, azonban *kevésbé tartós* fogyasztási cikkeket kaptak a pénzükért. Az elromló helyett újat kellett venniük, vagyis ezáltal a fogyasztás növekedett. A tartósság és a minőség fogalmai következőképpen elszakadtak egymástól,³⁰⁸ és ez utóbbi a fogyasztók használati igényeinek való megfelelést kezdte jelenteni. Ez már a Ford-konkurrens General Motorsnál megjelenő tervezett elévülés és az évenkénti modellváltás korszaka, amely jobban képes a fogyasztók kedvére alakítani az egyes típusokat és azok használati és esztétikai jellemzőit. Ne szaladjunk azonban ennyire előre, s térjünk még vissza a tömeggyártás „hőskorába”.

A taylori „tudományos” üzemszervezési metodika egyik lényegi eleme volt a vezetési és a gyártási-összeszerelési kompetenciák merev elválasztása. Nem érkezhettek tehát a szándékosan szétszabdalt részösszeszerelési munkaműveleteket végző betanított munkások felől jobbító szándékú tanácsok a művezetők felé, különösen hogy a munkaműveletek Ford gyáraiban zajos futószalagok mentén történtek, ami bármiféle kommunikációt megnehezített, másrésről a pihenőidő nagyon szűkre szabott volt, hiszen nem kis részben a „teljesítményvisszafogás” („lógás”) ellenében jött létre Taylor munkavezetés módszertana.

³⁰⁶ Egészen pontosan 10 534 992 fő látogatótömegről szólt a híradás; Brinkley, 2003.

³⁰⁷ Ld. Frivaldszky, 2015, pp. 43-92.

³⁰⁸ Már Henry Fordnak is be kellett adni a derekát, hogy a tartósabb öntöttvasalkatrészeket olcsóbb préselt (sajtol) acéllemezből gyártottakkal váltsa fel. Végül tehát a profitabilitás mellett döntött, bár tudta, hogy a tartósság, vagyis a minőség szempontjából ez nem a legoptimálisabb választás.

A XX. század eleji fordista tömegáru-cikk termelést és az egész tudományos, merev elválasztásokon nyugvó taylorista-fordista üzemszervezésen alapuló gazdaságot³⁰⁹ a munka szabványosításából, standardizálásból fakadó többirányú elszemélytelenedés jellemezte. Még akkor is, ha éppen ennek ellenkezőjét állította Taylor. Mint már említettük, a korra megszűnt a szakmára, *mesterségre* alapozott szaktudás korábban meghatározó jelentősége,³¹⁰ és helyette a betanított szakmunkás lett a munkás prototípusa. Általában – és nem csak a szervezeti vezetőkre – volt érvényes Taylor lapidáris töménységű megállapítása: „Eddig a »személyiség« állt a középpontban, a jövőben a rendszer lesz az elsődleges.”³¹¹ A marxista kritika jól rámutatott e termelési rendszer elszemélytelenítő voltára, habár a szocialista üzemszervezés ugyanilyen következménnyel járt, amit a propagált kommunista ideológia kívánt eltüntetni, eszmei dimenzióba szublimálni. A fordista, illetve a szocialista áruterelés tehát csak a hatékony termelésre koncentrált, s nem tekintette az ezt meghaladó emberi szempontokat. Ford – mint már szoltunk róla – azt az újdonságot vezette be Taylor munkaszervezési elméletéhez képest, hogy azt futószalagon való gyártás révén gépiesítette. Ezzel teljessé válhatott a *munkafolyamatok részekre szabdalása*, valamint a *standardizálás* és a *szabványosítás*. Ez utóbbi – természetesen – nem a fogyasztók érdekeit védte, így mondjuk a biztonságukat,³¹² hanem a *termelés költséghatékonyágát* biztosította. Ennek révén való sorozatgyártás technológiájának a legegyszerűbb és a legköltséghatékonyabb modell felelt meg, amilyennek a Ford T típus bizonyult.³¹³ Benne az alkatrészek teljesen „csereszabatosak” voltak. E költséghatékony típus tömegtermelésében állt e merev termelési rendszer önértéke, amely – eredetileg – magában hordozta a *teljes választékhiány* tényét. A fogyasztók egyedi helyzete, specifikus igényei nem jelentek meg e termelési rendszerben, amelyen majd a General Motors új vezetője változtatott. A világon számos helyen ugyanazon autótípust gyártották egészen addig, amíg nem telítődtek e piacok. A fordista

³⁰⁹ Maga Taylor nem volt hajlandó elárulni, hogy mely üzemek vezették be az általa kifejtett tudományos üzemszervezés rendszerét. Azonban azt ő maga személyesen kész volt konkrét üzemek példáján bemutatni azoknak, akik őt személyesen felkeresik. Végül széles körben alkalmazták, átvették a rendszerét. Makó, 1985, pp. 30-31.

³¹⁰ Makó munkájából idézünk: „[...] megszűnik a szakmára, mesterségre épülő szaktudás jelentősége. A szakképzett munkások szervezeti sokat veszítenek társadalmi súlyukból.” – Makó, 1985, pp. 31-32. „A tudományos vezetés elvei szerint kialakított munkaszervezetben – a munka koncepciójának és végrehajtásának elkülönítésével – megszűnt a mesterség, feleslegessé vált a munkás technikai felkészültsége és tudása.” – Makó, 1985, p. 40.

³¹¹ Taylor, 1983, p. 182.

³¹² A tömegcikk sorozatgyártása az USA-ban évtizedekig zajlott, anélkül, hogy a fogyasztók biztonságának szempontja egyáltalán felmerült volna. Nagy botrányoknak kellett bekövetkezniük ahhoz, hogy egyes veszélyes, vagy nem kellően biztonságos termékek kapcsán megszülessenek a termékbiztonsági előírások: „A nagy áttörés a fogyasztói jogalkotás terén a 60-as évek elején néhány veszélyes vagy nem kellően biztonságos ipari tömegtermék által kiváltott botrány hatására következett be. Az egyik ilyen a nők körében rettegést keltő, borzalmas mellékhatásokkal járó Thalidomid/Contergan gyógyszerkatasztrófa volt, amelynek következtében tovább szigorították az élelmiszer, gyógyszer és kozmetikai cikkek biztonsági előírásait. A másik mérföldkő az volt, amikor Ralph Nader, az Egyesült Államok legelismertebb fogyasztóvédője a General Motors által tervezett Chevrolet Corvair Corsa típusú autók veszélyességéről végzett vizsgálatot nyilvánosságra hozta, megnyitva az utat a gépjárművek biztonsági követelményeivel kapcsolatos törvénykezés előtt.” – Fazekas, 2022, p. 17.

³¹³ Makó, 1985, p. 33.

tömegtermelés tehát az autógyártással jelent meg, amely az összeszerelő üzemek kitelepítésével *globális méreteket* öltött.³¹⁴ A fogyasztás történetét következőképpen, annak globalizációja tekintetében is, az autógyártás történetén keresztül lehet a leginkább szemléltetni és érzékelni. A sorozatgyártás elsődlegesen a gyártók érdekeit szolgálta, bár elvileg az így gyártott termék a fogyasztók érdekében került kialakításra, amiképpen a tőzsdei határidős ügyletek is eredetileg a termelő gazdák és a malmok érdekében kerültek bevezetésre, ám hamar a spekulánsok gátlástalanul szerzett hasznát növelték, s az előbbi szereplők érdekei ellenében működtették azokat. Elvileg tehát mind a tömeggyártás, mind a tőzsdei határidős ügyletek végeredményben a fogyasztókért kerültek bevezetésre, azonban számos visszasságot eredményeztek és antihumánus módon működtek. Tárgyaltuk ezeket az aspektusokat a „papirosbúza” esetében. E hatáshoz járult hozzá a hagyományos termékpiac ármeghatározó működés módját – a standardizálható, helyettesíthető tömegcikk-fajták tekintetében – egyre inkább kiváltó, és ezáltal a termelés és a kereskedelem szerkezetét több árufajta tekintetben meghatározó *tőzsde* gazdasági viszonyoktól jórészt elszakadt, *indexálásában formális, többszörösen közvetített* mechanizmusokon nyugvó intézményrendszer.³¹⁵ Érdemes általános érvénnyel arra rámutatnunk, hogy a tőzsde fő tevékenységként nem a fogyasztók kereskedelem – és ezen belül az árindex meghatározás – révén való szükségletkielégítését végezte ekkor már, például a gabonakereskedelem tekintetében,³¹⁶ hanem inkább e hely főszereplői, a tőzsdéspekulánsok a saját nyereségüket tekintették legfőbb, sőt, egyedüli, tulajdonképpeni célnak. Ez a közvetítettség és *reálgazdasági viszonyoktól való elszakadtság* nem érintett azonban minden árufajtát, különösen nem minden szolgáltatást, s ezért még kevésbé minden gazdasági, piaci szereplőt.

A taylorista-fordista termelési mód *elszemélytelenítő hatása* tekintetében alapvető a tömegtermelő tulajdonos gyártónak, de a futószalagtermékek egyes részelemeit beszerelő munkásoknak is a fogyasztó vevőtől való gazdasági strukturából fakadó, de a munkások egymásközi és a vállalatirányító menedzsmenttől való *vállalatvezetési szerkezetből* fakadó *távolsága* is. A gyártótulajdonos számára eleinte humánus megfontolásként legfeljebb az volt a fontos szempont, hogy iparszabványosított tömegtermékeivel a jóléti kapitalizmust építi,

³¹⁴ „Az amerikai vállalatok tartós növekedéséhez az Egyesült Államok kereslete mellett a külföldi piacokon történő megjelenés is hozzájárult. Kezdetben a szállítási költségek csökkentésének köszönhetően, majd a harmincas évektől a kereskedelempolitika akadályainak következtében a fellevevőpiacok közelében egymás után jöttek létre az összeszerelő üzemek Dél-Amerikában, Európában és a világ más országaiban, amelyek az amerikai gyárakból odaszállított alkatrészeket használták fel. Ez a korábban nem létező nemzetközi termelési hálózat elképzelhetetlen lett volna a tömegtermelés által megteremtett gyártási kapacitások nélkül, amely jelentősen csökkentette a gyártás és a végső összeszerelés költségét [...]. 1928-ban a Ford és a General Motors már 24 országban folytatott összeszerelő tevékenységet, többek között Japánban, Indiában Malajziában és Brazíliában, tíz évre rá pedig egész Európát behálózó termelési hálózat jött létre. Annak ellenére, hogy az 1920-as és 30-as évek autópára szervezettségi szintjét és integráltságát tekintve nem vethető össze napjaink globális termelési és elosztási rendszerével, a tömegtermelés bevezetése az autópipari globalizáció kezdetének tekinthető [...]” – Túry, 2017, p. 47.

³¹⁵ Vö. Frivaldszky, 2015, pp. 127-191.

³¹⁶ „Ha tisztán akarunk látni, akkor mindenképp előtérbe kell hozni a téves fölfogástól mintha a gabonapiacok (*sic!*) – tőzsdék – ma is főleg a reális szükséglet kielégítésével foglalkoznának és főhivatásuk a fogyasztók ellátása volna. Ez ma már nagyon alárendelt fontosságúvá lett funkciójuk, mely a játék mögött háttérbe szorul.” – Bernát, 1896, p. 6.

illetve – ahogy már említettük –, hogy a viszonyokhoz képest tisztességes bért fizessen a gyártószalagok mellett monoton mechanikus munkát végző munkásainak. Erre a fordista termelés hatékonysága adta profitabilitása miatt lehetősége is volt. Éppen ezért az említett körülmények között munkát végző gyári dolgozók („kék gallérosok”) egyre inkább a *szélesedő középosztály* alsó rétegeihez tartoztak immáron, s ezért potenciális jóléti termékfogyasztókká léptek elő. Mindeközben a termelés és a kereskedelem hagyományos, immáron légüressé vált interperszonális terében a rejtett pszichés módon működő döntésbefolyásoló *reklámok*³¹⁷ *boldog fogyasztói világába* csalogatták a polgárok egyre szélesedő tömegeit. Ezáltal az USA-beli középosztály hétköznapi *fogyasztói „mennysorságában”* konkretizálódtak a mindenki által üzött „amerikai álm” ígéretei. Ilyetén módon, ha valaki nem is lett, lehetett befutott gazdag vállalkozó, tartós használati cikkek „boldog fogyasztójává” bizony válhatott.

3.3. Alfred P. Sloan termelésszervezési és menedzsment reformjai a tömegtermelés termékdiverzifikációjára

A fordizmusnak középtávon már megjelent azon hátulütője, hogy egyetlen típus gyártásával a *választékhány* miatt kezdett alulmaradni a fogyasztói igényekre jobban figyelemmel levő versenytársakkal szemben. Ez utóbbiak új, *diverzifikáltabb* autógyártási metodikát alkalmaztak a fogyasztók egyes csoportjainak igényeire jobban reflektálva és eszerint szervezték az immáron *decentralizáltabb* termelést, és alakították ki a *kiszélesített termékpalettájukat*, ezáltal *újabb fogyasztói keresletet teremtve*. Alfred P. Sloan 1923-ban a General Motors elnöki székébe kerülve tette meg az ilyen szellemű reformlépéseket. Ötféle különböző értékű autómárkát gyártott, amelyek így nem voltak egymás konkurenciái, s fogyasztók akkor is hűek tudtak maradni a GM autócsaládhoz, ha közben anyagi helyzetük fölfelé vagy esetleg lefelé megváltozott, vagyis ha a termékpalettáról már a drágább vagy esetleg már csak az olcsóbb autót tudták megvenni. Míg Ford a gyártástechnológiai szempontból egyetlen legjobb autómobilt akarta kifejleszteni, s azt árulta mindenkinek, addig Sloan a különböző anyagi helyzetű vásárlók értékelése szerinti legjobbat akarta legyártani évről évre, mégpedig – ahogy a reklámja szövege 1925-ben³¹⁸ – minden pénztárcának és minden igénynek megfelelően. Mindezt folyamatosan konzultált a helyi eladókkal, hogy a változó vásárlói igények felől folyamatosan és személyesen tájékozódjon. Habár Sloan a GM vezetésének szintjén a decentralizáció és a menedzseri vezetés jegyében számos újítást vezetett be, az egyes üzemeken belül a szervezeti kialakítás nem változott a fordistához képest. Éppen ezért nem állítható, hogy egy átlag összeszerelő munkás több értelmet látott volna

³¹⁷ E munka emelhető ki, amely a legkorábban tárgyalta összefoglalóan a jelenséget: Packard, 1957. A szerző rögvést a kötet lelegején megjegyzi, hogy könyve elsődlegesen az amerikai vásárlókat érinti, mert a reklámok manipulációja révén ők a leginkább befolyásolhatóak. Azonban ez a jelenség – figyelmeztet a szerző – Nagy-Britanniában, sőt, mindenfelé terjedőben van: „To British Readers: While some of the research for this book came from British sources it was gathered predominantly in the United States because that is where I happen to live and also because that is where manipulation of the public has taken hold most firmly. Americans have become the most manipulated people outside the Iron Curtain. This book, I believe, will bear me out.”

³¹⁸ Így hangzott a General Motors reklámszövege 1925-ben: „A Car for Every Purse and Purpose.”; <https://www.thehenryford.org/collections-and-research/digital-collections/artifact/192114/>.

munkájában, mint a taylorista-fordista üzemek betanított munkása, hiszen ő maga is bármikor lecserélhető („cserezabatos”) volt, amiképpen azon alkatrész is, amelyet monoton munkával egész nap beszerelt. Bár tehát a fogyasztók igényeit ez a rendszer jobban kielégítette, az egyszerű gyártó munkás vajmi kevésbé tudta ennek értelmességét átélni. Legfeljebb a GM autókereskedőinek, illetve a cég által gyártott háztartási gépek eladóinak lehetett ebben része.

Ezen új típusú fogyasztó igényeinek kialakításakor már a reklámokon orientálódik, vagyis akkor is újat vesz, ha technológiailag még nem ment tönkre az aktuálisan használt terméke. A divat szabja meg az új termék megvásárlásának időpontját, de annak konkrét fajtáját is. A *’tervezett elavulás’* – egyébként erkölcstelen és pazarló – gyakorlata „segítette” azt, hogy „idő előtt” technikai, műszaki okból is újat kelljen venni, mivel eleve úgy gyártották a termékeket, hogy az a technikai indoklástól eltérően *hamarabb menjen tönkre*, romoljon el, ezért egy másikat kelljen belőle venni. Egy újat, ami akkor éppen divatos, fejlett vagy kurrens volt. Alfred P. Sloan a tervezett elavulás velejárójaként bevezette az *évenkénti* termékfejlesztést, vagyis *modellváltást*. Létrejön tehát a fogyasztásért magáért létező és az azáltal mozgatott valódi *fogyasztói társadalom*,³¹⁹ és benne a fogyasztó ember típusa. Ez magába szippantotta az ember polgári minőségét, és az a fogyasztói léttel került azonosításra az angolszász világban, de idővel az általában vett emberi létmódnak magának is legfőbb jellemzője lesz Nyugaton.

3.4. Túl az autógyártáson: a termékfejlesztés fogyasztókra szabása

A Toyota-féle „lean” termelés móddal e tanulmányunkban nem foglalkozunk, mert az hazánk szakmai köreiben és a laikusok előtt is jól ismert, s nem is olyan régi fejlemény, továbbá annak véleményünk szerint nincs, nem volt paradigmatis hatása a fogyasztóvédelemre, hanem csak a termelésre és a fogyasztásra.

4. A fogyasztóvédelmi jogok megszületése: John F. Kennedy programadó üzenete

A fent leírtak után négy évtizedet kellett várni arra, hogy a jóléti kapitalizmus által megerősített középosztály, akiknek tagjai közé tartoztak a már nem annyira „kék galléros” munkások, hanem az összeszerelő szalagok melletti munkaidő letelte után középosztálybeli fogyasztóként viselkedő fogyasztó polgárok, tömegfogyasztói érdekeinek intézményesített és egységes szemléletű „alapjogi” szintű védelme létrejöjjön.

John F. Kennedy (1917–1963, az USA elnöke: 1961–1963) amerikai elnök *fogyasztói jogokat átfogóan és programadóan* tartalmazó híressé, sőt, korszakalkotóvá vált üzenete

³¹⁹ A fogyasztói társadalom ismérveit a következőképpen foglalja össze – a vonatkozó szakirodalom alapján – Fazekas Judit: „A fogyasztói társadalom – amelyet Rostow a »tömegfogyasztás korának«, Galbraith a »bőség társadalmának« nevez – ismérveit Kopátsy Sándor az alábbiakban foglalja össze: a) A piac és a termelés viszonyában a piac szerepe válik meghatározóvá, a megrendelések irányítják a termelést, b) a tartós fogyasztási cikkek birtoklása tömegessé válik, c) felértékelődik a szellemi tőke és a minőségi munkaerő, a vállalati vagyonban az innováció és az ipari tulajdon meghatározó értéket képvisel, d) a gazdasági globalizáció, a világkereskedelem meghatározói a gazdasági integrációk, e) az állami beavatkozás jelenléte.” – Fazekas, 2022, p. 36.

jelentette a korfordulót. Természetesen *fogyasztókat védő egyes jogszabályok* ezt megelőzően is léteztek,³²⁰ és e híres elnöki jelentés megjelenéséig is újabb jogalkotási eszközök is szabályozták a fogyasztókat érintő legégetőbb problémákat, tárgyterületeket.³²¹

Amíg a „késő fordista” gazdaság által fenntartott kapitalista jóléti állam volt hivatva a „második generációs jogok” közé tartozó *gazdasági jogok* érvényesülését biztosítani, addig volt némi alapja annak, hogy a háztartási cikkek, illetve a személygépkocsi mint tartós „fogyasztási” cikk az e jogok által megalapozott *alapvető jóléti javaknak* minősüljenek. A „fogyasztó” a hatvanas évek elején a piaci szemléletű USA társadalmában a polgár, vagy akár az állampolgár szinonímája volt. Olyan órási méretű, ám érdekeiben veszélyeztetett helyzetű, azaz „*kisebbségi*” *közösséget* képezett, amelynek szociális érdekeit, jogait állami beavatkozással volt szükséges védeni, mivel nem bírt hathatós szervezett érdekképviseléssel, ezért nem tudta a hangját hallatni, aminek következtében gyakran nem figyeltek oda e közösség jogos igényeire.³²²

Figyelemre méltónak tartjuk, hogy Kennedy elnök a fogyasztók védelméről szóló koraszakos üzenetében a „túlzott” fogyasztói árakat (*prices exorbitant*) is a fogyasztók kárára való visszaélések körében említette. A fogyasztók *ésszerű árhoz* (*reasonable price*) való jogát a dokumentum alapvetően a valódi piaci verseny – ha kell szabályozás révén elért – biztosításával látta garantáltnak.

5. A tulajdonképpeni fogyasztói társadalom létrejötte – a fogyasztás mint életmód

Már Kennedy elnök rámutatott továbbá a *személytelen* és a tömegekre kifejezetten nagy döntésbefolyásolási hatással bíró reklámok veszélyeire.³²³ Erre azonban távolról sem megoldás a korunkban elterjedőben levő mesterséges intelligencia-vezérelte, a fogyasztók egyéni internetes vásárlói szokásainak kiismerésén és egyben azok manipulálásán alapuló marketing, vagyis a konkrét *személyre szabott célzott marketing*, mégpedig ez előbbieken

³²⁰ „Az Amerikai Egyesült Államokban a századforduló időszakára tehetők a fogyasztók védelmében született ún. »úttörő« törvények. 1872-ben született törvény a postai csalás ellen, majd ezt követte az 1900-ban elfogadásra került első élelmiszer-törvény. A törvényhez kapcsolódóan létrehozták az Élelmiszer- és Gyógyszerellenőrző Hivatalt. Fontos állomás volt a fogyasztóvédelem fejlődése terén az 1914-ben elfogadott, a tisztességtelen kereskedelmi módszerek tilalmáról szóló Federal Trade Commission Act (FTCA), valamint a Federal Trade Commission (FTC) létrehozása. Az FTC olyan független állami szerv, amely feladata a verseny tisztaságának és a versenyszabályok betartásának ellenőrzése. Működése mégis inkább a fogyasztóvédelem irányába tolódott el, amit az is bizonyít, hogy a Bizottsághoz benyújtott panaszok több mint a fele a félrevezető reklámokkal kapcsolatos.” – Fazekas, 2022, p. 16.

³²¹ Az 1900-as évekbeli jogi normák és egyéb jelentős dokumentumok összefoglalásához ld. <https://portal.ct.gov/dcp/agency-administration/about-us/history/the-1900s>.

³²² „Consumers, by definition, include us all. They are the largest economic group in the economy, affecting and affected by almost every public and private economic decision. Two-thirds of all spending in the economy is by consumers. But they are the only important group in the economy who are not effectively organized, whose views are often not heard.” – John F. Kennedy: *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest*. March 15, 1962.

<https://web.archive.org/web/20180914022813/http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108>

³²³ „Marketing is increasingly impersonal. Consumer choice is influenced by mass advertising utilizing highly developed arts of persuasion.” – Kennedy, i. m.

alapuló *flexibilis árszabással*. Az ilyen „perszonifikált” *dinamikus árképzésen* nyugvó marketing korántsem tiszteli az adott fogyasztó személyi igazi vásárlói akaratát.

E tanulmányunkban most nem tárgyalt – ám széleskörben ismert – „toyotizmus” korában jött létre azon tulajdonképpeni *fogyasztói társadalom*, amelyben a fogyasztó nem szabványosított tömegtermékek egy-egy példányát veszi meg (a jóléti társadalomban fogant) szükségleteinek kielégítésére, hanem a *fogyasztás életmódként* kifejezetten a diverzifikálódott fogyasztói igényekre szabott fogyasztási javak szünni nem akaró megvásárlásában, azaz fogyasztásában nyer alakot. Ez az új típusú fogyasztás mint létforma egyáltalán nem az alapvető szükséges javakra korlátozódik tehát, másrésről maga a fogyasztás, azaz a szüntelen vásárlás jelenti e fogyasztó ilyenkénti, vagyis posztindusztriális fogyasztópolgári életmódját. Maga a fogyasztó igényli e végeláthatatlan, élethossziglani és minden területen realizálódó fogyasztást, amelyhez személyre szabott reklámokra van szüksége, hogy a neki leginkább megfelelő fogyasztói javakhoz jusson. Olyant kell neki tehát kínálni, amilyent ő maga szeret fogyasztani. Ehhez a *mesterséges intelligenciára* van szükség, amely *kiismeri őt fogyasztási szokásaiban*, és ennek révén egyben – mint írtuk – *manipulálja* is őt. A vásárlási szokásait jórészt a rá fókuszáló eladók/szolgáltatók alakították ki benne mesterséges intelligencia alkalmazásával, és egyben *kondicionálták* is őt a termékeik specifikus fogyasztására. Az utóbbi években azonban e fogyasztási kultúrát *visszafogni* látszik azon EU-s törekvés, amely a *fenntarthatóságot* helyezi az előtérbe. Immáron egyre inkább a *tartós* és nem a korán elévülő, elromló, s ezért újra lecserélhető, leváltandó javakra helyeződik a figyelem, de a közpolitikai törekvés is. Az „eldobható” tárgyak radikális visszafogására történnek kísérletek.

Bár tehát továbbra is a vásárlás jelenti a fogyasztó életértelmét és képezi életcélját, e fogyasztási termékek legalább egyre inkább *környezetbarátok*. Mindeközben nem biztos, hogy a tartósabb javak vásárlása egyben kevesebb költést is eredményez, hiszen minden terméknél van jobb, tetszetősebb, praktikusabb, divatosabb, kézhez állóbb, de főként újabb. Ez felhalmozást eredményez, vagy folyamatos kizsákmányolást, *leselejteztést*, hacsak nem a használt dolgok *újrahasznosító eladásával* párosul, amely üdvözlendő fogyasztói kultúrát lenne képes teremteni.

6. Az MKKV szektor a speciális fogyasztói igények kielégítésére a piaci réseket keresi és szolgálja ki

Nézetünk szerint a fogyasztói társadalom fejlődése szempontjából a termékdifferenciálás további menete válik érdekessé, amikor a fogyasztói igényeket egyre jobban és jobban nem csak figyelembe veszik, hanem egyenesen a *piaci réseket* (*‘niche marketing’*) kutatják. Ekkor találkozunk jobban össze a termék fejlesztője, illetve a piackutató marketingese a fogyasztói csoportokkal, és ennek révén emberibbé, emberarcúbbá, sőt, majdnem „személyesebbé” válik a termékfejlesztés és a kereskedelem e módja és tartalma. E ponton talán jobban érződik az, hogy a termékek gyártása voltaképpen a fogyasztói emberi *igények kiszolgálása*, a kielégítetlen keresletre reagáló *szolgáló problémamegoldás*, azaz a szó tulajdonképpeni értelemben vett szolgáltatás, különösen, ha indokolt emberi igények támasztotta keresletről van szó (pl. a glutén- és laktózérzékenyek csoportjai). E tisztességes hozzáállás

csökkentheti a minőségbeli problémákat és a fogyasztók igényeivel való visszaélést, eképpen pedig az intézményes fogyasztóvédelem közbelépésének szükségességét. Ez azért is realitás, mert a piaci réseket tipikusan (eleinte, amíg e keresleti piac nem válik naggyá) a mikro-, kis- és középvállalkozások (MKKV) találják meg és elégítik ki, mert a nagy cégeknek nem éri meg ezekre fókuszálniuk, mivel túl kicsi piacot jelentenek. E kis cégek sikere e piaci rések kiszolgálásában abban áll, hogy e szegmenskeresleteket a fogyasztók megítélése és visszajelzése alapján jó minőségben elégítsék ki. Következésképpen megtartják vásárlóikat. Ez nem lehetséges online visszajelzések és azok folyamatos kiértékelése nélkül. Ez intenzívebbé teszi az MKKV gyártók és szolgáltatók, illetve kereskedők és a fogyasztók közötti eladó-vevői kapcsolatokat. E téren tehát visszatér a jogviszonyokba a személyköziség annak minden előnyével. Itt kell megemlítenünk, hogy az MKKV szektor cégei túlnyomó többségükben *családi vállalkozások*, vagyis a személyesen gyakorolt etikai kultúra fontosságát tagjaik a mindennapokban átérzik, ezért a fogyasztókkal való viszonyban az etikus szolgáltatás viselkedésmódja általában jobban jellemző rájuk.

Említsünk meg azonban néhány olyan újabban felmerült fogyasztóvédelmi problémát, amelyek a piaci résekre irányuló, szinte kizárólagosan a fogyasztók internethasználatából nyerhető információk felhasználásából fakadnak, minthogy bármiféle visszaélési szándék nélkül, pusztán a többletinformáció szolgáltatásával és az azokon alapuló személyre szabott termékínálattal is adódhatnak problémák. Mint említettük, a személyre szabott szolgáltatások újabb szintjét jelenti az, amikor a fogyasztói szokásokat az egyes internetes applikációk és programok alkalmazta mesterséges intelligencia révén kiismerik. Ez azonban már számos etikai problémát vet fel, például a fogyasztó egészségi állapotát érintő szenzitív adatok tekintetében. A fogyasztói piaci rések személyre szabott kutatása során nem sérülhetnek a fogyasztó, mint feltétlen méltósággal rendelkező ember magánszférához való jogai, személyi méltósága, és személyes adatai védelméhez való jogai.

A hétköznapi élelmiszerfogyasztás tekintetében pedig megemlítenendő, hogy amikor már tömegessé válik egy-egy összetevőre való érzékenység a fogyasztók körében, akkor felmerül annak problémája, hogy amíg korábban a gluténmentesség többletértéket, és az általános termékekhez képest más összetételt jelentett, manapság már azon termékekre is ráírják ezt, amelyek nem ilyen okból, hanem természetüknél fogva gluténmentesek. (Ilyen árucikkek gyártására egyébként már a nagy cégek is ráállnak.) Ekkor az a tisztességes, hogy e minőség ne kerüljön az árban többlet-felszámításra.

7. Az EU-s piaci szemléletű fogyasztóvédelem a fogyasztó jól informáltságát és a fair kötelmi eljárást védi s nem az igazságos árat magát – a fogyasztó, aki dönt, lenne az erősebb gazdasági fél?

A fogyasztói szerződésekben, véleményünk szerint, a szerződéskötéskor vett '*fair*' eljárás kritériuma a domináns jelenleg az európai uniós szemléletben, amely szerint ilyen módon kell az egyenlő alanyi feltételeket megteremteni. Amikor ezek nem állnak fenn, akkor az ilyen módon létrejött fogyasztói szerződés *tisztességtelennek* minősül és az e szerződés *érvénytelenségét* eredményezheti. Az *ár igazságosságát* viszont nem vizsgálja a megközelítés. Amennyiben ugyanis egyenlő *információs* és *szerződési feltételek* állnak fenn, akkor a

jól informált, és ezért egyenrangú fogyasztó tudja, hogy mit miért vesz meg áruként vagy szolgáltatásként a piacon. A fogyasztó ekkor már nem minősül „gyengébb szociális alany-nak”, hiszen az információk tekintetében egyenrangú az eladóval, illetve a szolgáltatóval. Sőt, ilyen esetben tulajdonképpen a fogyasztó mint vásárló a „gazdaságilag erősebb” fél, hiszen ő *dönti el*, hogy miért ad ki pénzt és miért nem. Következésképpen ő a fogyasztói jogviszonyok létrejöttének meghatározó alanya: a szerződésalkötő fél, akin a szerződés megkötése múlik. Ám jól tudjuk, hogy nem annyira az igazságos ár, hanem maga a *szerződés megkötése* manapság a legkockázatosabb eleme a fogyasztói jogviszonyoknak, hiszen a fogyasztó számos esetben olyan szerződéseket köt meg, amelyeket egyébként esetleg nem is szeretett volna. Nem a fogyasztói jogviszonyok tartalma, hanem azok megkötése vagy az attól való tartózkodás az a momentum, amelyben a leginkább védtelen a fogyasztó. (A szerződést a fogyasztó vagy azért nem kívánja megkötni, mert nincsen szüksége az adott termékre, vagy pedig annak árát, egyéb eladási körülményeit nem tartja számára megfelelőnek.) A fogyasztói *szerződésalkötési szándék* a leginkább *manipulálható* az eladó/szolgáltatást nyújtó részéről. Meg kell jegyeznünk, hogy az önmagában vett szerződésalkötési akaratok találkozása egyébként sem a végső, megfellebbezhetetlen instancia a szerződések létében és azok tartalmában a *klasszikus* (a görög, a római és a későközépkori) kötelmi jogi szemléletben.³²⁴ A mesterséges intelligencia korában a szerződésalkötésre irányuló manipulatív technikák elterjedése eleve illuzórikussá teszi azt, hogy a fogyasztó racionális, *megfontolt döntés* alapján kösse meg a fogyasztói szerződést. A *kognitív idegtudományok* fejlődése képes a reklámok és a döntésbefolyásolási manipulációk révén olyan agyi folyamatokat generálni – mégpedig személyre szabottan – az egyes fogyasztókban, hogy azok az egész hatásmechanizmust nem képesek *észlelni* a szerződés megkötésekor. Ily módon a fogyasztó annak sincs tudatában, hogy mérlegelő-szerződői akarata nem volt szabad. Voltaképpen ilyen esetekben valódi megfontolásról sincsen szó, csak idegrendszeri fiziológiai-kémiai folyamatok lezajlásáról.

A reklámok köztudomásúan mindig is hatottak a vásárlói döntésekre, vagyis lényegileg nem új tényezőről van szó. A befolyásolás módja és mélysége azonban mégis új. Az egyik megítélési kritérium az lehet, hogy a tisztességtelen döntésbefolyásoló praktikákat mindig tiltani kell. Az már más kérdés, hogy nem könnyen dönthető el, hogy a fogyasztói igények digitális technikai eszközökkel való letapogatása, és az azokon alapuló flexibilis árazás – amely önmagában is kétes természetű – miként határolható el egzakt módon a fogyasztók központi idegrendszeri folyamataira ható kifejezetten tisztességtelen módozatoktól.³²⁵

³²⁴ Ld. a „Mi a szerződés lényege: konszenzus vagy az objektív ‘causa’?” című fejezetet: Frivaldszky, 2016, pp. 248-255.

³²⁵ E kontextusban már annak vizsgálata sem megkerülhető, hogy e kognitív idegtudományok felhasználásával működő mesterséges intelligencia által alkalmazott mechanizmusok révén „létrejövő” fogyasztói szerződések esetében kell-e lennie valamiféle adminisztratív gátnak, hogy például ne lehessen sorozat-szerződéseket kötni. Az sem ördögtől való, hogy bizonyos jobban kvantifikálható szerződési értékek esetében – szélső kritériumaiban megragadott – szerződési értékarányosságnak kelljen megfellebbeznie, ha már a szerződés megkötése maga a szofisztikált döntésbefolyásolási technikák (pl. dinamikus árképzés) révén a fogyasztó által nem, vagy nehezen észrevehető módon manipulálható.

Korunk átlagfogyasztójának mohó szerzési vágya gerjesztette „igények” olyanként mutatkozhatnak, s akként állíthatók be az invazív eladási technikákat alkalmazó nagyvállalatok által, mint amelyeket a kereslet-kínálat piactörvényei szerint kell kielégíteni, azaz „bármilyen áron”, s ebben ők, az igénykielégítők a kulcsszereplők, mégpedig a fogyasztók érdekében. Az ár tehát tulajdonképpen másodlagos tényező, a lényeges a fogyasztói igény azonnali és teljes mérvű kielégítése, s éppen ezt nyújtja maga a szolgáltató, illetve az eladó. Ezáltal igényeket szolgál ki és szolgáltat a fogyasztó részére. Az általa gyártott reklámok kreálta szükségletkielégítési helyzetet használhatja ki a fogyasztói szerződések eladója, hogy skrupulus nélkül árazhassa túl termékeit, hiszen a fogyasztó azt megvenni szándékozik. Ezen ideológia szerint az ő érdekét szolgálja és az ő igényeit elégíti ki. Különösen, ha a termék vagy a szolgáltatás kialakításába – online kommunikáció segítette interakció révén – a potenciális fogyasztó most már sokszor bele is szólhat, a véleményét is figyelembe veszik. Ekképpen szabják igényeire a termékeket.

A fogyasztói igényre, mint szükségletre disztिंगvátlanul, általános érvennyel hivatkozni azonban csaloéka, megtévesztő lehet. Azon szükségletek kielégítésére hivatkozva adnak el ugyanis nem egy esetben multinacionális cégek a fogyasztó számára túlázott vagy számukra kedvezőtlen feltételek szerint dolgokat, szolgáltatásokat, amely igényeket éppen maguk generálták e fogyasztókban, érzelmeiket, pszichéjüket megfogó, fogyasztói profiljukra szabott manipuláló marketing praktikákkal. Ezt a mesterséges intelligencia révén tudják megtenni, amely az agyi folyamatokat kondicionálni képes, különösen egyes addiktív internetfelhasználás típusoknál. A számítógépes karakterjátékok által generált fogyasztói vásárlások különösen érintett terület e tekintetben. Megkockáztatjuk az állítást, hogy itt maga az ilyen típusú fogyasztás léte az alapvető probléma.

A fogyasztói relációkban általában olyan tömegvásárlói keresletet képes létrehozni az erőfölényben levő rosszhiszemű eladó, illetve szolgáltatást nyújtó, amelynek következtében a fogyasztó voltaképpen tudatos és megfontolt döntés nélkül, a lehető legdrágábban és a számára legkedvezőtlenebb feltételek mellett veszi meg az árut vagy a szolgáltatást. Ez éri meg ugyanis az eladónak, s ha nagy gazdasági potenciállal rendelkezik, ezzel élni is fog. Csupán arra kell ügyelnie, hogy a megvezetés ne csak ne tűnjön annak, hanem azt még egészen kivételesen jó üzletként értékelje a megvezetett fogyasztó. Érezhető azonban, hogy ez a jheringi koncepció rafinált továbbfejlesztése. E koncepcióban a felek nem egymást gazdagítva bocsátkoznak adásvételi vagy szolgáltatást nyújtó ügyletekbe, hanem a másik fél kárára és a saját maguk anyagi haszna érdekében. Ez zérus összegű játék: gazdagodni csakis a másik fél megkárosítása révén lehetséges. A feladat az, hogy ő ezt nem hogy megvezetésnek ne tekintse, hanem saját gazdagodásának tudja be. Ezért szükséges az agyi folyamatokat kondicionálni benne a mesterséges intelligencia segítségével a vásárlási szokásain keresztül, azokat mind jobban kiaknázva több és több vásárlásra készítve őt. Minden újabb vásárlás fogyasztói megjutalmazás élményéhez kell jutassa őt, amelyre szintén alkalmasak az algoritmusok, például a magasabb fogyasztói kategóriába lépés, és ezáltal a kedvezmények elérésének érzete keltésével. Ez azonban a másik fél fogyasztói kényszerének kihasználása, amely az anyagelvű egoizmus antropológiáján és értékelfogásán nyugszik. Ez nem teljesíti ki a feleket és azok kapcsolatát, sőt, roncsolja a polgári társadalom szövedékeit.

Biztos tehát, hogy ha a fogyasztó szabadon dönthetne a fogyasztói jogviszonyok létrehozásáról, akkor ő lenne a gazdaságilag erősebb fél? Ideje lenne a kognitív idegtudományok eredményeinek a fogyasztói szerződésekben való intenzív felhasználásának korában nem csak technikai értelemben felzárkózni ezen új kihívások szabályozásában, hanem egy- szersmind antropológiát és értékszemerletet is váltani. Különösen, hogy a fent említett fogyasztói relációkban már nem állnak az EU-s szabályozást megalapozó előfeltevések a fogyasztók gazdasági és tudati alaphelyzetével kapcsolatosan.

Érdemes lenne ezért szerintünk visszatérni a kötelmi viszonyok klasszikus koncepció- jához, hogy visszakapjuk azok helyessége megítélésének kritériumait. Ugorjunk tehát visz- sza az időben, hogy a társias, erkölcsös és morálisan felelős emberkép jegyében a kitelje- sedett civil társadalom fogódzóit meglegljük, amelyben a helyes szemléletű kötelmi relá- ciók, s benne korunk fogyasztói jogviszonyainak alapelveit feltárhassuk!

8. Visszatérés a kötelem klasszikus felfogásának kölcsönös igazságosságához kötött referenciájához

Amennyiben magát az 'adásvételt' tekintjük – írja Aquinói Szent Tamás Arisztotelész *Politikájára* hivatkozva –, akkor megállapítható, hogy az az abból származó azon közös előny miatt jött létre, hogy a feleknek *kölcsönösen* szüksége van *egymás javaira*. Ami viszont közös előny miatt jött létre, az nem lehet hátrányosabb egyikükre nézve sem. Ezért a köl- csönösségen alapuló szerződésnek az *egyenlőségen* kell nyugodnia.³²⁶ Azon *dolgok értékét*, amelyekre a feleknek szüksége van, az *azokhoz szabott ár* fejezi ki, s ebből a célból találták

³²⁶ Arisztotelész a (véltetően a tág értelemben értett) uzsorát a pénz leginkább természetellenes használatá- nak, „gazdálkodási módjának” tekintette. Arisztotelész, *Politika*, p. 26, I, 10. 1258b. Az uzsora ugyanis az egyezményesen létrehozott pénz teljességgel „természetellenes” használata annak eredeti és lényegi célját tekintve. Arisztotelész igazságtalannak, a dolgok természetéhez nem illőnek tartotta azt, a felek egyenlőségét, specifikusabban a kiegyenlítés igénylő viszonyosságukat sértőnek és végső soron így közösségrombolónak ítélte meg azt, mégpedig – figyelemre méltóan – a *Politikájában*. A pénzhasználatnak, s a pénznek követke- zésképpen a lényegi rendeltetése szerint az emberi viszonyok és a dolgok természetéhez kell idomulnia, már- pedig az uzsora éppen ennek az ellenkezőjét teszi. Az lényegénél fogva a dolgok, azaz az árucserre-viszonyok természetétől idegen és a polgári kölcsönkapcsolatokat azok igazságosságának sérelme révén ronsolja. Meg- állapítható tehát Arisztotelész nyomán, hogy a polgárközi viszonyokban az uzsorás jellegű üzelem magát e viszonyokat, s ezáltal a polgári közösségiséget rombolja, amikor a személyköziséget, az egyenlőséget és a viszonyosságot (kiegyenlítés) sérti a pénz és a személyközi viszonyok természetével ellentétes, igazságtalan pénzhasználat. A pénz bár egyezményes eszköz, mégis lényegi természeténél fogva a *dolgok természetéhez* igazodik, s ezért a személyek egyenlőségének, s azáltal a kölcsönösség és az ezekből összeálló polgári kö- zösségiség egyik fontos biztosítója. A pénz kifejezetten emberi közösségben való működésére utal az, hogy annak szerepének tárgyalása után Arisztotelész az igazságos elosztás kapcsán „embertársakról” ír. Ha pedig a pénzt használatában elszakítják e dimenzióban betöltött funkciójától – gondolhatjuk tovább –, akkor az könnyen közösségrombolóvá válhat, a fogyasztói társadalomban is. A pénz a cserekereskedelmet szolgálja, ám szembefordítható lényegi természetével, s akkor *természetellenessé* válik. Bár tehát a pénz *egyezményes*, és így, ha tetszik, „mesterséges” eszköz, mégis lényegi funkciója – mint láthattuk – a közösségiséghez tarto- zik. Ha pedig ezzel szembefordítják, akkor közösségellenességében „természetellenessé” válik. A pénzügyi fogyasztói jogviszonyokban a pénzügyekhez nem értő fogyasztók pénzintézetek által történő rászédését – amely végül is a kölcsönös igazságosság sérelmében ölt testet – Arisztotelész véltetően, Aquinói Szent Ta- más pedig részben a „Filozófus” nyomán, biztosan uzsorásnak tekintette volna.

ki a 'pénzt', hivatkozik Arisztotelészre [*Ethic.* 5, 5] Szent Tamás. Amennyiben tehát az ár felülmúlja az adott dolog értékét, vagy a dolog értéke felülmúlja az árat, az *igazságosság egyenlősége* sérül. Következésképpen többért eladni vagy olcsóbban venni annál, mint amennyit a dolog *valójában ér* (tehát amennyibe valós értéke és nem pedig helytelen ára szerint „kerül”), *igazságtalan és jogtalan*.

Megállapíthatjuk, hogy a nagy gazdasági erőfölénnyel bíró nemzetközi cégek és a gyenge társadalmi pozícióban levő fogyasztó alany viszonyában azonban általában nem is érzékeljük az adásvétellel együtt járó *alanyi mellérendeltséget*, s még kevésbé a jogviszony *értékarányosságának követelményét*. E jogviszonyokban az eladók nemhogy csak nyereségük korlátlan növelésére törekszenek, hanem sok esetben – ezirányú szabályozás hiányában – az adott termékpiaci viszonyok, azaz a kereslet és a kínálat, valamint az árak meghatározó befolyásolására is lehetőségük van. Úgy tűnhet tehát, hogy teljesen életszerűtlen Szent Tamás most említett gondolatait számonkérni korunkon. Nem így áll azonban a helyzet. Azt láthatjuk ugyanis, hogy ha nem így közelítjük meg a fogyasztói jogviszonyokat, akkor esélyünk sincsen az eladót, a szolgáltatást nyújtót rákényszeríteni a kölcsönös igazságosság elvének betartására. Nem lesz ugyanis érvünk erre, ha csak az *érdekek összémérését* tűzzük célul, ahogy azt az EU-s jogalkotás is teszi. Miért kellene ugyanis visszafognia érdekeit a gazdaságilag erősebb félnek? Egyáltalán, miért kellene az érdekeknek egyensúlyban lenniük, s miért minősülne etikai értéknek az *érdekegyensúly*? Avagy miért önmagában vett érték a *piac torzítatlansága* korunkban? Ezekre nem kapunk választ a *neoliberális piaci világkép* – szükségképpen – megbukása után.³²⁷

A klasszikusok által követelményként megfogalmazott és akként állított kölcsönös igazságosság elve mindezekkel szemben a kötelelem alanyai és azok relációi számára igazi etikai töltetet hordoz, mert egyenlőknek és építő kölcsönkapcsolatokban levőknek tekinti a feleket, még ha azok oly különbözőek is gazdasági erőpozíciójukat tekintve. A piaci viszonyokon belüli, azokon keresztül való fogyasztóvédelmi szabályozáson túl tehát a fogyasztói jogviszonyokat a klasszikusok szemléletében lenne szükséges lehorgonyozni, mert az nem csak véd, hanem egyszersmind humanizál is, hiszen a kölcsönös elismerő viszonyon, az önkéntes jogkövetésen és az igazságosság érényének gyakorlásán alapszik. A kizárólagosan piaci, avagy *versenyjogi szemléletű fogyasztóvédelem* korunkra azonban már elégtelennek látszik más szempontból is. Térjünk rá ennek vizsgálatára.

9. A fogyasztóvédelmi versenyjog ár-értékű összehasonlíthatóságát felváltja a komplex minőségi értékelés közösségisége

Amennyiben a *környezetvédelemmel* és a *fenntartható fejlődéssel* összefüggő ismérvek is kereskedelmi értéket jelentenek (pl. *fair* termelés és kereskedelem) – márpedig ez jelenleg a tartós trend –, annyiban már nem csak az „ár-használati érték”, hanem egyéb szempontok is közrejátszanak a *fogyasztói mérlegelésben*. Ekkor már nem lehetséges az *egyszempontú összehasonlítás*, vagyis az egy kategóriába tartozó termékek és szolgáltatások *egy fő szem-*

³²⁷ Frivaldszky, 2013a, pp. 21-82.

pont szerinti összevetése: például, hogy egy termék, vagy egy vételi opció (pl. „nagy, családi kiszerelés”) a többivel összevetve jobb-e, olcsóbb-e, jobban megéri-e?³²⁸ A legújabb változások nyomán vélhetően a *versenyjog* is át fog alakulni a fogyasztói szerződések tekintetében, hiszen már nem csak egy szempont mentén lesznek a termékek és a szolgáltatások összehasonlíthatók – a jogszabályok és a közpolitikai tendenciák által –, hanem *több* olyan kritérium szerint, amelyek ráadásul nem is kvantifikálhatóak, ezért *menyiségi szempontok szerint nem is összemérhetőek*. A *társadalmi fogyasztói kommunikációban*, illetve az érintett felek *interakciójában* lesz szükséges tehát értékelni az adott árut vagy szolgáltatást és azok valós értékét. Különösen, hogy ezek fejlesztése – mint említettük – már a fogyasztók bevonásával is történik, az ő visszajelzéseik alapján. Kérdés azonban, hogy miként valósítható meg a bonyolultabb szempontú ár-érték arányosság olyan esetekben – s ezek vannak abszolút többségben –, amikor teljesen személytelenek az online adásvételi ügyletek. A versenyjogi szempontú fogyasztóvédelmi előírások már nem fogják tudni biztosítani a *kvantifikált összevethetőség* előírásával az ár-érték arányú informált döntést, és ezáltal *közvetett* módon a szerződési egyenértékűség felé való tartást. Ehhez már nem lesz elegendő az, hogy kötelező feltüntetni az adott terméknel vagy a szolgáltatásnál a meghatározott fő – a fogyasztói döntést segítő versenyjogi – értékelési kritérium szerinti értéket, az *egységárat*. A kormányzati versenyjogi eszközök előírásai nem lesznek tehát alkalmasak arra, hogy az *összehasonlíthatóságot* előírva informált döntést hozzanak a fogyasztók, hiszen immáron számos, és főként számszakilag *nem mennyiségiesíthető humán szempontot* is kell értékelniük (pl. fenntarthatóság, *fair* termelés és kereskedelem).

10. Visszatérés a személyköziséghez: az online fogyasztói közösségek lehetséges humanizáló hatása

A klasszikus kor (azaz, ismételjük, a görög, a római és a középkor) gondolkodásmódjához mintegy visszatérve újra elérkezni látszik ezért azon időszak, amikor – a modern közjogi eszközök mellett – felértékelődnek az *önkéntes polgári igazságosság-keresés* egyes aspektusai. E gyakorlatban főszabályként a kölcsönös igazságosságra törekvő feleknek maguknak kell megtalálniuk a szerződési értékegyenlőség szempontjait, kritériumait. Ehhez viszont *fogyasztói polgári közösségekre* van szükség. Ám éppen ezt észleljük több *online fogyasztói csoportban*, azokban, amelyekben e felek névvel és ezért „személyes arccal” vállalják kereskedelmi és vevői mivoltukat, és ebbéli tevékenységüket. Ez okból kifolyólag azt mondhatjuk, hogy egyes fogyasztói, illetve „lakossági” adásvételi területeken „polgárosodni” látszik tehát még az *online kereskedelem* is.³²⁹ Biztonsági szempontokból igény mutatkozik ugyanis arra, hogy az online tér *virtuális* valóságában *személyes adásvételek*

³²⁸ Kennedy elnök a fogyasztók védelmét irányzó nagyhatású programadó üzenetében az akkori főbb fogyasztói problémákból indult ki: „The consumer typically cannot know whether drug preparations meet minimum standards of safety, quality, and efficacy. He usually does not know how much he pays for consumer credit; whether one prepared food has more nutritional value than another; whether the performance of a product will in fact meet his needs; or whether the »large economy size« is really a bargain.” – Kennedy, i. m.

³²⁹ Vö. Wa Chan & Yiyan Li, 2010, pp. 1033-1040.

történjenek, mert ez biztosíthatja a *jóhiszem és tisztesség* érvényesülését – amelyek egyébként polgári erények is –, másrészt ezáltal inkább valósulhat meg a szerződési kölcsönös igazságosság megkövetelte *kontraktuális egyenértékűség*. Ezek által fogyasztói értelemben *biztonságosabbá* válik az online kereskedelem, sőt, értékarányosabbakká a szerződések, hiszen a *fogyasztói visszajelzések, az értékelések* révén előálló *reputáció* alapvető *információkkal* szolgál a piac szereplőiről. Az intuitíve jelen levő szerződési igazságosság igénye a fogyasztó polgárok részéről olyan érületi és egyben racionális elvárás, amely alapján jórészt értékeléseiket megteszik, amelyek pedig a további fogyasztásaik kiindulópontjául szolgálnak. A másik oldalról, a szélsőséges eseteket tekintve (amelyek csak részben érintik az árképzést, azok módját), az online eladói/vásárlói közösségből való kizárást is eredményezheti a fogyasztói szerződéskötéssel és azok teljesítésével kapcsolatos alapvető etikai normák súlyosabb vagy rendszeres megszegése. Jó reménységgel feltételezhetjük, hogy ezen online fogyasztói közösségek létrejötte és adásvételi gyakorlata az adásvétel személyközi *megbízhatóságának* növekedését, és ezáltal az általában vett polgári kölcsönös megelégedettség erősödését fogják eredményezni éppen a személyközi relációkban megvalósuló szerződési egyenértékűség megbízható érvényesülése révén.

Talán utalhatunk arra, hogy az 1900-as évezredforduló környékén megtapasztalt tözsdei személytelen manipulációk a búza árával, majd a fordista dehumanizáló termelési viszonyok után a digitalizált, s ezáltal virtualizált online kereskedelem paradox módon a fogyasztói közösség részbeni személyessé válásával mutatja meg azt, hogy nem maga a technikai környezet a döntő egy gazdaság emberségessége vagy embertelensége tekintetében. Ezek mellett a humán dimenzióknak való tért engedés öszinte szándéka és valósága az, ami valójában emberivé teheti a termelési viszonyokat és igazságossá az adásvételi ügyleteket. A kereskedelem és a termelés módja képes ugyan humanizálni vagy elemberteleníteni, ám inkább azon emberszemlélet érvényesülése tűnik döntő tényezőnek, amely ezek mögött rejtőzik. A fő kérdés tehát az, hogy ezek engedik-e vagy sem érvényesülni a klasszikus szerzők által megfogalmazott, alanyok közti – hangsúlyosan személyközi – kölcsönös igazságosságot, amely az adásvétel (közvetett) tárgyát képező dolog reális értékéhez, árához szabott. Amennyiben ez érvényesül, a munkás, a tulajdonos, a kereskedő joggal érezheti úgy, s ez általában így is van, hogy értékes a munkája és fontos a tevékenysége az adásvétel másik szereplője számára. Ekkor az alanyok személyükben is, és nem csak anyagiakban gazdagoknak ezen ügyletek révén. Ez esetben a kereskedelem humanizál.

A kereskedői piac késő középkor utáni, humanizmus idején való kialakulásakor e polgári viszonyokat annak erkölcsössége révén való humanizáló jellegének volt kiemelkedő szerepe a polgárok városi közösségeiben, a piaci interakciók ezreiben.³³⁰ Ezek elméleti alapjául azonban ott állt a Szent Tamás által összegzett késő középkori tudás az adásvételi szerződések kölcsönös igazságosságáról és annak emberi (polgári) közösségek közjavát szolgáló voltáról.

³³⁰ Bruni, 2010. Vö. Zamagni, 2011; Bruni & Zamagni, 2013.

11. A fogyasztó személyes vásárlási szokásaira szabott dinamikus árképzésben rejlő veszélyekről

Már többször utaltunk a jelenségre, azonban most kissé behatóbban szükséges vizsgálni a szerződési igazságosság követelménye szempontjából a manapság olyannyira elterjedőben levő 'dinamikus árazás' gyakorlatát. Ez eredetileg a szállodai és a légitársasági (repülő) szolgáltatások körében jelent meg, és célját tekintve minél inkább *a fogyasztók személyére* szabott rugalmas árazás technikáját jelenti. Ezt az egyes fogyasztói szokásokat monitorozó mesterséges intelligencia vezérelte marketing programok használata teszi lehetségessé. Ez miközben jelentős eladásnövelést, s így profitmaximalizálást tesz lehetővé ezen említett területeken és általában a hasonló típusú fogyasztói szerződésekben is, ugyanakkor e technikák tisztességszerűsége szempontjából komoly problémákat is felvet a fogyasztók értékelésének területén. Nem véletlenül van ez így. Az nem elegendő ugyanis egy fogyasztói szerződés árának tisztességszerűségéhez, hogy az adásvételi szerződés fogyasztó vásárlója a vele szemben alkalmazott pszichológiai hatásmechanizmus okából, azaz a személyére szabott dinamikus árazás machinációja révén szubjektív percepciójában az ügyletet – az árát kifejezetten „jutányosnak” érezve – öreá nézve kedvezőnek ítélje. Tudvalevő, hogy a fogyasztó elvont szinten úgy általában véve nem tekinti azt tisztességesnek, ha a „mértányos” ár, azaz a „jó vásár” érzetét úgy keltik benne, hogy őt kiismerve, rá szabott eladási stratégiát alkalmaznak *vele szemben*. Nem tekinti *fair*nek, ha ily módon adott esetben az áru vagy a szolgáltatás valós értékénél drágábban adnak el neki valamit, vagy egyáltalában, olyan fogyasztói szerződést köttenek meg vele, a jutányos árra apellálva a vele való szerződéskötési interakcióban, amely szerződést ő esetleg meg sem kötötte volna ezen „jutányos ár” érzetének keltése hiányában. Mindez rámutat arra, hogy az egyéni fogyasztói szokások és vásárlási igények, illetve az ár-érték korreláció szubjektív percepciója nem írhatják felül a *valóban igazságos ár képzése iránti érzéket* és annak jogos elvárását, igényét. Ez utóbbi a közgondolkodás szerint minden fogyasztói mérlegelés alapja, és minden ilyen szerződés megkötendősége megítélésének fő kritériuma, ami a csere igazságosság követelményeként a szubjektív igazságosság-érzetet is orientálja. A fogyasztó következképpen az objektív igazságosság szerinti árhoz képest szeretne „még jobb” üzletet kötni. Ez viszont egyrészt nem feltétlenül reális gazdasági szempontból, másrészt nem is minden tekintetben erkölcsös az Angyali Doktor morál- és jogfilozófiája szerint. Nem elég a fogyasztó számára az, hogy ő úgy érzi, hogy jól járt, hanem azt is szeretné tudni és biztosítani látni, hogy az objektíve mértányos árhoz képest kötött jó vásárt. Az eladó pedig ezt az érzetet kívánja úgy biztosítani a számára, hogy mindeközben ő maga az igazságos árnál drágábban, illetve a saját maga számára kedvező szerződési körülmények mellett adja el az árut, vagy nyújtja a szolgáltatását. Tehát az eladó rá akarja szedni a fogyasztót úgy, hogy közben a kifejezetten előnyös üzlet megkötésének érzetét kelti benne.

A fogyasztói vásárlásra ösztönző pszichológiai eladási technikák jól ismertek (az ár „9”-es számjegyekre csökkentése, az árukapcsolás jól bevált praktikája, az olcsóbb és a drágább opciók mesterséges képzése, hogy a fogyasztó a legmegfelelőbbnek tűnő közbülsöt válasz-

sza, a jó vételről való lemaradás félelme keltésével az utolsó esélyű vásárlásra sürgető fokozott érzület keltése stb.), azonban a dinamikus, személyre szabott árak képzése a hagyományos eladási stratégiák keltette etikai kérdések mellett újabbakat is felvet.³³¹

Mivel a személyre szabott dinamikus árképzés a fogyasztók személyes fogyasztói szokásainak az *általuk generált digitális adatokon* nyugvó kiismerésén és e fogyasztói igények manipulatív befolyásolásán alapul, így már e területeken nem igen értelmezhető a jól informált fogyasztó *racionalis akarati döntésén* alapuló szerződéskötési logika, és az e tézisen nyugvó jogi szabályozási törekvés létjogosultsága. A fogyasztókra szabott dinamikus árképzés csak tökélyre fejleszti azt, amit a fogyasztói árak és eladási feltételek alakításának marketing technikái a fogyasztói vágyak manipulálása tekintetében már évtizedekkel korábban műveltek.

A mesterséges intelligencia dinamikus árképzésre való alkalmazásakor a fogyasztó már nem tudhatja, hogy voltaképpen mit akar, hiszen tulajdonképpen eredeti értelmében nem az ő akarata vezérli azt a szerződéskötésre irányuló tartalmat, amely az eladó érdekében működő mesterséges intelligencia algoritmusa által irányított agyi folyamatok eredményeképpen alakul ki benne. Az online fogyasztói jogviszonyok eladói a személyre szabott dinamikus árképzéseik révén az internetes eladásaik maximálása érdekében nagyon intelligens működésre programozott algoritmusokkal perszonifikált módon hatnak az egyes konkrét fogyasztók tudattartalmaira, specifikus vágyaira, *elégedettségi érzéseire*, azaz vásárlással kapcsolatos agyi kognitív folyamataira, s mindezért a fogyasztói „döntések” meghozatalára. Formálisan ugyan ő hozza meg elhatározásait, azonban azok tartalma az internetes eladók által nagymértékben kondicionálható. A kognitív idegtudományok felhasználásával és a mesterséges intelligencia által végzett adatelemzés jelen fejlettségi szintjénél az eladást sulykoló internetes programok használata révén az agyban olyan *vásárlásra ösztönző ingerületek kelthetők* a fogyasztókban, hogy a fogyasztói vágyak, igények alakulásának percepciója, éppen azok nagymértvű manipulálhatósága miatt, nem lehet immáron a végső instancia a vásárlás indokoltsága, illetve a termék ára igazságosságának szubjektív megítélése tekintetében. E problematika mutatja azt, hogy jogalkotási eszközökkel aligha lehet az igazságosság feltételeit érvényre juttatni, hiszen e dinamikus személyre szabott árazás tekintetében *maga a fogyasztó igényli* az ő személyes igényeire szabott „kedvező” árak kialakítását (*'customization'*), miközben nem tudhatja azt, hogy éppen az ő szokásainak és igényeinek algoritmikusan leképezhető megismerése teszi lehetővé az ő *észrevétlen rászédhetőségét*. Szó sincs tehát arról, hogy ő maga befolyásmentesen akarná azt, amit végül megvesz. Mindeközben az online vásárlás keresőprogramjai által előálló adatok bonyolult kielemezhetőségét maga a fogyasztó teszi lehetővé azáltal, hogy a tevékenysége *által generált adatok gyűjtését engedélyezi*, de legalábbis azt lehetővé teszi a vásárlási internetes felületek alkalmazásainak használatával. E problémakör megoldása nem az lenne, hogy jogszabályilag megtiltják az online böngészési és a szerződéskötési fogyasztói adatok gyűjtését és kielemezését a – deklarált célja szerint – fogyasztó számára kínált „legjobb áru” és legkedvezőbb feltételű szerződés felkínálása céljából, hiszen erre a fogyasztónak is igénye van, hanem annak megcélzása, hogy ezzel *ne éljenek vissza* a fogyasztó kárára, őt megvezetve, szándékait kijátszva. Az előre mutató irány tehát nem a fogyasztó oldalán újabb

³³¹ Vö. Haws & Bearden, 2006, pp. 304-311.

többletjogok telepítése, hanem szemléletet váltva arra való ösztönözése a termékgyártóknak, szolgáltatás nyújtóknak, hogy tisztességes árképzést alkalmazzanak, mégpedig a kölcsönös igazságosság szerinti objektíve igazságos árra törekedve.

12. A fogyasztók igényeire szabott szolgáltatások korában megmutatkoznak a közjogi fogyasztóvédelmi beavatkozások korlátai: vissza a klasszikus kötelmi szemlélethez?

Úgy véljük, hogy az általában vett *szerződési igazságosság* egyik megújulási terepe a *fogyasztói szerződések* fenti értelmű újragondolása. Miközben a fogyasztóvédelmi jog a szerződési igazságosság érvényesülése irányába mozdította el kétségkívül e kereskedelmi szerződések tartalmait, mégsem e jogalkotói beavatkozás révén bizonyos, a fogyasztókat kógens vagy hangsúlyos módon védő – jobbára fogyasztói jogosítványokat telepítő és eladói többletkötelezettségeket támasztó, illetve meghatározott jogkövetkezményeket előíró – szabályok további erősítése és azok szaporítása lenne a szerződések kölcsönös igazságosságának biztosítása tekintetében az üdvös (*'salutare'*) kibontakozás útja. Nem biztos, hogy szerkezeti szempontból az a legjobb, ha az így tekintett speciális jellemzőjű fogyasztóvédelmi jog révén mozdulnának el a kereskedelmi jogban a viszonyok a szerződéses igazságosság irányába.³³² A feleket kellene inkább arra ösztönözni, hogy a kölcsönös igazságosság jegyében irányuljon a figyelmük és *akaratauk* az igazságosság ár és egyéb szerződéses kötelezettségek és jogosultságok egyensúlyának megtalálására. Közép- és hosszú távon ez biztosíthatja a kommutatív (kölcsönös vagy „csere”-) szerződési igazságosság érvényesülését, s ezáltal a polgári kölcsönkapcsolatok virágzását a polgári társadalomban. Figyelemre méltó e tekintetben, hogy – az előző részben tárgyalt – személyre szabott fogyasztói árak dinamikus árképzését sokszor azért nem merik alkalmazni a menedzserek, mert amennyiben az ezekkel való (vissza)élést a vásárló fogyasztók észlelik, azt nagy valószínűséggel negatívan ítélik meg, mivel azt úgy értékelik, hogy ezzel kiszolgáltatott helyzetüket kihasználva rászedték őket. A személyre szabott dinamikus árképzés tehát a fogyasztók értékítélete szerint könnyen válhat igazságtalanná, rászedéssé, megvezetéssé, a fogyasztó becsapásává. Ezt volt módunk az imént taglalni.

A fogyasztói jogviszonyokba való egyre erősebb közjogi beavatkozások hazai, illetve európai uniós szinten e folyamatok mögötti azon mentalitást tárják fel, miszerint a magánjog korunk felfogása és az ezen alapuló joggyakorlat szerint önmagában nem képes e szerződéstípusokban a kölcsönös igazságosságot biztosítani, és ennek következtében a fogyasztók jogai, voltaképpen a szociális-gazdasági érdekei tömegesen sérülnek. Ez a közjó és az igazságosság eszméjével ellentétes, azon túl, hogy piactorzító hatással is van, ami szintén elsősorban a fogyasztók érdekeire hat ki negatívan. Mindennek mélyen fekvő oka az lehet, hogy nem helyes általában az adásvételi szerződésekről, azok helyességéről és igazságosságáról alkotott elképzelésünk, és ez különösen erős módon mutatkozik meg azokban a fogyasztói jogviszonyokban, amelyek szociológiai értelemben egyenlőtlen erőpozícióban levő felek között kötődnek.

³³² Ld. Bertolini, 2023, p. 56.

Az esetleges jogszerű állapot – jó okkal feltételezhetően – a fogyasztót védő közpolitikai célzatú jogszabályok *kikényszeríthetősége* következményének tudható be. Márpedig a polgári jog dogmatikai rendszere nem azért számol főszabályként diszpozitív és mellérendelt alanyokkal, hogy aztán a közjogi szabályok kényszere révén érvényesüljön valamelyest e jogviszonyokban a „kölcsonös”, azaz a kiegyenlítő jogi igazságosság. A polgári jog – ahova a fogyasztóvédelmi jog is alapvetően tartozik – eleve azon az előfeltevésen alapul, hogy az egyenlő magánjogi pozícióban levő felek jogi tekintetben is polgártársak, ezért egyenlő jogalanyokként a jogviszonyokban ilyeneként elismerik és tisztelik egymást, ezért nem kívánják egymást jogi vagy egyéb eszközökkel megkárosítani, kihasználni, vagyis a jogviszony tartalmi elemeit a maguk javára torzítani. Ennek az elvi premisszának a fogyasztói jogviszonyokban való érvényesüléséhez alapvető szemléletbeli változásra van szükség, akárcsak a magánjogi adásvételi szerződések tekintetében, amely tágabb kötelmi jogi területhez a fogyasztói szerződések is tartoznak. A nemzetközi kereskedelmi jogban, a nemzetközi választottbíráskodás gyakorlatában és az UNIDROIT szerződési elvek tekintetében mutatkoznak ilyen irányú pozitív változások.³³³

Realisztikusan be kell látnunk, hogy a fogyasztói jogviszonyokba beavatkozó – egyébként helyes célzatú – közjogi intézkedések alapvetően nem képesek hatékonyan megrendszabályozni a jellemzően multinacionális cégek fogyasztói szerződéseket eltorzító önérdékvényesítő potens akaratát, és így elejét venni egy alapvetően helytelen jogfilozófiai szemléletből fakadó számos visszaélési helyzet kialakulásának. A tapasztalatokból utólag tanulva, a felismert visszaéléseket a jövőre vonatkozóan meg lehet valamelyest akadályozni, de az újakra nem lehet előre felkészülni, mert azokat az önérdékvérelt jogsértő fogja produkálni úgy, ahogy azt a profitmaximalizálási vágya az adott új életviszonyban számára diktálja.³³⁴ A *túlszabályozás* szülte közjogi *eljogiasítás* jelensége a szakemberek által jól ismert probléma.

Ahol az *egészségre ártalmasságot* vagy a nem kiszámítható *nagy károsodást* van hivatva megelőzni a szabályozás, ott teljesen rendjén való továbbra is a kormányzati beavatkozás. Így például az élelmiszerek, a gyógyszerek, a gyógyhatású szerek, a kozmetikai szerek, az állateledelek, a közlekedési eszközök, a gyermekjátékok és a fogyasztói pénzügyi műveletek terén, de a sort még folytathatnánk. Ekkor el kell fogadni az ezekkel járó adminisztratív és jogi többletterheket, még akkor is, ha ez indirekt (indokolt) árnövekedést okozhat. A gyártók ez elleni – bár látszólag a szabályozást önmagában nem, hanem csak annak módját vitató – panaszai nem akceptálhatók.³³⁵ A fogyasztók igényeire szabott *diverzifikált*

³³³ Frivaldszky, 2016a, pp. 113-140.

³³⁴ Elég csak arra gondolni, hogy miként álltak hazánkban a bankok eredetileg a devizahiteles fogyasztói hitelek nyilvánvaló problémájához. Végül államilag alkotott joggal kellett beavatkozni e jogviszonyokba, miközben érzékelhető, hogy a mentalitás a kereskedelmi bankoknál e jogviszonyok igazságossága tekintetében aligha változott meg. Továbbra is előfordul, hogy a pénzügyi fogyasztók számára – komparatív szempontból – nyilvánvalóan előnytelen ügyleteket erőltetnek az általuk választani kívánttal szemben, miközben a törvényileg kötelező pénzügyi tájékoztatás is sokszor csak formálisan történik meg.

³³⁵ Érdemes egy korai cikket példaként hivatkozni: Hardin, 1979, pp. 50-57. Tudvalevő, hogy az élelmiszerekre, gyógyszerekre és a kozmetikai szerekre vonatkozó fogyasztóvédelmi szabályozások az USA-ban már jóval korábbiak. 1900-ban került elfogadásra az első élelmiszer-törvény, majd megalapították ennek érvényesítésére az Élelmiszer- és Gyógyszerellenőrző Hivatalt. Fazekas, 2022, p. 16. Ám ez csak a kezdet volt:

fogyasztói javakat termelő posztfordista gazdaságban azonban az említettek mellett újabb problémák is adódtak. Ezek jobbára az internetes szerződéskötéssel, a jogok és köteleességek egyensúlyával voltak összefüggésben, valamint az online vásárlásokkal összefüggő csalások kiszűrését teszik ma is mindenekelőtt sürgetővé.

A fő irány, ami az igazán *hatékony* jogi fogyasztóvédelmet erősítené, az lenne, ha az *önkéntes jogkövetésre* tudnánk jobban hagyatkozni már a szerződéskötéskor, sőt, már a marketingnél és a szerződési ajánlat megtételekor. Ehhez azonban a fogyasztói jogviszonyok polgári jogi, *szinallagmatikus* jellegének hangsúlyozása és annak a *kölcsönös igazságossághoz* kötött voltának valóságos érvényesülése lenne elsőrendűen fontos.

Az alanyi egyenlőségből is fakadó szimmetriát és az ebből fakadó szinallagmatikusságot manapság már nem szoktuk érezni a fogyasztói szerződések tekintetében, mert nagyfokú gazdasági erőfölényben megmutatkozó aszimmetria áll fenn az eladó/szolgáltatást nyújtó javára, ami jellemzően nagyvállalat, sőt, tipikusan multinacionális cég szokott lenni. Ezért korunk jogásza már nem is gondolja azt, hogy a fogyasztói adásvételekben és a fogyasztói hitelezésekben *értékarányosságnak* kell fennállnia a dolgok, azaz a jogviszonyok közvetett tárgyai között. Ehelyett inkább az *érdek-kiegyensúlyozásban* látja a fogyasztóvédelmi jogalkotó e jogviszonyok egyenlősítésének lehetőségeit. Normatív közbeavatkozásakor sem tűzi tehát célul a kölcsönös igazságosság személyközi követelményét, minthogy nem a jogviszony közvetett tárgyainak összemérhető *dologi egyenlőségében* látja biztosíthatónak a kiegyenlítő igazságosság követelményét. Sokkal inkább valami szociális társadalmi igazságosságban, amelynek érvényesítése révén a gyengébb szociális alanyt, azaz a fogyasztót pozíciójában törvényi (jogalkotási) úton szükséges megerősíteni. Ez rendben is van így, azonban ezután a kölcsönös igazságosság megkövetelte dologbeli egyenlőségre kellene a figyelmet összpontosítani avégből, hogy a fogyasztói jogviszonyok millióiban a hétköznapiakban az önkéntes jogkövetés révén uralkodjon a kiegyenlítő igazságosság. Ehelyett az érdekek kiegyensúlyozása, vagyis a fogyasztói érdekérvényesítés jogilag védett (többlet)lehetőségei állnak a fogyasztóvédelmi jogalkotás homlokterében. Ez a törekvési irány, eredőjét tekintve – mint láthattuk –, a Rudolf von Jhering egoizmuson alapuló jogszemléletéig visszanyúlóan a modern német magánjogi fejlődés szemléletmódjának, de az angolszász ember- és társadalomképen nyugvó individualista-utilitarista jogkoncepciónak, továbbá az EU-s liberális piaci logikának, annak ember- és társadalomképének felel meg, miközben az ezekkel szembefutó, ám szintén konfliktusos érdekhelyzetekben gondolkodó szociálisan érzékeny baloldali-liberális *paternalista* szabályozási gondolati hagyományba is jól illeszkedik. Korunk domináns jogelméleti irányzatainak képviselői sajnálatos módon nem érzékelik az adásvételi (vagy fogyasztói szolgáltatás igénybevételi) jogviszonyban megvalósuló dolgok cseréjében az *egyenlőség*, mint jogi és etikai kölcsönös igazságosság elvének követelményét. Nem, mivel a *jogviszonyt magát*, mint a felektől önálló entitást sem percipálják immáron, hanem csak a *két fél egymásnak feszülő érdekszféráját*, amelyek tehát

„1938-tól lendületet vett a szövetségi fogyasztóvédelmi jogalkotás. Ekkor módosították a Szövetségi Kereskedelmi Törvényt többek között azzal a kifejezett céllal, hogy ex lege biztosítsák a fogyasztói érdekek érvényesülését. Ugyancsak 1938-ban fogadta el a Kongresszus a Food, Drug and Cosmetic Actet, amely pl. a termékbiztonság növelése és a megfelelő tájékoztatás céljából kötelezővé tette a termékek feliratozását.” – Fazekas, 2022, p. 16.

csakis *egymás ellenében* érvényesülhetnek. A fogyasztóvédelmi jogalkotási intézkedések ezért az eladókkal, szolgáltatást nyújtókkal *szemben* kikényszerítettek lesznek, s nem pedig azok által *belátható* és ezért *belátott* igazságossági elvek érvényesítésének tekinthetők, amelyeknek nekik maguknak is egyébként eleget kellene tenniük, ha az *igazságosság eredményének* gyakorlására törekednének. Ez utóbbi klasszikus jogelv szerint *állandó és kitartó akarat*tal kell törekedni arra, hogy megadjuk a másinak az őt megillető jogos dolgot. Ez biztosítja, illetve garantálná a gyakorlatban a fogyasztói jogviszonyok alanyai számára a *kölcsönös megelégedettséget*. Az objektív elállási jog intézménye így valóban inkább csak *ultima ratió*nak minősülne, amely szükség esetén *helyreállítja* a fogyasztói jogviszonyban az eredeti egyenlőségi állapotot, és nem pedig egy indokolatlan használatra is alkalmas olyan voltaképpeni „*jolly joker*” lenne, amely az erőfölényével visszaélésre hajlamos eladóval/szolgáltatást nyújtóval szembeni jogi indok és racionális érv nélküli „*aduász*” a fogyasztó oldalán. Ő egyébként szintén vissza tud élni e – jogalkotó által telepített – jogával, ahogy ez olykor meg is történik.

Ilyen a helyzet akkor, amikor a felek a *kölcsönös bizalmatlanság* légkörében kölcsönösen rá akarják szedni egymást. Az ilyen gyakorlatok, tömeges elharapódzásuk esetén, még inkább elidegenítik egymástól a feleket és elfordítják figyelmüket a kölcsönös igazságosság jogi követelményeinek *kötelező erejéről*. Mindeközben a gazdasági prosperitásnak, a piaci viszonyoknak – ami eleve a közbizodalmon nyugszik – is ártanak, s nemkülönben rombolják a polgári társadalom szövedékeit is.

A *személyköziséget* mint a jogviszony önálló elemét, amelyben azt a dolgok egyenértékűsége kell, hogy fémjelezze, csupán a klasszikus, azaz a római jogi és a középkori gondolkodás örökségét folytatók érzékelik, s különösképpen a szent tamási természetjogi tant eredeti formájában művelők. Nem tanulság nélkül való tehát, ha elméletének főbb lényegi elemeit felelevenítjük.

Aquinói Szent Tamás szerint a kölcsönös igazságosság megkövetelte egyenértékűség a kereskedelmi adásvételi jogviszonyokban nem csupán jogossági, hanem egyszersmind etikai értelemben vett igazságossági kérdés is. Következésképpen – témánkra ugorva – a fogyasztói jogviszonyokban az átveréseknek és az alapul fekvő fogyasztói kiszolgáltatottságnak a leginkább úgy lehetne elejét venni, ha a magánjogi egyenjogúságra és az ebből fakadó kölcsönös igazságosságra fókuszálnánk, amely az adásvételben foglalt dolgok egyenértékűségének követelményében ölt a leginkább testet. Ezt a piac logikája sem hatálytalaníthatja. A fogyasztó igazi emancipációja abban állna, ha a magánjogi egyenlőségben hinnénk, bármennyire – globális mértékben is – erős és gazdaságilag hatalmas fél is a fogyasztói jogviszony eladó, szolgáltató fele.³³⁶ A magánjogban jogi értelemben mindenki egyenlő

³³⁶ Mivel a ma domináns jogfelfogás mellett a fogyasztók érdekeit a leginkább az állami fogyasztóvédelmi hatóságok képesek védeni, hiszen az állam által gyakorolt hatósági kényszerítőeszközök állnak a rendelkezésükre, így elsikkad az állami fogyasztóvédelem rendszerében a fogyasztó magánfél (a természetes emberi személy) jogi eljárásban való fogyasztói érdekérvényesítő státusza, a fogyasztói jogi érdekérvényesítési eljárási jogviszonyokban az ügyféli státuszuk. Vö. Hámori, 2022, pp. 27-77.; Hámori, 2023, pp. 63-68.; Hámori, 2024, pp. 167-183. A fogyasztó következőképpen ezen eljárásokban sem teljes jogú jogalany. Ez mutatja meg az állami fogyasztóvédelem túlsúlyos jellegének nemcsak hátulütőit, hanem alapvetően hibás alapkoncepcióját is.

fél, hiszen a polgári társadalom a mellérendelt, azaz az eszmeileg egyenlő magánfelek egymást ekként elismerő és ennek jegyében cselekvő alanyok viszonyrendszerén alapul.

Talán már érzékelhető, hogy valóban nem haszontalan, ha azon szerző gondolataihoz nyúlunk vissza, aki az adásvételi és a kereskedelmi viszonyokat hangsúlyosan a személy-köziségben horgonyozta le, a jogi és az erkölcsi követelmények egységét ott ekképpen alapozván meg. Pillantsunk tehát bele mélyebben az Angyali Doktor okfejtésébe.

Szent Tamás az adásvétel kölcsönös igazságosságából fakadó követelmények vizsgálatát azzal kezdi – mint az nála, illetve a dialektikus érvelésben Szókratésztől kezdve szokásos –, hogy érvelésében a *közvélekedésben* megmutatkozó *vélemény adta látszat* szerint *helyesből* indul ki. Ennek megfelelően a kérdést, miszerint „jogszerű-e valamit többért eladni, mint amennyit ér”, első megközelítésben úgy válaszolja meg, hogy „úgy tűnik” igen, jogszerű.³³⁷ Ez tehát az, amit a látszat sugall. Ezt az tűnik igazolni – halad skolasztikus érveléstechnikai érvfonalra mentén –, hogy az ember alkotta jog szerinti szerződésekben a polgári jog határozza meg azt, hogy mi az igazságos. Márpedig e jog szerint törvényes, ha a vevő és az eladó kölcsönösen becsapja egymást: ami azért van, mert az eladó arra törekszik, hogy a dolgot többért adja el, mint amennyit ér, a vevő pedig arra, hogy kevesebbért vegye meg, mint amennyit ér. Ezért törvényes egy dolgot többért eladni, mint amennyit ér. További érv emellett az is, hogy a közvélekedés és a napi gyakorlat is azt mutatja – itt a Szent Ágoston által hivatkozott komédiás szavaira, illetve a *Példabeszédek könyve*³³⁸ egy szöveghelyére utal Szent Tamás –, hogy a vásárló is olcsón akar venni és drágán eladni,³³⁹ illetve a vásárló becsmerli az árut, amikor azt megveszi – hogy olcsón megkapja –, ám amikor már megvette, dicsekszik vele.³⁴⁰ Márpedig ami *általános gyakorlatként* mindenki számára közös, az *természetes* jelleggel bír, s így az nem lehet bűn – fogalmazza meg Szent Tamás³⁴¹ az ebből levonható közkeletű érvet, amit majd cáfolni fog. Éppen ezért – írja most még – jogos az eladó számára jobb áron eladni és – másrésről – áron alul vásárolni egy bizonyos dolgot.

Ezzel kapcsolatosan érdemes megfontolni azt a hétköznapi helyzetet, amikor egy fogyasztó például szubjektíve érezheti úgy, hogy nagyon olcsón és jó feltételekkel tett szert valamire, miközben lehet, hogy valójában kihasználták az eladóhoz képest gyengébb szociális-gazdasági helyzetét, voltaképpen manapság az *információhiányát*. Az *információs aszimmetria* miatt nincs ugyanis azon ismeretek birtokában, amelyek alapján megítélhetné, hogy mennyit is ér voltaképpen az a termék vagy szolgáltatás, amelyet „vissza nem térő akció keretében rendkívüli kedvezményes áron” kínál neki – tipikusan – az adott nagyvállalat. Nincsen továbbá alkul helyzetben sem az adásvétel ára, sem az azon túli szerződési feltételek meghatározása tekintetében, amelyek az árral együtt adják az ügylet lényeges elemeit. Az 'általános szerződési feltételek' szükségképpen elfogadása, amelyek a fogyasztói szerződések részét képezik, sokszor nem kerülnek az árral együtt egyértelmű módon megjelenítésre, azzal egyenlő mértékben kinyilvánításra. Mind a két fél gondolhatja

³³⁷ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 1.

³³⁸ „Milyen rossz! Milyen rossz!« – mondja a vevő, aztán útjára megy és nagyra van vele.” – Péld 20,14.

³³⁹ Szent Ágoston, *De Trinitate*. 13, 3.

³⁴⁰ Aquinói Szent Tamás: *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 1.

³⁴¹ Aquinói Szent Tamás: *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 1.

tehát azt, hogy a termék vagy szolgáltatás valódi értékéhez, s az azt kifejező tényleges árhoz képest jól jár a fogyasztói ügylettel, csak hogy valójában legtöbbször a fogyasztói szerződések eladói pozíciójában levők esetében áll meg ez az állítás. A nagyvállalat nem csak jól jární kíván, hanem a lehető legnagyobb nyereséget akarja realizálni, s ehhez meg is vannak az eszközei: tulajdonképpen annyiért ad el valamit, amennyiért tudja. A fogyasztó pedig – a hagyományos értelmű vásárlóval ellentétben, aki vélt vagy valós szükségletei kielégítésére veszi meg az árut – eleve azért minősítettik ilyennek, mert fogyasztani, vásárolni kíván, s ez adja a lételemét, amit az eladó nagyvállalat kihasználhat, s visszaélhet a fogyasztó ilyen fogyasztáskényszerével. Egy ilyen cég fogalmilag nem lehet etikus, mert erkölcsösek csakis *emberi személyek* lehetnek cselekvéseikben, s nem pedig intézmények. Minél kisebb, s ezért személyesebb egy cég, annál inkább dominálhat benne az etikus megfontolás és viselkedés. Itt kell megjegyeznünk, hogy a főként *családi* vezetésű *mikro-, kis- és középvállalkozások* esetében a vásárló olyan alany, akinek *valós személyes elégedettsége* *személy szerint és mint etikus és értelmes célra törekvő embernek* fontos az eladónak (cégvezetőnek, kereskedőnek), így főszabályként oly módon sem kívánja a vevőt átverni, hogy azt az adott helyzetben ő (a vásárló) még nem érzékelheti. E vállalkozások tagjai (tulajdonosai, munkavállalói) számára – mint már korábban említettük – fontos a tisztesség, s az, hogy ne csak rövid-, hanem közép- és hosszú távon legyenek velük elégedettek a vásárlók, akik legtöbbször egyszersmind egyébként polgár- és honfitársai is. Az ilyen típusú *hazai* családi vállalkozások viszonylatában tehát voltaképpen nincsenek fogyasztók a vevői pozícióban, s az eladók etikussága miatt – főszabályként – *nincs is szükség* fogyasztóvédelmi intézkedésekre. A *családi cégek* nevei sokszor a cégalapító *családjaik vezetéke*neveit tartalmazták, azaz a család saját *hitelét, erkölcsi integritását* viszi bele a kereskedelmi viszonyaiba. A személytelen, mert digitalizált és formalizált online kereskedelem megjelenése e téren némileg módosíthat az itt előadottakon.

A fogyasztó tehát szerzésvágyától fűtve érzékelésében megcsalatva úgy vélheti, hogy áron alul és kivételesen jó feltételekkel jutott az áruhoz, vagy a vásárolt szolgáltatáshoz. Számos esetben azonban ez csak „optikai csalódás” keltette szubjektív érzet, és valójában jóval a tisztességes áron felül és emellett az ahhoz kapcsolódó kedvezőtlen feltételekkel vásárolta meg a terméket, vagy vette igénybe az adott szolgáltatást. A ’tisztességes ár’ – Szent Tamás nyomán adható – fogalmát most nem kíséreljük meg tisztázni, az viszont elmondható, hogy az semmiképpen sem lehet azonos azzal, hogy mennyit hajlandó legtöbbet érte fizetni az adott esetben – a szüntelen fogyasztásra szocializált – fogyasztó.

Elfogadható lehet az adásvételi relációkban „egymást” kölcsönösen megpróbálni átverni? – tehetjük fel újra a két évezredes kérdést, miközben a fogyasztói szerződések esetében nyilvánvalóan csak az eladó tehet meg ilyet, s a fogyasztó legfeljebb csak annak illúziójában ringathatja magát, hogy kivételesen jó üzletet kötött. Ám átverés-e az, ha abban mind a két fél, az eladó nagyvállalat és a fogyasztó egyaránt formálisan „megegyezik” (bár mindkettő saját maga felé látja eltolódni a kölcsönös igazságosság középértékétől az egyensúlyt)? Lehetséges-e egyáltalán a dolog valós, helyes értékét képviselő árhoz viszonyítva – az üzleti perspektíva szerint – *egyszerre nagyon olcsó és ugyanakkor drága egyugyanazon termék?* Olyan helyzet nem csak lehetséges, hanem felettébb kíváncsú is, amikor *mindkét fél ténylegesen* jól jár az üzlettel, de nem az igazságosság ártól feléje való jelentős eltérés eredményeképpen, vagyis a sikeres nyereszkesedés, ügyeskedés révén. A felek közötti igazságosság

adásvétel emeli emberi és esetleg kapcsolati minőségüket, míg az egymás megrövidítésére való törekvés rombolja azokat. Még akkor is, ha a gyengébb fél akarná, tudná megkárosítani az erősebbet.

Az igazságos adásvétel, s így a fogyasztói típusú is, alapvetően, főszabályként szükségletet elégít ki, ezért az azt kielégítő eladó hasznos és fontos tevékenységet végez, s ezt át is kell, hogy érezze, az anyagi megtérülése mellett is. A fogyasztó pedig különösen akkor gazdagodik, személyében is, ha igazságos ügylet révén, igazságos aktus által kerülnek igényei kielégítésre.

A tulajdonképpeni kérdés a helyes ár kialakítása tekintetében voltaképpen úgy merül fel, hogy mennyiben játszik abban közre annak a szerződés alanyai szerinti – ellentétes irányú – szubjektív megítélésű „kedvezősege”, amelyben szerepet kapnak nyilván a dolog eladásának, eladhatóságának, illetve beszerezhetőségének piaci körülményei, amelyeket azonban szintén részben személyes perspektívában értékelnek. Az eszmei támpontok nyereséért nézzük meg, hogy Szent Tamás milyen némileg hasonlatos alaphelyzeteket vett szemügyre az adásvételben létrejött helyes ár, vagy az attól való eltérés tekintetében!

Mivel a vevő számára egy adott dolog nagyon sürgősen kellhet, vagy módfelett hasznos lehet egy helyzetben, például, hogy egy fenyegető veszélyt vagy bajt hárítson el, illetve, hogy egy célt, amit nagyon áhít, elérjen, ezért lehetséges, hogy *árán felül* is megéri neki a dolgot megvenni, és ezért lehet az áránál drágábban eladni azt neki. Ekképpen hangzik a Szent Tamás által felhozott másik érv, amely plauzibilisnek tűnhet, ámbár valójában – mint majd látni fogjuk – ez a helytelen gondolkodásmód jegyében fogant. Ezen érvvel szemben a dominikánus szerzetes az *arany szabályt* hozza fel, amely szerint „mindazt, amit szeretnétek, hogy az emberek veletek tegyenek, azt tegyétek ti is velük”, márpedig senki sem akarja, hogy árán felül adjanak el neki valamit. Ezért a *kölcsönösség* jegyében nem szabad senkinek ilyen módon semmit sem eladni. A *megtévesztés* révén való *becsapás* bűnét követi el ugyanis az – kezd bele a helyes álláspont igazolásába az Angyali Doktor –, aki jogos áránál drágábban ad el valamit, hiszen felebarátját ezzel *megkárosítja*. Ezzel kapcsolatosan szerzőnk Ciceróra hivatkozik [*De off.* 3, 15], aki azt írta, hogy minden szerződésből száműzni kell mindenféle hazugságot: az eladónak nem szabad úgy viselkednie, mint aki az aukción a legjobb ajánlattevőt várja, s a vásárló pedig nem keresheti azt az eladót, aki legolcsóbban adja el neki az árut. Tudom, hogy nagyon messze járunk e gondolatokat olvasva attól, hogy a kortárs fogyasztói társadalom természetét megértsük. Csakhogy – mint már volt módunk érzékeltetni – a fogyasztóvédelem jelen szemlélet és állás szerint nagyon nem, ámde *felettébb reménytelen küzdelem* az irányban, hogy a fogyasztói szerződések valóban igazságosak legyenek, és ne az információ tekintetében kiszolgáltatott helyzetű fogyasztót megkárosítóak. Érdemes tehát ezen adásvételi ügyletek világát közelíteni Szent Tamás paradigmátikusán más szemléletű gondolataihoz, hogy némely támpontot kapjunk belőlük a valóban igazságos jogügyletek millióiban az igazságosságot elvileg biztosítani képes polgárjogi fogyasztói viszonyok létrejöttéhez. Tudva mindazonáltal, hogy a közjogi beavatkozások szükségesek maradnak. Nem mindegy azonban, hogy eleve lemondunk-e a fogyasztói szerződések belső, önkéntesen létrehozott kölcsönös igazságosságáról, s csak a közjogilag eszközölt kényszerelemekben bízunk, vagy pedig nem adjuk fel azt, hogy a felek beláthatják azt, hogy a kölcsönös igazságosság értéket jelent több szempontból is mind-

kettőjük és az egész polgári és politikai társadalom számára. El kellene fogadnunk minde-
nekelőtt azt, hogy egymás kölcsönös becsapásának kísérlete igazságtalan, a másik felet
megkárosítani szándékozó törekvés, ezért az ellentétes a polgári társadalom alapelveivel,
és ekképpen a polgári jog egész alapul fekvő klasszikus koncepciójával. Márpedig *minden*
becsapásnak minősül, ami nem igazságos! Amíg ezt nem tudatosítjuk és ezzel nem azono-
sulunk, addig nem lesz valódi igazságosságra törekvés és addig nem lesznek a fogyasztói
szerződések a kölcsönös igazságosság jegyében az igazságos árra tartóak.

Ennek elméleti rekonstrukciójához újólag hangsúlyozni szeretnénk, hogy nem a fo-
gyasztói szerződés kötelmében megjelenő felek érdekeinek egyensúlyáról, hanem a jogvi-
szony közvetett tárgyát képező dolog vagy szolgáltatás és annak árának értékarányosságá-
ról van szó, amely a kölcsönös igazságosságot biztosítani képes. Ezt természetesen a jól
működő piac szabályozza, de az észszerűség keretei kötött. Nem minden piacon kialakult
ár vagy piaci gyakorlat felel meg ugyanis az értékarányosság követelményének. A jelentős
értékeltolódás, illetve jogosulatlan anyagi előnyök kicsikarása igazságtalan, sőt, erkölcs-
telen, mert sérti a sérelmet szenvedő fogyasztó egyenjogúságát, magánjogi alanyi, azaz társas
személyi mivoltát. Amennyiben ez a személyét közvetlenül érintő interakcióban történik
(például a vendéglátásban³⁴²), akkor érezhetővé válik ennek nem csupán igazságtalan, ha-
nem egyenesen az (egyenlő) *emberi méltóságot sértő* etikai jellege. Az igazságosság erénye

³⁴² A vendéglátás mint szolgáltatás fogalma lényegileg implicálja a vendégszeretetet: „Az biztosnak látszik, hogy a vendéglátás át van szöve a legkülönbözőbb szolgáltatások sűrűjével. Ezek közül is kiemelkedik az az emberi magatartás, amelyben – az élet minden napjait átjárva – megnyilvánul a jogszabályban is nevesített *vendégszeretet*, a *vendég* (a másik ember) *feltétlen tisztelete*, *megbecsülése*. A vendéglátásnak e messze híres értéke a *lélek gyümölcse*.” – Hámori, 2010, p. 18. Amennyiben ez az attitűd kifejezetten sérül, úgy az érezhetően sértő lehet. Nagyon fontos, hogy a vendéglátás szolgáltatásszektorában megmaradjon érzékelhetőként az, hogy a szolgáltatásban a Másikért való jelleg dominál, amit a fogyasztó (itt: vendég) pozitívan értékelhet. A jogalkotói szabályozásnak ezt tiszteletben kell tartania, s ennek érvényesülését biztosítania szükséges. Itt kell megjegyeznünk, hogy hazánkban a borraivalót felváltó, jogszabályilag intézményesített ‘felszolgálati díj’ (helytelen szóhasználat: „szervízdíj”) tekintetében érzékelhető a diszfunkcionális gyakorlatok elterjedése (pl. a rá nem klikkelés esetén erkölcsi közrosszállást magával vonó, és ezért visszautasíthatatlan borraivaló „kérés” odafordított képernyőn keresztül a nagy koncertek sörpultjainál), illetve a borraivaló mint *önkéntes jutalmazó többlettartás* természetét elvevő ezen új intézmény disszonanciája. Hámori, 2007, pp. 304–316. Érdemes utalni e tanulmány összegző megfontolásaiból az utolsó szempontra, amely rámutat arra, hogy a ‘borraivaló’ igazából a vendéglátás igazán humanizáló elemeihez tartozott. Egy másik tanulmányában Hámori Antal idéz egy borraivaló-fogalmat: „A borraivaló olyan jutalmul kapott összeg, amit a vásárló, fogyasztó önkéntes elhatározásából, szokásjogi alapon abban az esetben ad, amikor elégedett egy szolgáltatással.” – Hámori, 2017, p. 23. A szerző helyesen jegyzi meg, hogy a borraivaló tekintetében aligha lehet szokásjogról beszélni, hiszen legfeljebb csak szokásról lehet szó. Hámori, 2017, p. 39. Ami ugyanis önkéntesen adható, az fogalmilag nem lehet követelhető, illetve (szokás)jogi értelemben nem *jár*. A borraivaló a szolgáltatással való elégedettséget, azaz személyesen visszajelzett szolgáltatásminőséget fejezte ki, és ezáltal a fogyasztói reláció *személyköziséget* erősítette meg, mégpedig tömegesen a teljes vendéglátó szektorban. E szegmens volt hajdanán a tipikusan emberinek tekinthető fogyasztói jogviszony, ahol a ‘fogyasztás’ szó szerint volt értendő, ami emelte és nem degradálta a fogyasztó és a szolgáltató személyi minőségét. Ez tűnt el sajnos a felszolgálati díj („szervízdíj”) automatikussá tételével és számszaki rögzítésével. Nagyon találóak tehát Hámori Antal e megjegyzései: „Annak ellenére, hogy a jogalkotó megkülönbözteti a »felszolgálati díj«-at a »borraivaló«-tól, a »felszolgálati díj« a vendéglátás komplexitásától, szolgáltatási jellegétől, igaz vendégszeretetétől igen távol esik (különösen, ha az azzal kapcsolatos tájékoztatás elmarad vagy hiányos). Ha a »felszolgálati díj« a munkavállaló »jussa«, akkor az a munkáltató által fizetendő munkabér körébe tartozik, ha pedig nem, akkor az a

tehát számos esetben magában foglalja az igazságos ár képzését, de a szerződés helyes, maradéktalan teljesítését hasonlóképpen.³⁴³

Az igazságtalan áron történő adásvétel Szent Tamás megközelítésében az erkölcsében romlott, bűnös emberi lét velejárója, amely magatartásforma az emberek többségét jellemzi. Ez azonban nem teszi ezt a gyakorlatot „természetessé” olyan értelemben, hogy az nem az emberi természetén alapszik, minthogy az igazságosság erényére mindenki szert tehet, amivel a rosszra, igazságtalanságra, vétekre hajló emberi hajlamot le lehet győzni. Szent Tamás – Szent Ágostonra hivatkozva – egy olyan példára utal, amikor valaki az igazságos, a megjelöltnél magasabb árat adta meg az eladónak egy könyvért, aki tudatlanságból nem volt tisztában azzal, hogy az többet ér, mint amennyiért azt kínálta.³⁴⁴ A tanulság viceversa is érvényes: a fogyasztói jogviszonyokban nem adhatja el annyiért az áruját vagy szolgáltatását az eladó (multinacionális) cég vagy a (nagy)szolgáltató, amennyiért azt a fogyasztó megvenni kész, vagy megvenni kénytelen. A fogyasztó sokszor nincsen abban a helyzetben, hogy az áru vagy a szolgáltatás valódi értékét meg tudja állapítani, hiszen az

vendég döntésétől függ; a »jutalék«, illetve a »jutalék« egy részének bruttó áron kívülre helyezésével, a díjazás egy részének a vendég számára történő számszerű megjelenítésével a szolgáltatás tartalmából egyre inkább eltűnik, kikerül az emberi, ami nem ölt testet a »felszolgálati díj«-ban, hanem »semmivé«, a szolgáltatás »ürességévé« válik, mert az csak pénz, dolog, ami a fizikai rend részét képező létező puszta. Az ember, így a vendég is azonban ennél jóval többre vágyik, az igazi emberi, azaz szeretetteljes, önzetlen magatartásra (még akkor is, ha a munkavállaló díjazásban részesül), melyet a »felszolgálati díj« csak beárnyékol, kiüresít, a visszterhességet hangsúlyozza mind a vendég, mind a munkavállaló számára, s ez károsan visszahat a társadalomra is (az emberek egyre inkább a pusztá érdek, haszon rabságában élnek). Már a vendéglátós is egyre kevésbé igaz vendéglátós, aki önmagáért szereti a másik embert, a vendéget, hanem mindinkább a pénzéért szereti, sőt előbb-utóbb már nem is őt, hanem a pénzét, csak a pénzét szereti, – és a csúszós lejtőn, ki tudja, hol áll meg – a »jog«-alkotó is...” – Hámosi, 2007b, p. 310.

³⁴³ Bár az igazságosság lényegileg sohasem szakítható el az igazságtól, vagyis az emberi természet lényegi céljaitól, s az ő így vett javától, a konkrét cselekvéskor az aktus lehet a cselekvő belső indítékától függetlenül is objektíve igazságos. Tehát lehet úgy is igazságos cselekedetről beszélni, hogy nem feltétlenül igazságos („igaz”, erényes, jó) maga a cselekvő is. A jogot tekintve ennek alapvető jelentősége van. Ezt hívjuk a jog világában a lehetséges „erény-nélküliségnek”. Mivel az igazságosságban a külső tett önmagában vett és a Másikra vonatkoztatott igazságossága az elsődleges, így beszélhetünk objektív igazságosságról. Mivel elég csak a tettekben, objektíve igazságosnak (jogszerűnek) lenni, ezért lehet tehát valaki úgy objektíve igazságos, hogy egyúttal szubjektíve nem társul hozzá erényes lelkiület. Ám ezt a pozitív jog nem is igényli, de ki sem kényszerítheti, hiszen amúgy is csak e külső tettekre képes a kényszer eszközével hatni. Mindazonáltal különbség van a belső azonosulás által véghez vitt igazságos cselekedet és a csak külsőleg, önmagában, objektíve ítéelve igazságos tett között, ahol az utóbbihoz nem társul a belső erkölcsi igazságosság erénye. Például a külső (jogi) kényszer hatására és önnön akaratunk ellenére visszafizetett adósság mindenképpen igazságos cselekedet, bár nem állíthatjuk, hogy az igazságosság erényét gyakoroltuk volna. Előfordulhat azonban az is, hogy a jog szerinti csak igazságos lelkiülettel lehet megállapítani és gyakorolni. Számos jogi alapelvet (így például a „kölcsonös együttműködés” elvét) akkor lehet ugyanis az adott helyzetben megkívánt jog-szerinti tartalommal betartani, ha valaki igazán igazságos lelkiülettel akarja a Másikat illetőt megadni. Ezen alapelvek ugyanis szabályokba rögzítetten nem tartalmazzák az adott helyzetben megkívánt magatartást. Az adott helyzetben egészen pontosan megkívánt jogszerű magatartás meghatározásában – a jogi szabályok által előírt normatartalmak jogelvek szerinti konkretizálását segítve, irányítva – az arany szabály lehet segítségünkre. Mivel a fogyasztói jogviszonyokban az eladó, a szolgáltató a domináns, így nézetünk szerint mindenképpen az igazságosság szándéka kell, hogy vezérelje cselekvésében, mert ha nem, akkor óhatatlanul vissza fog élni erőfölényével, vagy legalábbis nem lesz tökéletesen igazságos a viszonyulása a fogyasztóhoz.

³⁴⁴ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 1.

akkor jelentkezne, ha huzamosabb ideig a *fair* piacon igazi nemes verseny alakulna ki e termék- vagy szolgáltatáscsoportban, miközben tisztában lenne a beszerzési árakkal és egyéb valós költségekkel is. Az információs aszimmetria e tekintetben azt jelenti, hogy mivel a fogyasztó nem rendelkezik azon szükséges alapinformációkkal, amelyek alapján az áru vagy a szolgáltatás igazságos árát meg tudná ítélni, így az *igazságos árképzés* elsőrendűen az *eladó*, illetve a *szolgáltató erkölcsi kötelessége* és felelőssége. Az árak piaci összehasonlíthatósága ezt a kötelezettséget nem hatálytalanítja, nem váltja ki, mert elképzelhető, hogy a versenyjogi szabályok – látszólagos vagy formális – érvényesülése ellenére túlárzott minden egyes termék, illetve szolgáltatás az adott áru- vagy szolgáltatásfajtaiban. Ez esetben szokásosan helytelenül felülárznak egyes elemeket az árképzés során. Szeretnénk újólgy nyomatékositani, hogy Aquinói Szent Tamás nem a piaci árat magát tekinti önmagában igazságosnak, hanem a dolgok egyenértékűsége a kölcsönös igazságosság követelménye, amelynek létrejöttét esetleg segítheti a hatékony és erkölcsös verseny, de az abban keletkezett árak önmagukban még nem azonosak az igazságos árral. Ez utóbbi leginkább a dolog *immanens értékéhez* kötődik (amelynek azonban több eleme van), és nem csak a piaci kereslet-kínálat fluktuálódásához.³⁴⁵ Továbbá igényli az *igazságos ember éretnyes akarátát*, aki valóban igazságos akar lenni.³⁴⁶ A közgazdasági, a marketing és egyéb kereskedelmi kérdéskörökre most nem térnénk ki, hanem csak ismételten hangsúlyozzuk azt, hogy az értékarányosság a tamási gondolatiségben a felek alanyi egyenlőségéhez kötődik, így ennek súlyos sérelme nemcsak igazságtalanság, hanem erkölcsi vétek, bűn is, mert megkárosítja a másikat, esetünkben a fogyasztót, akit így az személyében is sért – tehetjük mi hozzá. Szent Tamás tehát elsősorban a jogviszony *közvetett tárgyát* képező *dolgok közötti valós egyenértékűséget* tekinti a *kölcsönös* (vagy csere) *igazságosság* kritériumának³⁴⁷ – amihez a feleknek tartaniuk kell magukat –, és nem pedig a kölcsönös hasznok, nyereségek egyenlőségét, mint például a *hasznon alapuló barátság* esetében, amelyben a *kompenzációk* a *kapott előnyök* alapján határozandók meg.³⁴⁸

Az előbbiek jegyében kell tekinteni az *adott fajta lényegi tulajdonságában fogyatékos* dolog ilyen fajtahoz tartozóként történő eladását is, amely esetkór egyes kérdéseit Szent Tamás is elemzi. Aktuális kérdésként gondoljunk a mesterségesen előállított mőhúsra, azaz a húsimitátumokra vagy az évtizedek óta kapható olyan ételekre, amelyek alig tartalmazzák a nevüket adó alkotóelemet.³⁴⁹ Érezzük azonban, hogy itt voltaképpen átverésről van szó, hiszen a *dolog lényege* szerint nem az, amiként eladják. Ezért érdemes odafigyelnünk Szent

³⁴⁵ Vö. Friedman, 1980, pp. 234-242.

³⁴⁶ Koehn & Wilbratte, 2012, pp. 501-526.

³⁴⁷ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 1.

³⁴⁸ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 1. Itt kell megjegyeznünk, hogy azon esetben, amikor – a rossz kormányzás jegyében – a politikai nepotizmus áthatja az államilag vezérelt gazdaságot, akkor annak a fogyasztók, pontosabban az állampolgárok látják leginkább a kárát, mert akkor esélye sincsen meg annak, hogy legalább a piacon keresztül érvényesülhessenek az igazságos, reális árak, hacsak nem állami populista paternalista intézkedések esetében, időszakosan, egyes termékekre vonatkozóan.

³⁴⁹ Például – jogszabályi tiltás hiányában – „mogyorókrém” alig pár százalékos mogyorótartalommal, amelynek az aromák miatt valamiféle mogyoróíze van, tehát így elvileg mogyorókrémként fogyasztható, s ezért ilyenként eladható.

Tamás érvére, miszerint az arany és az ezüst nem csak azért értékesek, mert tárgyak készíthetők belőlük, hanem immanens anyagi értékük és tisztaságuk miatt is. Ha tehát az alkímisták által előállított arany és ezüst nem e fémek *valódi fajtáját* tartalmazzák, akkor eladásuk csalárd és igazságtalan – írja Szent Tamás. Különösen – írja – azért, mert az aranyban és az ezüstben vannak olyan tulajdonságok, amelyek *természetes* jellemzőiken alapulnak, és hiányoznak az alkímisták mesterségesen előállított aranyából: ilyen például az, hogy bizonyos betegségeknel gyógyszerként használatosak. Ráadásul a valódi arany, elmentében a mesterségesen gyártottal, jobban használható és tisztaságában tovább tart. Ha azonban az alkímia segítségével *valódi* aranyat lehetne nyerni, akkor nem lenne törvénytelen az ilyenként való eladásuk: mert semmi sem akadályozza meg a mesterségbeli tudást (az alkímia „művészetét”) abban, hogy bizonyos természeti okokat felhasználva valódi természeti hatásokat hozzon létre. A mûhús, vagy „laborhús” („in vitro hús”) analógiája e tekintetben azonban nem áll meg, mert az fajtájában nem azonos az igazi hússal, s annak nem is azonos az igazi húséval a tápértéke és az élettani hatása,³⁵⁰ nem is beszélve arról, hogy a húsénak sokszorosa az előállítása során keletkezett karbonkibocsátás. Mindenképpen jelezni kell tehát azt, hogy a hús-imitátum nem élő állatból származik, hanem mesterségesen előállított termék, még akkor is, ha esetleg egynémely tekintetben hasonlíthat is az igazi húshoz. *Lényege* szerint nem lehetne azt tehát igazi húsként eladni, hiszen a hús lényegi, azaz tamási értelemben vett „*formai*” *fogalmi* eleme az, hogy az *élő állatból* származik. Ugyanez áll a ránézésre az igazival látszatazonos „nyomtatott” műlazacra is.³⁵¹

Azt is látjuk azonban, hogy néha a *mennyiségben* való hiány okozza az igazságtalanságot, s ez tűnik a leginkább összeegyeztethetetlennek a kölcsönös igazságosság által megkövetelt egyenlőséggel, egyenértékűséggel, hiszen az adásvételben a dolgoknak kell egyenértékűeknek lenniük, mégpedig főszabályként az ellenszolgáltatásként megfizetendő pénznek a dolgok valós értékével. Márpedig a mennyiség és a pénz számszerűleg *kalkulálható*, megszámlálható vagy mérhető, s ezért ott nem lehet helye kétségnek vagy bizonytalanságnak, mindezt az egyenértékűség hiánya csakis szándékos csalás eredménye lehet.³⁵² A

³⁵⁰ „Such products cannot even be called »meat«, as some important cell types, such as nerves and adipocytes, are not part of this invention, which is just a cell culture.” Is lab-grown meat better for the environment? *European Livestock Voice*, 17.03.2023. (<https://meatthefacts.eu/home/activity/campaign-updates/is-lab-grown-meat-better-for-the-environment/>).

³⁵¹ A koncentrátumból készült „100%-os” gyümölcslének a friss gyümölcsből facsart/préselt gyümölcsletől való kötelező, feltűnő módon megjelenítendő megkülönböztetése indokolt.

³⁵² Manapság már nem áll a helyzet, amely Arisztotelész idejében még fennállt, akire Szent Tamás e helyütt hivatkozik, hogy más volt a mértékegység a különböző helyeken, így egzaktnak nem volt lehetséges az egységes mennyiségmérés. Ezért már nem is lehetséges kifogás az, hogy nem lehetséges az egységes mértékegység szerinti mérés, és ezért a mérés relatív. Ami nem annyi, mint amennyit állítanak, az csalást valósít meg, és ezért jogtalan. Fogyasztói szinten ez például úgy jelenik meg, hogy egy textiltermék nem olyan sűrű szálzövésű (és ezért nem olyan tömegű) a hazánkban eladott boltban, mint ugyanezen termék ugyanezen multinacionális cég nyugat-európai boltjaiban. Ide tartozik még azon esetkör is, hogy valami csomagolása miatt egyértelműen többnek látszik, mint amennyi valójában, és nehéz a valós terméktömeg megállapítása, minthogy az nincsen jól láthatóan feltüntetve a dobozon. Elég legyen itt most utalni az optikailag „csaló”, már-már csónakúp alakú, s ezért magas tejfölös dobozra (esetleg még felül kiszélesedő szájjal is), alul viszont keskeny alrészszel, ami ránézésre ugyanaz, mint ami korábban *szokásosan forgalomban* volt, de most már jelentősen csökkentett terméktartalommal. Ezt a mennyiségváltozást manapság hazánkban feltűnő módon jelezni kell. Hozhatnánk másik példaként azon műanyag vitaminos dobozokat, tégléket is, amelyek

köz hatalom vagy a szokás által elfogadott *mérőeszköztől* nem jogos eltérni – szögezi le Szent Tamás,³⁵³ mert az – szándékosan vagy szándékolatlanul – megtévesztő lehet.³⁵⁴ Az ilyen szándékos csalás erkölcsi súlyának megítélése tekintetében figyelemre méltó az, hogy Szent Tamás az ószövetségi Szentírás egyes szöveghelyeire is utalva állítja, hogy aki például oly módon igazságtalan, hogy különböző súlymérték van a zsebében, az az Úr Istenét veti meg.³⁵⁵

A következő típusú hiba – írja Szent Tamás – a *minőséget* érinti, ha valaki például³⁵⁶ beteg állatot egészségesként ad el. Ez a *minőségi hibás* dolog hibátlanul való eladásának esete. Ez nagyon gyakran előfordul, akkor is és most is, például lovak esetében. Amennyiben valaki ezt tudatosan teszi – például az állatot beinjekciózva adja el –, akkor csalást követ el, és az ilyen tett jogtalan. A kellékszavatosság, illetve jótállás (hétköznapi nyelvezetben: „garancia”) és a termékefelelősség kortárs témaköre a fogyasztói szerződések tekintetében mutatkozik a leginkább fontosnak. Azt azonban, hogy ez nem technikai vagy szakmai, illetve műszaki kérdés, hanem a jogot és a kölcsönös igazságosságot érintően erkölcsi is egyben, nem minden esetben érezzük. Az igazságosság erénye a római jogtól kezdve

bár feltűntetik, hogy mennyi darab vannak bennük, mégis aránytalanul többet tartalmazóknak látszanak, mivel a doboz úrtartalmának alig egy hatodát-nyolcadát töltik csak meg a vitaminok, azaz a valóságban „ott lötyög valami” a tégely alján. Az ilyen csomagolás, kiszerezés nyilvánvalóan *szándékosan megtévesztő* célzatú. Ha nem is jogtalan, mindenképpen etikátlan, különösen, hogy táplálékiegészítési, vagy egészségügyi készítményről van szó.

³⁵³ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 2.

³⁵⁴ Ahol tehát például huzamos idő alatt kialakult egyértelmű szokás szerint, hogy egy korsó sör fél liter, ott nem lehet „korsó sörnek” hívni az ennél kisebb űrmértékű poharat, különösen, ha az csak látszólag félliteres. Ez megtévesztés, ezért tisztességtelen és jogtalan. Amennyiben ilyen kialakult gyakorlattal szemben korsónak nevezik a fél liternél kisebb űrmértékű poharat, akkor ezt jól láthatóan és egyértelműen fel kell tüntetni. Nézzünk a mérést érintő egy másik életszerű fogyasztóvédelmi példát a hétköznapijainkból. Amennyiben a kimerőedény egyébként a kiszolgálás eszköze is, úgy annak szintén pontosnak kell lennie. Egy mérésre is alkalmazott italos pohár így például nem lehet pontosan 2 deciliteres (ami egyébként az adott esetben az eladás megszabott űrmértéke lehet), amennyiben két decilitert adnak el, mert nyilvánvalóan kilötyögne, ha teletöltve adnák át a poharat, tehát az átadva már nem lenne 2 deciliter, nem is beszélve arról, hogy ez helytelen, nem fogyasztóbarát kiszolgálása lenne az italnak, hiszen az átvételkor rögtön „le kellene belőle innia” a fogyasztónak, hogy ne lötyögjön ki a nedű. Szent Tamás egyértelműen leszögezi, hogy ha valamely eladó tudatosan használ nem pontos mércét, csalást követ el és jogtalanul válik az adásvételi ügylet. A példánknál maradván: nem hivatkozhat arra az eladó, hogy pontosan fél deciliteres a pohár, amelyben mondjuk – az alkoholos italok között nagyértékűnek számító – pálinkát kiszolgálja, ha a megíható mennyiség kevesebb lesz a kimértnél. Ha kevesebbet tölt bele fél decinél, mondván, hogy ha színültig tölténé, akkor kilötyögne és nem tudná azt a vevő meginni, csalást követ el. Ha pedig színültig tölti, ami szabályos, nyilvánvalóvá válik a pohár alkalmatlansága a kiszolgálásra, mert valóban ki fog lötyögni, tehát nem fogja tudni meginni a megvett mennyiséget a vevő. Következésképpen olyan pohárban nem lehet kiszolgáltatni a vevőt, illetve a fogyasztót, ami éppen akkora úrtartalmú, mint amennyit eladnak. Nagyonbna kell lennie tehát a pohárnak, az átlátszó oldalán (kívül) pontosan bejelölve azon nagyobb mértékegység határokat, amelyben az alkohol ára meghatározva van, s különösen az eladott mértékegységet.

³⁵⁵ „Zsákosban ne legyen kétféle súly, egy nehezebb és egy könnyebb. Házadban ne tarts kétféle űrmértéket, egy nagyobbat és egy kisebbet. Hibátlan és pontos legyen a súlyod, hibátlan és pontos legyen az űrmértéked, hogy sokáig élj azon a földön, amelyet az Úr, a te Istened ad neked. Mert utálat tárgya az Úr, a te Istened szemében, aki ilyet tesz, aki csal.” – MTörv 25,13-16.

³⁵⁶ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 2.

abban állt, amely definíciót Aquinói Szent Tamás is elfogadott,³⁵⁷ hogy állandó és kitartó akarattal (Szent Tamásnál: lelki-akarat habitussal) adjuk meg a másinak az őt megilletőt, azaz a jogos dolgot. Aki tudatosan ad el tehát minőséghibás terméket hibátlanként, az vétkezik, mert csal és jogtalanul jár el, amiért helyreállítással tartozik. Aki viszont tudtán kívül ad el hibátlanként hibás dolgot, akkor az ilyen eladó nem bűnös, minthogy csak véletlenül, kvázi materiálisan, azaz tartalmi értelemben követ el igazságtalanságot, és tette nem igazságtalan,³⁵⁸ mindazonáltal a kárt meg kell térítenie, ha tudomására jut a hiba léte. A tette tehát nem formális, azaz – Szent Tamás-i értelemben – lényegileg³⁵⁹ igazságtalan, hiszen nem akarattal teszi azt (márpedig az igazságosság aktusa az akarat minősége), hanem „csak” véletlenül, ami így ténylegesen, azaz a tett tartalmát tekintve lesz „csak” igazságtalan.

Egy nagyipari termékgyártást végző cég fogyasztóknak eladott áruja esetében nyilvánvalóan nem lehet mérvadó az eladó akaratának erkölcsi minősége, így elsősorban a kortárs szóhasználat az objektív, vagyis a szubsztantív (tartalmi) igazságosság meglétének a biztosítása a mérvadó. Az igazságtalanság akaratlansága nem lehet tehát kifogás, mivel egy ilyen hatalmas cégnek minden – minőségbiztosítási – eszköze megvan, meglenne arra, hogy ne tévedjen a dolog minőségében. Ezért is kártalanítani tartozik. A kellékszavatosság és a jótállás, illetve a termékfelelősség intézményrendszere e meggyőződés mentén alakult ki.

A fent tárgyaltak után azt vizsgálja meg a dominikánus mester, hogy az eladónak fel kell-e tüntetnie annak hibáját, amit elad? Mivel az eladó – a magánjogban mellérendelt felek lévén – nem kényszeríti a vevőt a vásárlásra, úgy tűnik, hogy az árut az ő megítélésének veti alá, és ezért a vevőnek magának kell megismernie és megítélnie az adásvétel tárgyát. Ezért – úgy tűnhet – nem róható fel az eladónak, ha a vevő téved az ítézőképességében azáltal, hogy elhamarkodottan, az áru állapotának gondos vizsgálata nélkül vásárol. Azonban rögtön szemünk elé tűnnek azon tisztességtelen reklám- és eladási technikák, amelyek kifejezetten arra irányulnak, hogy a fogyasztó vevő ne mérlegelhesen befolyásmentesen és alaposan, és ezáltal ne ismerje, ne ismerhesse meg közelebbről az árut, vagy a propagált szolgáltatást, hanem azokat pszichés befolyásoltság állapotában érzelmi alapon rögtön vegye meg.³⁶⁰

³⁵⁷ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II q. 58.

³⁵⁸ Itt Szent Tamás művének e szöveghelyére utal, amelyben a fentieket elmagyarázza: „Se quindi uno compie una cosa ingiusta senza l'intenzione di fare un'ingiustizia – ad es. perché agisce per ignoranza, senza sapere di compiere una cosa ingiusta –, allora egli non compie di per sé e formalmente un'ingiustizia, ma compie solo accidentalmente, e quasi materialmente, una cosa che è ingiusta.” („Ha így valaki igazságtalan dolgot tesz anélkül, hogy szándékában állna igazságtalan dolgot tenni – pl. mert tudatlanságból cselekszik, anélkül, hogy tudná, hogy igazságtalan dolgot tesz –, akkor önmagában és formálisan nem tesz igazságtalan dolgot, hanem csak véletlenül és szinte anyagilag tesz igazságtalan dolgot.”) – *Sum., Theol.*, II-II, q. 59. a 2.

³⁵⁹ A szent tamási skolasztikus gondolati rendszerben a dolgok lényege azok formája.

³⁶⁰ Ilyen helyzetek például a zárt helyszínen tartott termékbemutatók, amelyeken leginkább a könnyen befolyásolható idős nyugdíjasok vesznek részt. Ilyen kiszolgáltatottabb környezetben a fogyasztó vevő már nem az az egyenjogú jogalany, aki szabadon mérlegelve hozhat döntést. Számos cég számára a cél tehát az, hogy az adásvétel magánjogi vevőjéből könnyen befolyásolható, újabb- és újabb vásárlásokra rávehető hiszékeny fogyasztói tömegeket hozzon létre, amelyek tagjai a termékeket szinte gondolkodás és mérlegelés nélkül megveszik. Nagy általánosságban elmondható, hogy nem is törekszenek a multinacionális cégek arra, hogy

Szent Tamás azon ellenérvet hozza, hogy az eladó maga ellen dolgozna, ha áruja hibáit hirdetné, ami oktalanság lenne, hiszen ezáltal ellehetetlenítené dolga eladását. Másrészről az eladó nem köteles tanácsot adni a vevőnek, hogy mit hogyan mérlegelve vegyen, vagy ne vegyen meg, hiszen a becsületes életre vonatkozóan – amelyek ismerete pedig szükségesebb a dolgok hibáinak ismereténél – sem adunk másoknak tanácsokat, és csak a hazugságokat kell elkerülni. Következésképpen még kevésbé kell vásárlási tanácsadás gyanánt feltárni az eladandó dolog hibáit a vevő előtt.³⁶¹ Később ily módon ad ezen ellenvetésekre választ: bár az ember nem köteles mindenkinek igazat mondani az erényes cselekedet tekintetében, mégis köteles ezt megtenni abban az esetben, ha valaki az ő egy *bizonyos magatartása miatt e kijelentése hiányában morális veszélybe* kerülne.³⁶² Így van ez a mi esetünkben is – szögezi le a dominikánus mester.

Amennyiben viszont valaki köteles lenne bejelenteni az eladandó terméke hibáit – hozza az érvet Szent Tamás³⁶³ –, annak egyetlen célja az lenne, hogy csökkentse az árát. Egy – bizonyos tekintetben – analógiás példával él azonban a dominikánus szerzetes. Ez az ár-csökkentés ugyanis más okokból is bekövetkezhet: például egy olyan kereskedő esetében, aki gabonát szállít egy éhínség sújtotta helyre, miközben megtudja, hogy más szállítmányok is várhatók, amely információ, ha a vevők tudomására jutna, csökkentené áruja árát. Nos, nem úgy tűnik – hozza az érvet Szent Tamás –, hogy az eladó köteles erről tájékoztatni őket. Ezért ugyanebből az okból kifolyólag nem köteles az eladó tájékoztatni a vevőket az általa eladott dolgok hibáit illetően sem. Ezzel szemben – mutat rá Szent Tamás³⁶⁴ – Szent Ambrus (*De off.* 3, 10) ezt tanítja: „A szerződésekből az ember köteles nyilatkozni annak a hibáiról, amit elad; és ha az eladó ezt nem teszi meg, bár az áru már a vevő kezébe került, a szerződést csalás miatt érvénytelenítik.”

A fenti ellenvetésekre később ily módon adja meg a választ. Az áru hibája miatt a jelen pillanatban ér kevesebbet az áru. Ezzel szemben az imént jelzett esetben az áru más kereskedők jövetelével válik kisebb értékűvé, amiről a vevők akkor még nem tudnak. Ezért az eladó, aki az árut az általa megállapított (azaz az ottani és akkori) áron adja el, nem cselekszik az igazságosság ellen, ha nem nyilatkozik arról, hogy mi fog később történni. Ha azonban bejelentené az érkező árukat, vagy ha erre tekintettel csökkentené áruja árát, akkor *erényesebben* cselekedne; bár az igazságosság erre nem kötelezi őt.³⁶⁵ Vagyis a *szigorúan*

megfontolt döntés eredményeképpen vegyék meg áruikat a fogyasztók. Egy hétköznapi átlagos fogyasztó vásárló sem ítélné meg egy mondjuk 8-10 nyelven írt apróbetűs – nem egyszer az elemi nyelvi szabályok betartása nélkül írt, pontosabban, fordítóprogramokkal fordított leírásból, s ezért alig érthető – árutájékoztatóból (amelynek egyes elemeit esetleg úgy kell soronként összeböngészni a 8-10 nyelvű külön tájékoztató-blokkokból), hogy milyen általános ismeretekkel kell, hogy rendelkezzen az adott termék. Nem ismervén továbbá a termékszabványokat, azt sem tudhatja, hogy a szóban forgó termék megfelel-e azoknak vagy sem, amiképpen annak ismeretében sem lehet, hogy az egyes szabványtanúsítványok, és az annak való megfelelések tartalmilag mit is fednek valójában. Az egyes tanúsítványnak való meg nem felelésből fakadó termékjellemzőket sem tudja ennek megfelelően beazonosítani. Csupán az eladó jóhiszeműségére és gondosságára, igényességére hagyatkozhat.

³⁶¹ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

³⁶² Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

³⁶³ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

³⁶⁴ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

³⁶⁵ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

vett igazságosság elve bár erre nem szorítja rá őt, tökéletesebb lenne az erénygyakorlásban, ha úgy járna el, ahogy Szent Tamás gondolatmenetét visszaadva az imént leírtuk.

A helyes álláspont megindoklásakor felvett kiinduló alapelve Szent Tamásnak az,³⁶⁶ hogy *mindig törvénytelen másokat veszélynek tenni ki vagy nekik kárt okozni*, miközben nem mindig szükséges, hogy valaki másoknak *segítséget és tanácsot* adjon, hogy ezáltal *előnyöket* biztosítson számukra, hanem csak meghatározott esetekben: például, ha másokat a gondjaira bíztak, vagy ha egyébként nincs senki, aki segíthetne rajtuk. Mármint az eladó, aki hibás dolgot kínál eladásra, ezáltal – ha a kár vagy a veszély a vásárlót sújtja – a vevőt károsodásnak vagy veszélynek tesz ki: kárnak, ha e hiba miatt az eladásra szánt dolog alacsonyabb (ár)értékű, miközben a rendes áron adják el neki; veszélynek, ha a hiba olyan mértékű, hogy a használatot lehetetlenné vagy ártalmassá teszi: mint például, ha sánta lovat ad el gyors lóként, stabil házként egy dőledezőt, vagy jó ételként romlottat vagy mérgezetet.³⁶⁷ Ha tehát ezek a hibák rejtve vannak, és az eladó nem jelenti be azokat, az adásvétel csalárd, és az eladó köteles kártérítést fizetni. Amennyiben viszont a hiba nyilvánvaló – például, ha egy lónak csak egy szeme van, vagy ha az áru használata bár az eladó számára már nem kielégítő, mások számára még elég jó lehet –, és ha az eladó magától megfelelően csökkenti az árat, akkor nem köteles bejelenteni az eladandó dolga hibáit. Ezen értékcsökkentések miatt ugyanis a vevő valószínűleg túlzott árengedményt követelne. Ezért az eladó a kártól való mentesüléséről úgy gondoskodhat, hogy hallgat a hibákról.

Ennek kapcsán a következő megfontolásokat tehetjük. A fogyasztói kereskedelemben mindig fel kell tüntetni, hogy milyen okból történik az árcsökkentés, hogy annak indokát lássa a fogyasztó: készletkisőprés, szezonvégi árleszállítás, modellváltás céljából történő kiárusítás, sérült áru, ép, sértetlen bemutató darabok, használt cikkek stb. Ennek megfelelő kell, hogy legyen a jótállás és a szavatosság is. A fogyasztói adásvételi szerződésekkor tehát az eladó köteles feltüntetni azt, ha *minőséghiba* miatt csökkenti az árat, s nem mondjuk reklámcélokból vagy árukészletkezelési (termékváltási) megfontolásokból, továbbá nem terhelhető a fogyasztóra az, hogy hibákról azért hallgathasson az eladó, mert az a fogyasztó számára nyilvánvaló, vagy, mert a fogyasztónak az még úgy mond „jó lesz”. Amennyiben tehát sérült vagy minőségkárosodott termékekről van szó, akkor azt egyértelműen fel kell tüntetni. Az árból erre a fogyasztó nem feltétlenül tud következtetni. Továbbá nincs is abban a helyzetben, hogy árcsökkentést érjen el, mivel főszabályként nem közvetlen eladó-vevő face-to-face ügyletekről van szó.

Vegyük azonban ismét fel a skolasztikus mester érvfonalát, hogy láthassuk a minőséghiba esetén a helyes eljárásmodot az eladó-vevő közti hagyományos – vagyis az interperszonális dimenzióban történő – adásvétel esetén, amelytől jellegében lényegesen különbözik az imént említett fogyasztói áruvásárlás.

A korábban ismertetett ellenvetések elemzésére tér rá utána Szent Tamás. Nyilvánvaló – írja –, hogy a vevő csak arról alkothat ítéletet, amit ismer. Így, ha az áru rejtett hibájáról van szó, akkor azt nem értékelheti a vásárláskor. Nem szükséges, hogy az eladó kifejezetten fennhangon hirdesse az eladandó dolgai hibáit, mert ez elűzné a vevőket, nem tekintetbe

³⁶⁶ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

³⁶⁷ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

véve és értékelvén az áru többi tulajdonságát és mindazon körülményeket, amelyek a dolgot jóvá és hasznossá teszik.³⁶⁸ A hibákat azonban *személyesen kell közölnie* azokkal, akik vásárolni szándékoznak, és akiknek lehetőségük van összehasonlítani az összes jellemzőt, a jót és a rosszat egyaránt, mert semmi sem akadályozza meg, hogy egy dolog, amely egy tekintetben hibás, sok más tekintetben még hasznos legyen.³⁶⁹

A késő középkor keresztény gondolkodásában nem volt erkölcsi probléma nélkül való a kereskedelem természetének megítélése. Figyelemre méltó az Angyali Doktor e tekintetben való érvelése, hogy milyen okból fogadható el, illetve helyes annak létezése. A tevékenység folytatásának a *célja* a döntő, amely a nyereség kereskedői értékelésében és az azzal való rendelkezésben nyilvánul meg. Semmi sem gátolja azt, hogy a kereskedelemmel szerzett nyereséget valamilyen szükséges vagy akár (kifejezetten) tisztességes célra fordítsák. Ezen esetben – írja a nagy skolasztikus filozófus – a kereskedelem megengedett.³⁷⁰ Ez akkor valósul meg, ha valaki a kereskedelemben keresett szerény nyereséget családja eltartására vagy a szegények megsegítésére fordítja; vagy amikor valaki a közjó érdekében szenteli magát a kereskedelemnek, vagyis azért, hogy hazája ne szenvedjen hiányt a szükséges dolgokban, és a nyereségre nem mint célra, hanem mint munkája jutalmára tekint.³⁷¹ Itt érződik, hogy a kereskedelem elfogadása akkoriban annak nyereszkesedési célú természeté miatt okozott némi erkölcsi problémát, azonban ez rögtön eltűnik, ha – korunk problémájára ugorva – arra gondolunk, hogy ha a fogyasztói szerződések visszatérnek a személyközi magánjogi viszonyokba, akkor személyes szükségletkielégítő jellegük okán az emberi polgári viszonyokban, illetve a társadalom tekintetében humanizáló, embert szolgáló szerepük van.

Egy családi kezelésben levő cég esetében a helyi, illetve a nemzeti közjóért való elköteleződés jobban feltételezhető, különösen, ha hazája számára szociális-kulturális célú támogató tevékenységet is folytat. Egy ilyen szemléleti alapállásban nyilvánvalóan nem fogja – alapirányultsága lényegénél fogva – a vásárlókat vagy a fogyasztókat megkárosítani, mivel a célja a kölcsönös igazságosság érvényesítésén túl a még nagyobb politikai közösség közjavának szolgálata is. Azonban akár egy multinacionális cég önmagában igazságos kereskedelmi tevékenységét, sőt, létét is üdvözlendővé teheti az, ha emellett valódi társadalmi felelősségvállalási, mondjuk, karitatív tevékenységet is végez, ami azonban – meg kell valánunk – a valóságban a legritkábban valósul meg.

13. Összefoglalás

A célunk e könyvfejezetben az volt, hogy a jogi fogyasztóvédelem aktuális problémáinak a gyökereihez ássunk le, mert az volt a gyanúnk, hogy ezen újabb kihívásokra azért nem tudunk jó válaszokat adni, mert a korábbi fogyasztóvédelmi szemlélet sem volt helyes, csak az még nem érte el a működésképtelenség határát, mert közjogi eszközökkel ki lehetett egyensúlyozni a fogyatékos működés hibáit. A fogyasztóvédelmi jogban az általában vett

³⁶⁸ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

³⁶⁹ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 3.

³⁷⁰ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 4.

³⁷¹ Aquinói Szent Tamás, *Sum., Theol.*, II-II, q. 77. a 4.

kereskedelmi jogi gondolkodás premisszái jelennek meg. Mindkettő antropológiáját az jellemzi, hogy nem a klasszikus, azaz a görög, római és a középkori jogi gondolkodás jegyében és emberi reláció-felfogás szerint tekint a jogviszonyokra, csak hogy amíg a kereskedelmi jogban, vagy általában a polgári adásvételi kötelmi jogviszonyokban nincsen determinálva, hogy melyik a gazdaságilag erősebb fél, addig a fogyasztói jogviszonyokban ez nyilvánvaló. Még akkor is, ha az utóbbi években úgy tűntet fel sokszor az EU-s jogszabályalkotás előkészületi háttéranyagokban a fogyasztót, hogy mivel ő dönt jólinformáltságában és közjogi eszközökkel megerősített fogyasztóvédelmi pozíciójában, hogy mikor miért ad ki pénzt, ezért voltaképpen ő a fogyasztói jogviszonyok gazdaságilag erős alanya. Ez azonban távolról sem állja meg a helyét.

Mint láthattuk, a fogyasztóvédelmi jogalkotó a modern jogi gondolkodás jegyében az önérdekelvűségből indul ki, amely szerint a szembeszegülő és egymás ellenében érvényesülő érdekek egyensúlyát szeretné megvalósítani, mégpedig ugyanezen modern logikában fogant, azaz a polgári jog klasszikus felfogásával ellentétes szemléletű eszközökkel. Azonban ennek ellenére is főszabályként a gazdaságilag erősebb alany – aki rendszerint a gyártó és az eladó – érdeke tud érvényesülni a gazdaságilag, szociálisan gyengébb alany érdekével szemben. Mivel mindeközben a fogyasztóvédelem emberképe a szabad, független és racionálisan döntő alanyokat feltételezi, ezért úgy vélik e jogterület szabályozói, hogy elég csak a döntéshez szükséges további információk hozzájutását garantálni a fogyasztó részére, s akkor már az ő számára legoptimálisabb elhatározásra fog jutni, vagyis tulajdonképpen ő lesz így a gazdaságilag erősebb alany, hiszen ő dönti el, hogy az áruk és a szolgáltatások jól működő szabad versenyének piacán mit s miért vesz meg. Láttuk azonban, hogy korántsem így áll a helyzet, hiszen ilyen fogyasztótípus nem létezik például a mesterséges intelligencia által vezérelt, személyre szabott dinamikus árazások online vásárlásainak világában, ami egyre inkább teret nyer. Ha nem is lenne szó ilyen árazási technikáról, akkor is elmondható, hogy a nagyon fejlett mesterséges intelligenciának a marketingben való használata révén teljesen átalakult a fogyasztó motivációs rendszerére való hatás módja és mértéke. A fogyasztó tehát e virtuális térben a döntési mechanizmusainak a tanulóképes algoritmusok révén való hatékony és személyre szabott manipulációja révén voltaképpen az eladó részéről könnyen befolyásolhatóvá válik, miközben ezt az érintett észre sem veszi. Nem lehetséges tehát a fogyasztót olyan informált pozícióba helyezni, amelyben valóban objektív kritériumok szerint maga lenne képes autonóm és megfontolt döntést hozni. Az áruk versenyjogi szempontú kötelező összehasonlíthatósága szintén nem jelent segítséget, hiszen már nem csak az egységár jelenti a legfontosabb szempontot, hanem más fontos humán- és környezetvédelmi körülmények is vásárlói megfontolás tárgyát képezik. Mindezeket összevetve úgy tűnik, hogy most már, ha másért nem, a fogyasztóvédelem hatékonyságátalanossága miatt vissza kell térni a klasszikus ember- és jogviszonyszemlélethez. Ám nem csupán annak működőképessége miatt, hanem azért is, mert az képes a valóban jól és etikusan működő polgári társadalmat táplálni, a megannyi kölcsönös elégedettségérzet miatt azt folyamatosan megerősíteni. Ehhez viszont arra is szükség van – ami sokkal inkább elérhető –, hogy az adásvételek, de a gazdasági, s a kereskedelmi jogi jogviszonyok terén is a színallagmatikusság biztosította kiegyensúlyozott kölcsönös igazságosság követelménye révén az igazi alanyi mellérendeltségen alapuló tipikusan polgári kötelmi jogi látásmód terjedjen el a most még uralkodó, egymásnak feszülő, már-már antagonisztikus érdekek

képze helyett. Ezirányba mutató ígéretes jelenségek már megjelentek a nemzetközi választottbíráskodás joggyakorlatából leszűrt néhány nemzetközi szerződési alapelv tekintetében. Nem elodázható most már, hogy a fogyasztóvédelem jogában ne csak a fogyasztó oldalára telepített többletjogosítványok és a fogyasztóvédelmi jogok kikényszeríthető közjogi eszközeiben gondolkodjunk, hiszen e voltaképpen kiegészítő jogvédelmi intézmények a fogyasztói viszonyok patológiájából indulnak ki, ezért erre szabottak, lévén az alapul fekvő helytelen társadalom- és jogszemléletet nem fogják megváltoztatni. Éppen ellenkezőleg, csak megerősítik azokat, azon látszatot keltve, hogy mindig antagonisztikus ellentét van az egyik oldalon a gyártó, illetve az eladó anyagi szempontú törekvései, a másik oldalon pedig a fogyasztó védendő jogos érdekei között, s ezért csakis közjogi „paternalisztikus” kikényszeríthető jogi megoldásokkal lehet rászorítani az előbbieket arra, hogy ne tudjanak termelői és gazdasági erőpozíciójukkal visszaélni.

A helyes társadalomképen nyugvó jogszemléletben a polgári társadalom azért virágzik, mert a felek egymásra szorulnak, sőt, egymást gazdagítóan cselekszenek a polgári viszonyok milliárdjaiban. Mivel ők maguk értékelik így a kereskedelmi relációikat, ezért a kölcsönös, azaz a szerződési igazságosságot és annak belső egyenértékűségét alapvető értéknek tekintik, hiszen ez jelenti a kínált áru értékelését annak megvásárlása révén. Ilyen esetben a fogyasztó nem utólag kénytelen saját magának megmagyarázni, hogy tulajdonképpen miért is jó neki azon áru vagy szolgáltatás, amelyet igazából meg sem kívánt venni, hanem csak rafinált módon a marketingesek megvetették vele. A helyes jogviszonysemleletben aki elad és aki vesz az nem csupán e jogviszonyok közvetett tárgyát, azaz magát a dolgot és annak ellenértékét értékeli. Azt a személyt magát is, aki a dolgot gyártja a fogyasztó számára a legjobb minőségben és annak igényei szerint, másrészt ő a fogyasztót, aki megveszi termékét vagy szolgáltatását, s ezáltal visszaigazolja a számára hasznos és értékes munkáját, találékonyságát és szakértelmét, amelyek a vétel általi visszajelzés szerint bizonyítottan kiváló eredményt produkáltak. Ezen felül a gyártó, eladó által kért személyes fogyasztói visszajelzések is erősíthetik a termékkel, s azon keresztül annak forgalmazójával, értékesítőjével való elégedettséget, esetleg az áru továbbfejlesztésének a fogyasztó által jelzett kívánatos irányát is megjelölve. Az ilyen, a csere-igazságosságnak objektív és szubjektív szempontok szerint is megfelelő jog- és társadalmi viszonyokban a felek személyükben is gazdagodnak tehát. Ezért az így létrejött kereskedelmi viszonyokban a fogyasztók inkább válnak vevőkké, azaz az adásvételi viszonyok egyenrangú és megbecsült alanyaivá. A hagyományos, azaz a szűken értelmezett fogyasztóvédelmi jog pedig mint nagyon fontos, de kivételes – mert jogsértő – helyzetekre szorítkozó jogterület visszaintegrálódna a szintén helyes szemléletű adásvételi kötelmi, vagy éppen gazdasági (kereskedelmi) jogba.

Üdvözlendő lenne, ha a jogalkotók a fogyasztóvédelmi patologikus viszonyok megelőzését vagy szankcionálását célzó kényszerítő erejű szabályozásaikkor is mindvégig szem előtt tartanák azt, hogy az a leghelyesebb, ha eszközeikkel – ha kell áttételesen – a felek kölcsönös egymásra utaltságából fakadó előnyök belátását, s az abból fakadó önkéntes jogkövetést, s az igazságos magatartást mozdítják elő. Ez utóbbiak főszabályként csak akkor fognak tudni érvényesülni, amennyiben a kölcsönös szerződési igazságosság fémjelzi a jogviszonyokat, amelyben az áruk nem csak biztonságosak és kiváló, de legalábbis megfelelő minőségűek, hanem a fogyasztók valódi igényei szerint kerülnek azok kifejlesztésre.

Ők pedig kifejezetten meg is akarják vásárolni azokat, megfizetve pontosan az ellenértéküket, mert azt így tartják igazságosnak és – köznapi értelemben is – jogosnak. Az igazságos ár és annak érzete teszi elégedetté nemcsak a fogyasztót, hanem, ha a szívébe néz, az eladót is, aki így visszaigazolván látja azt, hogy amit eladott, azt pénzben kifejezett értékében is értékeli a fogyasztó, illetve most már a vele egyenrangúnak tekintett vevő.

A kisvállalkozások vásárlókkal létrejövő interaktív személyes relációi példaként szolgálhatnak az online fogyasztói platformok, virtuális polgári közösségek igazságosságérzetének alakulása szempontjából is, hiszen a digitális térben eladók és vevők akadálytalanul „találkozhatnak”, azonban azokból még így is hiányozni fog a személyesség. Az online tér fogyasztói csoportjaiban, különösen, ha az eladók is valamilyen formában részt vesznek azokban, az igazságosság kultúrája fejlődhet ki; azonban mivel ez erény, ezért azt igazán csak arccal vállaltan lehet, érdemes igazán hatékonyan minden pozitív következményével gyakorolni. Ebben pedig pótolhatatlan szerepet játszanak a mikro-, kis- és középvállalkozások személyes módon alakított jogviszonyai, amelyek ráadásul döntő zömükben egy-szersmind családi cégek is. Ezért, ha ezek az online térbe lépnek is, vélhetően megmarad az arccal vállalt tisztesség és igazságosság iránti elkötelezettségük. Mindez visszavezet minket az adásvételek virágzásának és a kereskedelem kialakulásának korába, a késő középkorba. Ezért volt érdemes visszatérni azon klasszikus kor gondolkodásmódjához, amelyben az ilyen adásvételi és kereskedelmi viszonyok voltak a meghatározóak, hogy a fogyasztóvédelem jogának felülvizsgálatához a helyes elvi kiindulópontokat és megítélési szempontokat megkapjuk.

14. Forrás- és irodalomjegyzék

- Ambrosetti, G. (1970). *Dirito naturale cristiano*. (p. 127). Roma, Editrice Studium.
- Aquinói Szent Tamás, *Sum. Theol.*, II-II q. 58, a 10, q. 59 a 2, q. 77, a 1-4, q. 78, q. 96, a 2.
- Arisztotelész (é. n.). *Politika*. (p. 26). 2. kiad. Budapest, Gondolat Kiadó. I, 10. 1258b.
- Arisztotelész. *Retorika*. 1374b.
- Bernát, I. (1896). *Buza és papiros búza. A határidő üzletek és a buza ára*. (pp. 6, 12-15). Budapest, „Pátria” Irod. és Nyomdai Részvénytársaság (http://www.mezogazdasagikonyvtar.hu/assets/digitarchiv/BERNAT_Buza-es-papirosbuza_1896_OCR.pdf)
- Bertolini, A. (2023). *European Commercial Contract Law*. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies. European Union, October 2023. p. 56, 197. jegyzet (This document was requested by the European Parliament's Committee on Legal Affairs) ([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/753420/IPOL_STU\(2023\)753420_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/753420/IPOL_STU(2023)753420_EN.pdf)).
- Brinkley, D. (2003). The 40-Hour Revolution. *Time*, 2003. március 31. (https://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1977881_1977883_1977922,00.html).
- Bruni, L. (2010). *L'ethos del mercato. Un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia*. Milánó–Torino, Bruno Mondadori.

- Bruni, L. & Zamagni, S. (2013). *Civil gazdaság. Hatékonyság, méltányosság, köz-jólét*. Budapest, L'Harmattan.
- De Bertolis, O. (2011). *L'Ellisse giuridica. Un percorso nella filosofia del diritto tra classico e moderno*. (p. 40). CEDAM.
- De Bertolis, O. (2000). *Il diritto in San Tommaso D'Aquino*. (p. 34). Torino, G. Giappichelli.
- Deli, G. (2013). *A jó erkölcsökről*. Budapest, Medium (<https://dfk-online.sze.hu/images/egyedi/monogr%C3%A1fi%C3%A1k/Deli%20Gergely.pdf>).
- Fazekas, J. (2022). *Fogyasztóvédelmi jog 2.0*. (pp. 15-17, 34, 36, 58-63). Budapest, Gondolat Kiadó (https://doktiskjog.sze.hu/images/Tp%203+1%20K%C3%B6tetek%20sz%C3%B6vege/Fazekas_Fogyasztovedelem_2022_jav%20TEXT%20.pdf).
- Friedman, D. D. (1980). In Defense of Thomas Aquinas and the Just Price. *History of Political Economy*, (2), 234-242. <https://doi.org/10.1215/00182702-12-2-234>
- Frivaldszky, J. (2016). *A jogfilozófia alapvető kérdései és elemei*. (pp. 248-255). Budapest, Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója.
- Frivaldszky, J. (2016a). A jogrendszerek versenye és a jogmegkerülés a természetjog, az igazságosság és a közjó mérlegén. *Iustum Aequum Salutare*, (3), 113-140.
- Frivaldszky, J. (2015). *Tanulmányok a jog erkölcsi alapjairól. Emberi méltóság, szabad vasárnap, uzsora, pénzügyi világválság*. (különösen: pp. 93-123). Budapest, Pázmány Press.
- Frivaldszky, J. (2015). A vasárnapi kötelező pihenőnap természetjogi alapjai és közpolitikai lehetőségei. In Frivaldszky, 2015, pp. 43-92.
- Frivaldszky, J. (2015). A pénzügyi világválságból a klasszikus természetjogi elvek újbóli érvényesülése felé. In Frivaldszky, 2015, pp. 127-191.
- Frivaldszky, J. (2013). Örök törvény, természeti törvény és pozitív jog Aquinói Szent Tamás gondolati rendszerében – tomista perspektívában. In Frivaldszky, J. (szerk.), *A jogi gondolkodás mérföldkövei a kezdetektől a XIX. század végéig*. (p. 116). Budapest, Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója.
- Frivaldszky, J. (2013a). Jó kormányzás a neokonzervatív/neoliberális korszak után: a közjóra irányuló szubszidiárius-relacionális kormányzás felé. *Iustum Aequum Salutare*, (2), 21-82.
- Frivaldszky, J. (2007). *Klasszikus természetjog és jogfilozófia*. (pp. 220-333). Budapest, Szent István Társulat, az Apostoli Szentszék Könyvkiadója.
- Frivaldszky, J. & Karácsony, A. (2010). Jog, jogosultság, erőszak – jogfilozófiai kérdésfeltevések Jhering tanai nyomán. *Jogelméleti Szemle*, (2), <https://jesz.ajk.elte.hu/frivaldszky42.html>.
- Gergely, J. (1977). *A keresztényszocializmus Magyarországon 1903–1923*. (pp. 308, 327, 333). Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Graneris, G. (1940). L'amoralità del diritto di fronte alla dottrina di San Tommaso. *Rivista di Filosofia Neoscolastica*, (2-3), 142.

- Grossi, P. (1995). *L'Ordine giuridico medievale*. Roma-Bari, Editori Laterza.
- Hardin, C. M. (1979). The Effects of Over-Regulation. *Food, Drug, Cosmetic Law Journal*, (1), 50-57. (<https://www.jstor.org/stable/26658103?seq=8>).
- Haws, K. L. & Bearden, W. O. (2006). Dynamic Pricing and Consumer Fairness Perceptions. *Journal of Consumer Research*, (3), 304-311. (<https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/33/3/304/1891884?redirectedFrom=fulltext>). <https://doi.org/10.1086/508435>
- Hámori, A. (2024). Kérelmező-ügyfél-e a fogyasztó? *Jog-Állam-Politika*, (2), 167-183. <https://doi.org/10.58528/JAP.2024.16-2.167>
- Hámori, A. (2023). A fogyasztó ügyféli státusza. *Új Magyar Közigazgatás*, (1), 63-68.
- Hámori, A. (2022). Kérelmező és/vagy bejelentő – ügyfél, harmadik személy, egyéb érdekelt? Újabb „csemege” a fogyasztóvédelmi hatóság legújabb gyakorlatából, békéltető testületi fűszerezéssel, avagy egy hibás teljesítés margójára. *Iustum Aequum Salutare*, (2), 27-77.
- Hámori, A. (2017). A felszolgálati díj szabályozásáról az alapvető jogok biztosának eljárása kapcsán. *Debreceni Jogi Műhely*, (1-2), p. 23. <https://doi.org/10.24169/DJM/2017/1-2/3>
- Hámori, A. (2010). *A vendéglátás etikája*. (p. 18). Budapest, Bodnár Bt.
- Hámori, A. (2007a). *Bevezetés a fogyasztóvédelmi jogba. A fogyasztóvédelmi jog alapjai*. (pp. 40-42). Budapest, magánkiadás.
- Hámori, A. (2007b). Felszolgálati díj a magyar jogban. In Majoros, P. (szerk.), *Stratégiák 2007 és 2013 között (Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2006)*. (pp. 304-316). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hervada, J. (1990). *Introduzione critica al diritto naturale*. (pp. 30, 83-84). Milano, Giuffrè Editore.
- Jhering, v. R. (1872). Der Kampf um's Recht. (Wien). In Felix Ermacora (szerk.), *Rudolf von Jhering: Der Kampf um's Recht. Zum hundertsten Todesjahr des Autors*. (p. 109). Propyläen Verlag (https://www.koeblergerhard.de/Fontes/JheringDer-KampfumsRecht_hgvErmacora1992.pdf).
- Koehn, D. & Wilbratte, B. (2012). A Defense of a Thomistic Concept of the Just Price. *Business Ethics Quarterly*, (július), 501-526.
- Makó, Cs. (1985). *A Taylorizmustól a munkaszervezeti reformokig*. (pp. 30-34, 38, 44-45). Budapest, Akadémiai Kiadó. [Szociológiai tanulmányok 27.] https://real.mtak.hu/37894/1/Mak%C3%B3_Taylorizmust%C3%B3l_munkaszervezeti_reformokig_1985.pdf.
- Packard, V. (1957). *The Hidden Persuaders*. London–New York–Toronto, Longmans, Green & Co.
- Pizzorni, R. M. (1989). *Il fondamento etico-religioso del diritto secondo San Tommaso D'Aquino*. (p. 75). Milano, Massimo.
- Pókecz Kovács, A. (2014). A felentúli sérelem dogmatikai konstrukciója a római jogban és a modern polgári törvénykönyvekben. *JURA*, (2), <https://szakcikkadatbazis.hu/doc/8046629>.

- Radványi, A. M. (2023). *Naturaliter Licere Contrahentibus Se Circumvenire. Az Ulp. – Pomp. D. 4, 4, 16, 4 értelmezése*. PhD-értekezés. (p. 31). Budapest, Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Doktori Iskola.
- Szent Ágoston, *De Trinitate*. 13, 3.
- Taylor, F. W. (1983). *Üzemvezetés. A tudományos vezetés alapjai*. (pp. 182, 185, 275-277). Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Túry, G. (2017). Technológiai és munkaszervezési újítások hatása az autóipar térbeli szerveződésére – iparági példa a Volkswagen mintáján. *Tér és Társadalom*, (2), 47-48. (<https://real.mtak.hu/73561/1/2841-9210-1-PB.pdf>).
<https://doi.org/10.17649/TET.31.2.2841>
- Veres, Z. (2011). Néhány etikai és jogi megfontolás a short selling ügyletek kapcsán. Különös tekintettel az arany szabály és a iustitia commutativa követelményére. *Iustum Aequum Salutare*, (4), 161-181. (<https://ias.jak.ppke.hu/20114sz/09.pdf>).
- Wa Chan, K. & Yiyan Li, S. (2010). Understanding consumer-to-consumer interactions in virtual communities: The salience of reciprocity. *Journal of Business Research*, 63(9-10), 1033-1040. (<https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-business-research/vol/63/issue/9>). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.08.009>
- Zamagni, S. (2011). *L'economia del bene comune*. 3. Roma, Città Nuova.

IV. Fejezet. A fogyasztóvédelem magánjogi keretei – a fogyasztói szerződések sajátosságai

1. Bevezetés
2. A fogyasztói szerződés alanyai
3. A fogyasztói szerződések rendszere
4. A szerződési jog fogyasztóvédelmi szabályozásának sajátosságai
 - 4.1. A fogyasztóvédelmi szabályozás kógens jellege
 - 4.2. A fogyasztói jogokat csorbító szerződési kikötések semmissége
 - 4.3. A fiduciárius hitelbiztosíték semmissége
 - 4.4. A fogyasztó részére biztosított jogokról való lemondás semmissége
 - 4.5. Alakisági követelmények
 - 4.6. A fogyasztói szerződések értelmezési szabálya
 - 4.7. A fogyasztóval szerződő felet terhelő szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség
 - 4.8. A tájékoztatási kötelezettség megsértésének jogkövetkezményei
 - 4.9. A vállalkozást terhelő bizonyítási kötelezettség
 - 4.10. A fogyasztót megillető indokolás nélküli elállási és felmondási jog
 - 4.11. Az elektronikus szerződéskötés szabályai
 - 4.12. A nem kért értékesítés (inercia szerződés) jogkövetkezménye
 - 4.13. A szerződéskötést követő telefonos kapcsolattartás
 - 4.14. Többletösszegek fizetése
 - 4.15. A fogyasztói jogok jogválasztással való kizárásának tilalma
5. Összefoglalás
6. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A fogyasztóvédelem XX. századi térnyerése lényeges változásokat eredményezett a kötelmi jog, különösen a szerződési jog területén is. A szerződési szabadság elvén nyugvó tradicionális szerződési jogi modellen rést ütött egy új paradigma, a szerződési igazságosság maximája. A szociális szempontok érvényesítésére irányuló szerződési igazságosság elvi alapot teremt a szerződési szabadság eltérést nem engedő (kógens) jogi normákkal való korlátozására. Különösen nyomon követhető ez a sajátos szabályozási módszer a fogyasztói szerződésekben, amelyekben a fogyasztók védelme érdekében kógens minimumszabályokkal éri el a jogalkotó, hogy az erősebb alkupozációban lévő vállalkozás ne alkalmazhasson a vele szerződő fogyasztó jogait csorbító, hátrányos szerződési feltételeket.

A szerződési jog új paradigmája – az Európai Unióhoz való csatlakozásra való felkészülésnek köszönhetően – a magyar szerződési jogra is alakítólag hatott. A jogközelítés, jogharmonizáció hatásaként az 1990-es évek végétől a kötelmi jog – szerződési jog markáns

területévé vált a fogyasztóvédelmi magánjog,³⁷² amely sajátos, kógens normarendszerével mintegy önálló szigetet képez.

A jelen fejezet célja a szerződési jog fogyasztóvédelmi szabályainak, a fogyasztói szerződések alapvető jogi kereteinek bemutatása, különös tekintettel a Ptk.-nak a fogyasztói jogok védelmére irányuló generálklauzuláira, továbbá a fogyasztói szerződések közös szabályozási sajátosságaira.³⁷³

2. A fogyasztói szerződés alanyai

A fogyasztói szerződés alanyai a *fogyasztó*³⁷⁴ és a *vállalkozás*. A fogyasztói minőség meghatározása szempontjából különösen két törvényi definíció emelendő ki. Az egyik a Ptk., a másik az Fgytv. fogyasztó-fogalma.³⁷⁵

³⁷² Az európai uniós csatlakozásig az uniós fogyasztóvédelmi irányelvek nemzeti jogba való átültetése az ún. programozott jogharmonizáció módszerével valósult meg. A Kormány 1995-től kezdődően először ötéves, a csatlakozás időpontjához közeledve pedig éves, majd féléves jogharmonizációs jogalkotási tervekben programozta az uniós joganyag átültetését. A csatlakozást követően jelentős változás, hogy a jogharmonizációs célú jogalkotás ütemezése az Unió jogalkotási dinamikájához igazodóan, egyedi programozás alapján történik.

³⁷³ A fejezet a szerző témában megjelent korábbi tanulmányaira, különösen a Fogyasztóvédelmi jog 2.0 címmel megjelent monográfiájának (Budapest, Gondolat Kiadó, 2022) Fogyasztói szerződések című fejezetére épít. Megemlítendő, a témában az utóbbi egy-két évben is jelentek meg írások, ld. pl. Gellén, 2024; Gombos, 2024.

³⁷⁴ A szakirodalomból ld. pl. Barta, 2024, pp. 191-211.; Hajnal, 2010, pp. 39-52.; Hámosi, 2009, pp. 88-97.; Osztovits, 2013; Papp, 2012, pp. 249-257.; Szabó, 2017, pp. 1-6.; Vékás, 2002, pp. 3-13.

³⁷⁵ Ld. Ptk. 8:1. § (1) bekezdés 3. pont: „(1) E törvény alkalmazásában [...] 3. fogyasztó: a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körén kívül eljáró természetes személy”; Fgytv. 2. § 10. pont: „E törvény alkalmazásában: [...] 10. fogyasztó: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje. A békéltető testületre vonatkozó szabályok alkalmazásában – a fogyasztói jogviták online rendezéséről, valamint a 2006/2004/EK rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról szóló, 2013. május 21-i 524/2013/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet alkalmazásának kivételével – fogyasztónak minősül a fentiekben túlmenően az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységi körén kívül eső célok érdekében eljáró, külön törvény szerinti civil szervezet, egyházi jogi személy, társasház, lakásszövetkezet, amely árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje. A belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról szóló, 2018. február 28-i (EU) 2018/302 európai parlamenti és tanácsi rendelet [a továbbiakban: (EU) 2018/302 rendelet] alkalmazásában fogyasztónak minősül a fentiekben túlmenően az (EU) 2018/302 rendelet szerint vevőnek minősülő vállalkozás is”. Az elérhetőbb fogyasztóvédelem érdekében szükséges törvények módosításáról szóló 2023. évi XX. törvény 19. § a) pontja a mikro-, kis- és középvállalkozások tekintetében megszüntette a békéltető testületi jogvitarendezés lehetőségét. A módosító törvény indoklása szerint erre azért volt szükség, mert a gyakorlatban a vállalkozás jövedelemszerző tevékenysége és a gazdasági tevékenységi körén kívül eső célokra vonatkozó tevékenysége nem határolható el egyértelműen, továbbá, a vállalkozások igénybe vehetnek egyéb alternatív vitarendezési eszközöket, mint például a közvetítői eljárást, a választottbírói eljárást, illetőleg a gazdasági mediációt.

A vállalkozás fogalmát a Ptk. és az Fgytv. hasonló tartalommal – bár nem teljesen azonos szövegezéssel – határozza meg.³⁷⁶

A korábbi szabályozással ellentétben, a Ptk., illetőleg az Fgytv. hatályos értelmező rendelkezései nem rendelkeznek a fogyasztói szerződés fogalmáról. E helyett a Ptk. általában a „fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés” terminust alkalmazza a fogyasztóvédelmi normák megjelölésére. Mindazonáltal a jogalkotó nem tudta teljes mértékben elkerülni a fogyasztói szerződés elnevezés használatát, így például a Ptk. 6:103-104. §-ában a fogyasztói szerződés terminust használja. Ugyancsak az értelmező rendelkezést mellőzve nevesíti a törvény a fogyasztói zálogszerződést (5:90. §), az „Egyes szerződések” között pedig a fogyasztói adásvételt (6:219-220. §), a fogyasztói kezességet (6:430. §) és a fogyasztói biztosítási szerződést (6:455. §).

A fentiek ellenére elmondható, hogy a fogyasztói szerződésre irányuló értelmezés hiánya a Ptk. tekintetében nem okoz jogalkalmazási nehézséget vagy konfúziót, hiszen csak a fogyasztóvédelmi norma címében jelenik meg a fogalom. Ezzel ellentétben, a fogyasztói szerződés definíciójának hiánya problémát okozhat az Fgytv.,³⁷⁷ illetőleg más fogyasztóvédelmi magánjogi jogszabályok tekintetében, amelyek anélkül használják a normaszövegben a fogyasztói szerződés megnevezést, hogy értelmeznék annak fogalmát.

Kodifikációs szempontból különös megoldást alkalmaz a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet, amely ugyan az értelmező szabályai között nem definiálja a fogyasztói szerződést, de a rendelet hatályáról szóló 1. § (1) bekezdés szerint „*e rendeletben foglaltakat a fogyasztó és a vállalkozás között kötött szerződésekre (a továbbiakban: fogyasztói szerződés) kell alkalmazni.*”³⁷⁸ A jelen fejezetben azonos tartalommal használjuk mind a „fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés”, mind a „fogyasztói szerződés” elnevezést.

3. A fogyasztói szerződések rendszere

A fogyasztói szerződések két csoportját lehet megkülönböztetni. Az egyik csoportba azok a fogyasztói szerződések tartoznak, amelyek dogmatikai szempontból besorolhatók valamely tradicionális szerződési alaptípusba, azonban a fogyasztó és vállalkozás közötti relációban kógens szabályokat tartalmaz a jogszabály. E körbe sorolható például a fogyasztói adásvétel, a fogyasztói hitel- és kölcsönszerződés, az utazási szerződés, a fogyasztói biztosítási szerződés, a fogyasztói kezesség, továbbá a fogyasztói zálogszerződés. A másik csoportba azok az atipikus szerződések tartoznak, amelyek nem sorolhatók be a tradicionális

³⁷⁶ Ld. Ptk. 8:1. § (1) bekezdés 4. pont: „(1) E törvény alkalmazásában [...] 4. vállalkozás: a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körében eljáró személy”; Fgytv. 2. § 33. pont: „E törvény alkalmazásában: [...] 33. vállalkozás: aki az 1. § (1) bekezdése szerinti tevékenységet önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében végzi”.

³⁷⁷ Ld. Fgytv. 45/A., 45/B. §.

³⁷⁸ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 1. § (1) bekezdés: „(1) E rendeletben foglaltakat a fogyasztó és a vállalkozás között kötött szerződésekre (a továbbiakban: fogyasztói szerződés) kell alkalmazni, amikor a fogyasztó kifizeti vagy vállalja, hogy kifizeti az áru vagy szolgáltatás ellenértékét. E rendelet víz, gáz, villamos energia vagy távfűtés – akár közszolgáltatók általi – szolgáltatására vonatkozó szerződésekre is alkalmazandó, ha ezeket az árukat szerződés alapján biztosítják.”

szerződéstípusokba, hanem a fogyasztói magánjog sajátos szerződési körébe tartoznak. Az atipikus fogyasztói szerződések többségükben az európai közösségi fogyasztóvédelmi irányelvek³⁷⁹ átültetése útján, az 1990-es évek végén jelentek meg a magyar szerződési jogban. Ebbe a csoportba sorolhatók a távollévők közötti és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések, az ingatlanok időben megosztott használati jogáról szóló szerződések, továbbá az utazási csomagokról szóló szerződések.

A fogyasztói szerződések jogforrási szinten is színes képet mutatnak. A Ptk.-ban szabályozott szerződési alaptípusokhoz kötődő fogyasztói szerződések egy kisebb részét a Ptk. szabályozza. Ide sorolható a fogyasztói biztosítási szerződés, a fogyasztói kezesség és a fogyasztói zálogszerződés. Vannak olyan fogyasztói szerződések, amelyeknek egyes elemeiről a Ptk. rendelkezik, más aspektusait pedig külön jogszabályok rendezik. Ilyen például a fogyasztói adásvétel, amelyre vonatkozóan tartalmaz szabályokat a Ptk.-nak az adásvételi szerződés általános szabályairól szóló XXXII. Fejezete, a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet, továbbá a megfelelőség és a hibás teljesítési jogkövetkezmények tekintetében a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól szóló 373/2021. (VI. 30.) Korm. rendelet. Végezetül vannak olyan fogyasztói szerződések, amelyeket külön törvény,³⁸⁰ vagy külön kormányrendelet³⁸¹ szabályoz.

A fogyasztóvédelmi tárgyú kormányrendeletek között kiemelt helyet foglal el a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet, amely a fogyasztói szerződésekre alkalmazandó – a Ptk. által nem szabályozott – közös rendelkezéseket, továbbá a távollévők között kötött és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések speciális rendelkezéseit tartalmazza. A 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet így módon egy ún. fogyasztóvédelmi kis „Kötelmi könyv” szerepét

³⁷⁹ Ld. többek között: az Európai Parlament és a Tanács 97/7/EK irányelve (1997. május 20.) a távollévők között kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről [ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/1997/7/oj>; az irányelv helyébe a fogyasztók jogairól szóló 2011/83/EU irányelv (2011. október 25.) lépett, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2011/83/oj>]; a Tanács 85/577/EGK irányelve (1985. december 20.) az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről [ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/1985/577/oj>; az irányelv helyébe a fogyasztók jogairól szóló 2011/83/EU irányelv (2011. október 25.) lépett, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2011/83/oj>]; az Európai Parlament és a Tanács 94/47/EK irányelve (1994. október 26.) az ingatlanok időben megosztott használati jogának megszerzésére irányuló szerződések egyes szempontjai vonatkozásában a fogyasztók védelméről (ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/1994/47/oj>; az irányelv helyébe a szálláshelyek időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre, ezek viszontértékesítésére és cseréjére vonatkozó szerződések egyes szempontjai tekintetében a fogyasztók védelméről szóló 2008/122/EK irányelv lépett, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2008/122/oj>]; a Tanács 90/314/EGK irányelve (1990. június 13.) a szervezett utazási formákról [ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/1990/314/oj>; az irányelv helyébe az utazási csomagokról és az utazási szolgáltatás együttesekről szóló (EU) 2015/2302 irányelv (2015. november 25.) lépett, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2015/2302/oj>].

³⁸⁰ Ld. pl. Fht.

³⁸¹ Ld. többek között az utazási szolgáltatásokra vonatkozó szerződésekről, különösen az utazási csomagra és az utazási szolgáltatás együttesre vonatkozó szerződésekről szóló 472/2017. (XII. 28.) Korm. rendelet, továbbá a szállás időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre vonatkozó szerződésekről, valamint a tartós szálláshasználati szolgáltatási tevékenységről szóló 141/2011. (VII. 21.) Korm. rendelet.

tölti be, amelynek szabályait *lex specialisként* kell alkalmazni, de a Ptk.-val összhangban kell értelmezni.³⁸²

4. A szerződési jog fogyasztóvédelmi szabályozásának sajátosságai

A továbbiakban elsősorban a Ptk. fogyasztóvédelmi klauzuláiból, valamint a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendeletből kiindulva, de a fragmentált fogyasztóvédelmi magánjogi szabályozás körébe tartozó más jogszabályokra is figyelemmel a fogyasztói szerződések alábbi jellegadó szabályozási sajátosságait tekintjük át: a fogyasztóvédelmi szabályozás kógens jellege; a fogyasztói jogokat csorbító feltétel semmissége; a fiduciárius hitelbiztosíték semmissége; a fogyasztó részére biztosított jogokról való lemondás semmissége; a fogyasztói szerződések alakisági követelményei; a fogyasztói szerződések értelmezési szabálya; a fogyasztóval szerződő felet terhelő szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség; a digitális piacon kötött szerződésekre vonatkozó tájékoztatási többletkövetelmények; a vállalkozást terhelő bizonyítási kötelezettség; a fogyasztót megillető speciális elállási jog; az elektronikus szerződéskötésre vonatkozó kógens szabályok; a nem kért értékesítés (*inertia* szerződések) jogkövetkezményei; a szerződéskötést követő telefonos kapcsolattartásra vonatkozó szabályok; a fogyasztót terhelő többletösszegek fizetésére vonatkozó tilalmak; a fogyasztói jogok jogválasztással való kizárásának tilalma.

4.1. A fogyasztóvédelmi szabályozás kógens jellege

A szerződési jog alapvető szabályozási sajátossága a diszpozitív (eltérést engedő) normarendszer. A diszpozitív szabályozás elsősorban célszerűségi szempontokra vezethető vissza. Vékás Lajos szerint ez abban a megfontolásban gyökerezik, hogy a törvényhozó nem lehet képes előre felmérni a felek által megvalósítani kívánt célokat a szerződések és a szerződéses kikötések beláthatatlan tömegére nézve.³⁸³ A diszpozitív szabályozás lehetővé teszi, hogy a felek eltérhessenek a jogaikra és kötelezettségeikre vonatkozó közös kötelmi,³⁸⁴ illetőleg szerződési jogi szabályoktól.³⁸⁵ Mindazonáltal a diszpozitívitás elve a szerződési jogban sem abszolút, egyes szerződési viszonyokat eltérést nem engedő, kógens normák szabályoznak. Maga a Ptk. úgy rendelkezik, hogy nem érvényesül a szerződési tartalom megválasztásának szabadsága, amennyiben e törvény tiltja az eltérést,³⁸⁶ illetőleg akkor sem, ha jogszabály a szerződés valamely tartalmi elemét kötelezően meghatározza.³⁸⁷ A kógens jogszabályok korlátozzák a szerződő felek magánautonómiáját, azoktól a felek egyező akarattal sem térhetnek el. Az ilyen rendelkezésektől eltérő szerződési kikötés – függetlenül attól, hogy azt a törvény kifejezetten kimondja-e vagy sem – semmis,³⁸⁸

³⁸² Ld. Ptk. 1:2. § (2) bekezdés.

³⁸³ Vékás, 2018, pp. 386, 385-391.

³⁸⁴ Ptk. 6:1. § (3) bekezdés.

³⁸⁵ Ptk. 6:59. § (2) bekezdés.

³⁸⁶ Ld. uo.

³⁸⁷ Ptk. 6:60. §.

³⁸⁸ Vékás, 2018, p. 387.

a szerződés a jogszabály által előírt tartalommal jön létre, a jogszabályba ütköző szerződési rendelkezés helyébe pedig a kógens jogszabályi rendelkezés lép.³⁸⁹

Az eltérést nem engedő kógens normák egy sajátos alfaját képezik az ún. egyoldalúan kógens³⁹⁰ jogi normák, amelyekről a szerződésben a norma által többletvédelemben részesített szerződő fél hátrányára nem, de a javára el lehet térni. Ugyanúgy, mint a kógens normák, a klaudikálóan (egyoldalúan) kógens jogi normák is alapvetően a közérdek érvényre juttatását, a gyengébb fél jogainak, ezek között hangsúlyosan a fogyasztói jogok védelmét³⁹¹ szolgálják. Az eltérést egyáltalán nem engedő kógens normához képest az egyoldalúan („sántikálóan”) kógens norma csak a fogyasztó hátrányára történő eltérést tiltja, de érvényesnek tekintti a fogyasztó érdekét szolgáló – például vállalkozás számára többlettelepítettség eredményező – eltérést. A klaudikálóan kógens normáktól a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződésben csak akkor lehet érvényesen eltérni, ha az a fogyasztó számára kedvezőbb. A kógenciára kizárólag a fogyasztó érdekében lehet hivatkozni. Bár a fogyasztói jogok védelmére irányuló jogi normák közül mind a Ptk.-ban, mind az egyes fogyasztóvédelmi jogszabályokban vannak eltérést egyáltalán nem engedő és egyoldalúan kógens szabályok is, elmondható, hogy a fogyasztóvédelmi szabályozás „fémjele” tulajdonképpen az egyoldalú kógencia. A Ptk. a szerződés általános szabályai körében és az egyes szerződések esetében is alkalmazza az egyoldalú kógenciát. Így egyoldalúan kógens például a fogyasztói jogok csorbítását tiltó 6:100. §, a fogyasztók kellékszavatossági és jótállási jogai tekintetében a 6:157. § (2) bekezdés, továbbá egyoldalúan kógens fogyasztói biztosítási szerződésre vonatkozóan a 6:455. §-ban felsorolt területek.

Mind a kógens, mind a sántikálóan kógens szabályok között – tekintettel arra, hogy alapvetően a Ptk. a fogyasztói jogok megállapítására irányuló egyedi rendelkezéseinek megsértésére maga a norma megállapítja a semmisséget – vannak olyanok, amelyek a jogok megsértése esetére önmaguk rendelkeznek a jogkövetkezményről is, semmisnek nyilvánítva azt a szerződési kikötést, amely a fogyasztó hátrányára eltér a jogszabály által meghatározott konkrét fogyasztói jogoktól. Ezekről részletesebben a következő pontban szólnunk.

Más esetekben az egyoldalú kógens norma „csak” arról rendelkezik, hogy a jogszabálytól a felek a fogyasztói szerződésben a fogyasztó javára eltérhetnek. Ezt a szabályozási formulát alkalmazza többek között a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet is, amikor úgy rendelkezik, hogy *az „e rendeletben foglaltaktól a fogyasztó javára a felek megállapodása eltérhet”*.³⁹² A két formula a megfogalmazás különbsége ellenére hasonló eredményre vezet, hiszen jogszabályba ütközik, és emiatt semmis minden, a vállalkozás érdekét szolgáló, jogszabálytól eltérő szerződési kikötés.

³⁸⁹ Ptk. 6:60. §.

³⁹⁰ Az egyoldalúan kógens normára a szakirodalomban a klaudikálóan, féloldalúan vagy sántikálóan kógens elnevezést is használják.

³⁹¹ Ld. erről Miskolczi-Bodnár, 2023, pp. 523-536.

³⁹² 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 1. § (4) bekezdés.

4.2. A fogyasztói jogokat csorbító szerződési kikötések semmissége

A Ptk. 6:100. §-a tiltja a törvény által biztosított fogyasztói jogokat csorbító szerződési kikötéseket. Ennek értelmében *a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződésekben semmis az a kikötés, amely a Ptk.-nak a fogyasztók jogait megállapító rendelkezéseitől a fogyasztó hátrányára eltér.*³⁹³ Az egyoldalúan kógens norma célja, hogy a Ptk. által megállapított, védett fogyasztói jogokat ne lehessen semmilyen módon a fogyasztói szerződésbe foglalt kikötéssel félretenni, illetőleg a fogyasztó hátrányára felülírni. A 6:100. § sajátossága, hogy csak a Ptk.-ban megállapított fogyasztói jogok csorbítását szankcionálja, nem terjeszti ki a tilalom hatályát más jogszabályok fogyasztói jogokat megállapító rendelkezéseire. A másik sajátosság, hogy a fogyasztói jogok csorbítását tiltó generális szabály mellett a Ptk. külön-külön rendelkezik egyes nevesített fogyasztói jogok megsértésének tilalmáról és a semmisség jogkövetkezményéről. Így például a fogyasztót megillető kellékszavatossági és jótállási jogok csorbítását szankcionálja a 6:157. § (2) bekezdése, amely szerint *a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződésben semmis az a kikötés, amely a hibás teljesítésre vonatkozó XXIV. Fejezetnek a kellékszavatosságra és a jótállásra vonatkozó rendelkezéseitől a fogyasztó hátrányára eltér.* Ugyancsak a fogyasztói jogok nevesített csorbítása, és mint ilyen semmis, a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződés olyan kikötése, amelyben kizárják a pénztartozás idő előtti teljesítését,³⁹⁴ illetőleg semmis a fogyasztói szerződés részévé váló tisztességtelen kikötés.³⁹⁵ Ennek magyarázata a törvény fogyasztóvédelmi szabályozási módszeréből következik. A fogyasztói jogokat megállapító törvényi rendelkezések Vékás Lajos által használt kifejezéssel élve tematikusak,³⁹⁶ vagyis általában egyes, nevesített fogyasztói jogokra vonatkoztatva állapítanak meg kógens rendelkezéseket. Álláspontunk szerint a 6:100. § generális klauzula szerepet betöltve azokban az esetekben is garantálja a Ptk. által megállapított fogyasztói jogok védelmét, ha nincs a fentiekben említett külön nevesített szabály a fogyasztók védelmére. Meg kell említeni, hogy a fogyasztói jogok csorbításának tilalmához hasonló, egyoldalúan kógens szabályozási formulával vonnak generális védelmi hálót a fogyasztói jogokat megállapító rendelkezések köré a fogyasztói szerződéseket szabályozó egyes jogszabályok is.³⁹⁷ Ily módon a fogyasztói jogok csorbításának tilalmára vonatkozó egyoldalúan kógens generálklauzula a fogyasztóvédelmi magánjogi szabályozást áthatja. Erre jó példa többek között az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásáról szóló jogszabály, amelynek valamennyi rendelkezése egyoldalúan kógens, minthogy a rendelet 1. § (5) bekezdése szerint a *„fogyasztó és vállalkozás közötti szerződésben semmis az a kikötés, amely e rendelet rendelkezéseitől a fogyasztó hátrányára tér el. Az érvénytelen megállapodás helyébe e rendelet rendelkezései lépnek.”*

³⁹³ Ptk. 6:100. §.

³⁹⁴ Ptk. 6:131. §.

³⁹⁵ Ptk. 103. § (3) bekezdés.

³⁹⁶ Vékás, 2018, p. 387.

³⁹⁷ Ld. többek között 472/2017. (XII. 28.) Korm. rendelet 33. § (3) bekezdés, továbbá az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet 1. § (5) bekezdés.

4.3. A fiduciárius hitelbiztosíték semmissége

A fiduciárius hitelbiztosíték olyan jogügylet, amelyben a dolog tulajdonjoga, a tulajdonjog megszerzésére irányuló vételi jog, illetőleg jog vagy követelés jogosulti pozíciója biztosítéki szerepet tölt be.³⁹⁸ A Ptk. tiltja, hogy a fogyasztók valamely követelés biztosítékeként fiduciárius hitelbiztosítékot nyújtsanak. A törvény 6:99. §-a értelmében „[s]emmis az a kikötés, amelyben fogyasztó követelés biztosítása céljából tulajdonjog, más jog vagy követelés átruházására vagy vételi jog alapítására vállal kötelezettséget”. A Ptk. a fogyasztókat kötelező fiduciárius biztosítéki megállapodásokra vonatkozóan teljes fiduciatilalmat állapít meg, és semmissé nyilvánít minden olyan fogyasztói kötelezettségvállalást, amely biztosítéki célú tulajdonátruházásra, biztosítéki célú engedményezésre, biztosítéki célú vételi vagy visszavásárlási jog kikötésére irányul. A fogyasztó hitelbiztosítéki kötelezettségvállalása minden esetben semmis, függetlenül attól, hogy azt a fogyasztó saját vagy idegen követelés biztosítására vállalta, illetőleg, hogy pénzkövetelés vagy más követelés biztosítását szolgálja. Megjegyezzük, hogy a Ptk. 2016. évi módosításával³⁹⁹ megszűnt az általános fiduciatilalom, ezt követően kizárólag fogyasztóvédelmi célból és kizárólagosan a fogyasztó által kötött fiduciárius hitelbiztosítéki szerződések tekintetében alkalmazható a semmisség jogkövetkezménye. Fogyasztónak e tekintetben is a *szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körén kívül eljáró természetes személy* minősül.⁴⁰⁰

4.4. A fogyasztó részére biztosított jogokról való lemondás semmissége

A Ptk. 6:101. §-a szerint *fogyasztó és vállalkozás közötti szerződésben semmis a fogyasztónak a jogszabályban megállapított jogáról lemondó jognyilatkozata*. A Ptk. iktatta be a joglemondásra vonatkozó generális klauzulát, amely általánosan tiltja, hogy a fogyasztó érvényesen olyan jognyilatkozatot tegyen, amely a részére jogszabályban biztosított jogokról való lemondást jelenti. A joglemondás tilalma nemcsak a szűk értelemben a Ptk. által megállapított fogyasztói jogokra vonatkozik, hanem bármilyen jogszabály által megállapított fogyasztó részre biztosított jogról való lemondásra kiterjed. A joglemondást tartalmazó nyilatkozat *ex lege* semmis.

4.5. Alakisági követelmények

A fogyasztói szerződések megkötése során az írásbeliség a fogyasztó pozícióját erősítő garanciális szabály, mivel jelentősen könnyíti a szerződési tartalom bizonyítását.⁴⁰¹ Az írásbeliség mint alaki kötelezettség vonatkozhat csak a szerződéskötést megelőző létszakra, illetve megjelenhet úgy, hogy csak a szerződést kell írásba foglalni, valamint egyszerre lehet jelen a szerződéskötést megelőzően tett jognyilatkozatok és a szerződéskötés vonatkozásában.

³⁹⁸ A témáról megjelent publikációk köréből ld. Bodzási, 2016, pp. 35-44.; Gárdos, 2019, pp. 239-250.; Veress, 2018, pp. 3-6.; Leszkoven, 2014, pp. 3-8.

³⁹⁹ Ld. a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény módosításáról szóló 2016. évi LXXVII. törvény; hatályba lépés: 2016. július 1.

⁴⁰⁰ Ptk. 8:1. § (1) bekezdés 3. pont.

⁴⁰¹ E megállapítás még arra tekintettel is helytálló, hogy a jogalkotó számos esetben a fogyasztóval szerződő félre telepíti a bizonyítási kötelezettséget.

Mind a szerződéskötést megelőző jognyilatkozatokat, mind a szerződést írásba kell foglalni, és ezeket írásban – papíron vagy más tartós adathordozón – a fogyasztó rendelkezésére kell bocsátani a távollevők között kötött szerződések, a fogyasztói hitelszerződések, az ingatlanok időben megosztott használati jogának megszerzésére irányuló szerződések, továbbá az utazási szerződések esetén.

Írásbeli alakot követel meg a Ptk. a fogyasztói kezességi és a fogyasztói zálogszerződés esetében.⁴⁰² Ezekben az esetekben az alaki követelménynek való megfelelés érvényességi kellék, amelynek a megsértése a szerződés semmisségét váltja ki.

Ugyanakkor arra is szükséges rámutatni, hogy a fogyasztói jognyilatkozatok – elsősorban a feltétlen elállás gyakorlására vonatkozó nyilatkozat – főszabály szerinti „formátlan-sága” a fogyasztói akarat kifejezését könnyíti meg. Mindazonáltal a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet melléklete ún. elállási formanyomtatvány-mintát biztosít az elállási jog gyakorlásának könnyítése érdekében.

Az elállás gyakorlására vonatkozó nyilatkozat formai kötöttségtől való mentessége alól a *timeshare* szerződések jelentenek kivételt, hiszen ebben az esetben a jogalkotó jogszabályi szinten rögzítette, hogy a fogyasztó elállását csak írásban gyakorolhatja.

4.6. A fogyasztói szerződések értelmezési szabálya

A szerződés értelmezésére vonatkozó normák a szerződési jog általános szabályai körében, a Ptk. 6:86. §-ában találhatók, de mögöttesen a szerződési nyilatkozatokra is alkalmazni kell a jognyilatkozatok értelmezésére irányuló kötelmi közös szabályokat is. Ebből következik, hogy a jognyilatkozat értelmezésére vonatkozó azon generális elv, amely szerint a jognyilatkozatokat vita esetén úgy kell értelmezni, ahogyan azt a címzettnek a nyilatkozó feltehető és az eset körülményeire tekintettel a szavak általános jelentése szerint érteni kellett,⁴⁰³ a szerződéses jognyilatkozatokra egyaránt alkalmazandó. A szerződés értelmezése tekintetében további általános követelmény, hogy a szerződési feltételeket nem lehet a szerződés egészétől elvonatkoztatva, önmagukban értelmezni, hanem azokat – a szerződés komplexitására figyelemmel – a szerződés egészével összhangban kell értelmezni.

Az egyedileg meg nem tárgyalt szerződési feltétel értelmezésére vonatkozóan a törvény speciális értelmezési követelményt, az *in dubio contra proferentem elv* (*kedvezőbb értelmezés elve*) alkalmazását követeli meg. E körbe tartoznak az általános szerződési feltételek és minden olyan szerződési feltétel, amelyet egyedileg meg nem tárgyaltak meg a felek. A Ptk. rendelkezése szerint „[h]a az általános szerződési feltétel tartalma vagy a szerződés más, egyedileg meg nem tárgyalt feltételének tartalma a jognyilatkozat értelmezésére vonatkozó rendelkezések és az (1) bekezdésben foglalt szabály alkalmazásával nem állapítható meg egyértelműen, a feltétel alkalmazójával szerződő fél számára kedvezőbb értelmezést kell elfogadni”.⁴⁰⁴ Ennél is távolabban, korlátozás nélkül kell alkalmazni a kedvezőbb értelmezés szabályát a fogyasztói szerződések esetében. A törvény e tekintetben úgy rendelkezik, hogy

⁴⁰² Megjegyzendő, hogy függetlenül a felek személyétől a kezességi és a zálogszerződés főszabályként írásbeli alakhoz kötött. A fogyasztói szerződések esetében az írásbeliség követelménye a szerződéskötést megelőző, a jogosultat terhelő speciális tájékoztatási többletkötelezettségre is vonatkozik.

⁴⁰³ Ptk. 6:8. § (1) bekezdés.

⁴⁰⁴ Ptk. 6:86. § (2) bekezdés első mondat.

„fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés esetén ezt a szabályt kell alkalmazni a szerződés bármely feltételének értelmezésére”.⁴⁰⁵ Nem alkalmazható ugyanakkor az *in dubio contra proferentem* értelmezés a közérdekű kereset alapján indult eljárásban, mert ez akadályozná a bíróságot a tisztességtelen szerződési feltételek alkalmazásától való eltiltás iránt, preventív céllal indított közérdekű perekben a kikötés tisztességtelenségének megállapíthatóságában. A kógens rendelkezés európai uniós háttérű, a fogyasztói szerződések tisztességtelen szerződési feltételeiről szóló 93/13/EGK irányelv 5. cikkének átültetését szolgálja.

4.7. A fogyasztóval szerződő felet terhelő szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség

A fogyasztói szerződések általános jellemzője a vállalkozást terhelő tájékoztatási követelmények megemelt mércéje. Habár a tájékoztatási kötelezettség a szerződés valamennyi létszakát átfogja, különösen kiemelt jelentőséggel bír a szerződést előkészítő ún. *prekontraktuális* szakaszban. A fogyasztói szerződések körében érvényesülő szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség egyoldalúan kógens szabályai a gyengébb fél védelme érdekében a fogyasztóval szerződő vállalkozást kötelezik arra, hogy már a szerződés előkészítésének létszakában tájékoztassa a fogyasztót a megkötendő szerződés kötelező tartalmi elemeiről.⁴⁰⁶ Ez a sajátos fogyasztóvédelmi célú többletkötelezettség lényesen különbözik a szerződési jognak, a felek egyenlőségére és mellérendeltségi viszonyára, illetőleg a szerződési szabadságra szabott klasszikus elveitől, különösen pedig a szerződő feleket terhelő kölcsönös tájékoztatási és együttműködési kötelezettség generális klauzulájától, hiszen a fogyasztóval szerződő felet kötelezi arra, hogy a szerződéskötést megelőzően egyértelműen, pontosan, világosan részletes tájékoztatást nyújtson a fogyasztó számára a jogszabály által explicit módon felsorolt tárgykörökben. A speciális tájékoztatási szabályok az információs aszimmetria kiegyenlítését, a vállalkozás erőfölényének ellensúlyozását célozzák, ily módon megteremve a fogyasztó számára a megalapozott, tájékozott üzleti döntés lehetőségét mind online, mind offline környezetben.

A magyar szerződési jogban a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség szabályozása többszintű. Az *első szintet* a Ptk. Hatodik Könyvének generálklauzulája jelenti, amely a szerződési jog általános követelményeként fogalmazza meg a felek együttműködési és a tájékoztatási kötelezettségét. A Ptk. 6:62. §-a valamennyi szerződésre kihatóan, a szerződés minden létszakában – a szerződéskötési tárgyalások alatt, a szerződés megkötésénél, a szerződés fennállása alatt és megszüntetése során – kötelezővé teszi a szerződő felek számára az együttműködést és egymás kölcsönös tájékoztatását a szerződést érintő valamennyi lényeges körülményről. A tájékoztatásnak a szerződést érintő lényeges körülményekre kell kiterjednie. Azt, hogy az információ *a szerződést érintő* lényeges körülmények körébe tartozik-e, esetről-esetre, szerződésről-szerződésre kell mérlegelni. A generálklauzula hatálya egyaránt kiterjed a Ptk.-ban nevesített, illetőleg a Ptk. által nem szabályozott tipikus és atipikus szerződésekre, és mindegyik szerződő felet terheli a saját kötelezettségei tekintetében. A tájékoztatási kötelezettség megsértése attól függő jogkövetkezményt von maga után, hogy a szerződés megkötése megghiúsult, vagy ennek ellenére létrejött.

⁴⁰⁵ Ptk. 6:86. § (2) bekezdés második mondat.

⁴⁰⁶ A témáról ld. részletebben Fazekas, 2022, pp. 146-182.; Miskolczi-Bodnár, 2015. p. 109.; Nagy, 2020.

Az első esetben az okozott kár megtérítése a szerződésen kívüli károkozás, a második esetben a szerződésszegés szabályai szerint követelhető. A sérelmet szenvedett fél azonban nem hivatkozhat a tájékoztatási kötelezettség megsértésére olyan jogokkal, tényekkel és adatokkal kapcsolatban, amelyeket ismert, vagy közhiteles nyilvántartásból vagy más forrásból ismernie kellett.

A szabályozás *második szintjét* a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet jelenti, amely a hatálya alá tartozó fogyasztói szerződések tekintetében átfogóan szabályozza a szerződéskötést megelőző tájékoztatás valamennyi kérdését. A rendelet kiemelten a prekontraktuális tájékoztatási követelményekre fókuszál, meghatározva azokat az információkat, amelyeket a vállalkozásnak, kereskedőnek fel kell tárnia a fogyasztó részére a szerződés megkötését megelőzően. Ez a szabályozási megközelítés több tekintetben lényegesen különbözik a Ptk. 6:62. §-ában foglalt generálklauzulától. Egyrésztől a prekontraktuális tájékoztatási kötelezettség egyoldalúan a vállalkozást/kereskedőt terheli, másrészt kifejezetten csak szerződés megkötését megelőző létszakra koncentrál, harmadrészt pedig a jogszabály *explicit módon* nevesíti a tájékoztatási kötelezettség körébe tartozó információkat. Ennek indoka az információs különbségek kiegyenlítése, továbbá egyfajta prevenciós célzat, nevezetesen az, hogy a fogyasztó a szerződés-előkészítő fázisban kapjon meg minden olyan lényeges információt a vállalkozástól, kereskedőtől, amely alapján tudatosan mérlegelheti szerződési érdekét, felmérheti a kockázatokat és megítélheti, hogy a szerződés megkötése milyen következményekkel jár számára.

A 45/2014. (II. 26.) Korm. rendeletben szabályozott prekontraktuális tájékoztatási kötelezettség az áruk vételére vagy szolgáltatás nyújtására irányuló *visszterhes fogyasztói szerződésekre vonatkozik*, kiegészülve azzal a Modernizációs irányelv⁴⁰⁷ átültetése által bevezetett módosítással, hogy a digitális tartalmakra és digitális szolgáltatásokra irányuló szerződések esetében visszterhesnek minősülnek azok a szerződések is, amelyeknél a fogyasztó személyes adatait bocsátja a vállalkozás rendelkezésére.⁴⁰⁸

Az előzetes tájékoztatási követelményeket a kormányrendelet kétlépcsős módszerrel szabályozza. A III. fejezet szabályozza a hagyományos körülmények között, üzlethelyiségben, vagy ilyennek minősülő más helyen (pl. elárusító bódé, piaci stand) kötött fogyasztói szerződések prekontraktuális tájékoztatási követelményeit, míg az IV. fejezetben találhatók az üzlethelyiségen kívül kötött (ÜKKFSZ), illetőleg a távollévők között kötött (TKKFSZ) fogyasztói szerződésekre rendelt, szerződéskötést megelőző tájékoztatási követelmények. Nem alkalmazható a kormányrendelet III. és IV. fejezete a kormányrendelet hatálya alól kivett szerződésekre.⁴⁰⁹ Ennek indoka, hogy a kormányrendelet 2. §-ában felsorolt szerződésekről egyedi, *lex specialis* jogszabályok rendelkeznek. A kormányrendelet 1. § (3) bekezdése ugyanis kimondja, hogy a rendeletet akkor kell alkalmazni, ha az Európai Unió általános hatályú, közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa vagy az Európai Unió kötelező jogi aktusát átültető jogszabály eltérően nem rendelkezik.

⁴⁰⁷ Az Európai Parlament és a Tanács 2019. november 27-i (EU) 2019/2161 irányelve a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról.

⁴⁰⁸ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 1. § (1a) bekezdés.

⁴⁰⁹ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 2. §-ában felsorolt fogyasztói szerződések.

A távollévők között kötött szerződések prekontraktuális tájékoztatási követelményei – az említett (EU) 2019/2161 Modernizációs irányelv alapján – kibővültek az online piactereken kötött szerződésekre vonatkozó egyedi kiegészítő tájékoztatási követelményekkel.⁴¹⁰ Az online módon kötött fogyasztói szerződésekre ily módon együttesen alkalmazandók a távollévők között kötött szerződések speciális tájékoztatási követelményei és az online piacterekre szabott többletkövetelmények.

A szabályozás *harmadik szintjét* a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet hatálya alá *nem* tartozó, külön jogforrásban szabályozott fogyasztói szerződések jelentik. E körbe tartoznak például az utazási szerződések,⁴¹¹ a szállás időben megosztott használati jogára és hosszú távú üdülési termékek megszerzésére irányuló szerződések (*timesharing*),⁴¹² a fogyasztói hitelszerződések,⁴¹³ de a *lex specialis* körbe tartoznak a Ptk. egyes szerződéseinek között kodifikált fogyasztói kezesség,⁴¹⁴ illetőleg a fogyasztói biztosítási szerződés.⁴¹⁵

Az előzetes tájékoztatási kötelezettség *módját* illetően a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet valamennyi fogyasztói szerződésre érvényes általános követelményként határozza meg, hogy a prekontraktuális tájékoztatásnak, *egyértelműnek és közérthetőnek* kell lenni. A vállalkozásnak, kereskedőnek egyértelmű és átfogó tájékoztatást kell nyújtania a fogyasztó számára, mielőtt a fogyasztót bármely, fogyasztói szerződés vagy annak megfelelő ajánlat kötné.⁴¹⁶ Kiemelendő ugyanakkor, hogy a közös követelmények mellett a fogyasztói szerződés fajtájától és az alkalmazott távkommunikációs eszköztől függően további követelmények is érvényesülnek. Az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések vonatkozásában a rendelet 12. § (1) bekezdése előírja, hogy a tartós adathordozón átadott szerződéskötést megelőző tájékoztatást *olvasható módon és egyszerű, közérthető nyelven* kell a fogyasztó rendelkezésére bocsátani. A távollévők között kötött szerződések esetén a rendelet 14. §-a úgy rendelkezik, hogy az információkat *világosan és közérthető nyelven* kell közölni a fogyasztóval, vagy az alkalmazott távközlő eszközöknek megfelelő módon, illetőleg tartós adathordozón történő átadás esetén olvashatóan kell a fogyasztó rendelkezésére bocsátani. Az online környezetben kötelező a tájékoztatást könnyen hozzáférhetővé és jól láthatóvá tenni a fogyasztók számára.

A szerződéskötést megelőző tájékoztatás során a vállalkozásnak, kereskedőnek figyelembe kell vennie továbbá a fogyasztók sajátos, észszerűen előrelátható igényeit. A fogyasztói jogokról szóló keretirányelv (34) preambulumbekzdése értelmében ez azt jelenti, hogy *'a tájékoztatás nyújtásakor a kereskedőnek figyelembe kell vennie azon fogyasztók egyedi szükségleteit, akik szellemi, testi vagy pszichés fogyatékoságuk, koruk vagy háttérük miatt különösen kiszolgáltatottak oly módon, amelyet a kereskedőnek – észszerű*

⁴¹⁰ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 11/A. §.

⁴¹¹ Ld. 472/2017. (XII. 28.) Korm. rendelet.

⁴¹² Ld. 141/2011. (VII. 21.) Korm. rendelet.

⁴¹³ Ld. Fht.

⁴¹⁴ Ptk. 6:430. §.

⁴¹⁵ Ptk. 6:455. § a)-j) pontok.

⁴¹⁶ Ld. az Európai Parlament és a Tanács 2011. október 25-i 2011/83/EU irányelve a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről, preambulum (34) bekezdés.

elvárhatóság mellett – előre kellett látnia’. Fontos hangsúlyozni, hogy ezen egyedi szükségletek figyelembevétele nem vezethet a fogyasztóvédelem eltérő szintjeihez.

Az előzetes tájékoztatási kötelezettség *tartalmát* a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet differenciáltan határozza meg. A III. fejezet (9–10. §) rendelkezik a vállalkozásokat a távollévők között kötött és üzlethelyiségen kívül kötött szerződésektől eltérő fogyasztói szerződések esetében terhelő előzetes tájékoztatási követelményekről, a IV. fejezet (11. §) pedig a távollévők és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződésekre állapít meg speciális előzetes tájékoztatási követelményeket.

A kormányrendelet III. fejezete alá tartozó – hagyományosan, üzlethelyiségben kötött – fogyasztói szerződések esetében az előzetes tájékoztatási kötelezettség, különösen az alábbiakra terjed ki:

- a szerződés szerinti áru vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságai, az adathordozónak és az árunak vagy szolgáltatásnak megfelelő mértékben,
- a vállalkozás neve, a vállalkozás székhelyének postai címe, és – ha azzal rendelkezik – a telefonszáma és elektronikus levelezési címe,
- a szerződés szerinti áruért vagy szolgáltatásért járó ellenszolgáltatás adóval megnövelt teljes összege vagy – ha az áru vagy szolgáltatás jellegéből adódóan az ellenértéket nem lehet előre észszerűen kiszámítani – annak számítási módjáról, valamint az ezenkívül felmerülő valamennyi költségről (így különösen a fuvardíjról és a postaköltségről), vagy ha e költségeket nem lehet észszerűen előre kiszámítani, annak a ténynek a feltüntetéséről, hogy további költségek merülhetnek fel,
- a teljesítés feltételeiről, különösen a fizetésről, a fuvarozásról és a teljesítési határidőről, valamint a vállalkozás panaszkezelési módjáról,
- az áruk, digitális tartalmak és digitális szolgáltatások megfelelőségének szavatolására vonatkozó termékszavatosságra, kellékszavatosságra vonatkozó jogszabályi kötelezettség fennállásáról és szükség esetén az értékesítés utáni szolgáltatások és a jótállás meglétéről és feltételeiről,
- határozott időre szóló szerződés esetén a szerződés időtartamáról, határozatlan időre szóló szerződés esetén a szerződés megszüntetésének feltételeiről,
- a határozott időre szóló olyan szerződés esetén, amely határozatlan időtartamúvá alakulhat át, az átalakulás feltételeiről, és az így határozatlan időtartamúvá átalakult szerződés megszüntetésének feltételeiről,
- digitális elemeket tartalmazó áruk, digitális tartalom és digitális szolgáltatás működéséről, valamint az alkalmazandó műszaki védelmi intézkedésről,
- a békéltető testülethez fordulás lehetőségéről, a vállalkozás székhelye szerint illetékes békéltető testület nevééről és székhelyének postai címéről (a békéltető testülettel kapcsolatos információkat magyar szabályok követelik meg, ez nem uniós jogból következő kötelezettség),
- digitális elemeket tartalmazó áru, digitális tartalom és digitális szolgáltatás bármilyen vonatkozó kompatibilitásáról és interoperabilitásáról a vállalkozástól észszerűen elvárható ismereteknek megfelelően.⁴¹⁷

⁴¹⁷ Ld. 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 9. §.

A tájékoztatási kötelezettség körében fontos előírás, hogy a vállalkozás köteles a fogyasztót tájékoztatni az őt megillető kellékszavatossági és jótállási jogról olyan módon, hogy a fogyasztó számára világos legyen e két jog tartalma közötti különbség. A tájékoztatás megadásához nyújt segítséget a kormányrendelet mellékletében szereplő mintatájékoztató, amely áttekinthető, érthető módon ad tájékoztatást a kellék/termékszavatossági és a jótállási jog lényeges elemeiről. A fenti tájékoztatási kötelezettség alól a vállalkozás két esetben mentesül: olyan információk esetén, amelyek a körülmények alapján nyilvánvalók, továbbá a mindennapi élet szokásos szükségleteinek fedezése körébe tartozó kisebb jelentőségű szerződés esetén, amelyet a szerződéskötés időpontjában teljesítenek.⁴¹⁸

Az üzlethelyiségekben kötött szerződések esetében a nemzeti szabályozás mozgásterét nagyobb, nem kötelezi az irányelv a tagállamokat teljes harmonizációra. A fogyasztói jogokról szóló irányelv 5. cikkének (4) bekezdése értelmében a tagállamok a szerződéskötést megelőző tájékoztatásra vonatkozó további követelményeket fogadhatnak el vagy tarthatnak fenn. A kormányrendelet ezzel élve kimondja, hogy a vállalkozást nem terheli a fentiekre kiterjedő tájékoztatási kötelezettség azon információk vonatkozásában, amelyek a körülmények alapján nyilvánvalók, illetőleg nem kell alkalmazni a rendelet 9. §-át az olyan mindennapi élet szokásos szükségleteinek fedezése körébe tartozó kisebb jelentőségű szerződésre, amelyet a szerződéskötés időpontjában teljesítenek.

Az üzlethelyiségen kívül kötött és a távollévők között kötött fogyasztói szerződések esetén a vállalkozás előzetes tájékoztatási kötelezettségére vonatkozó követelményeket a kormányrendelet 11. § (1) bekezdés *a)-w)* pontjai rögzítik. E követelmények rendszerükben hasonlóak a hagyományos módon kötött fogyasztói szerződésekhez, de ellentétben azokkal taxatív jellegűek és eltérést nem engedően kötelezőek a vállalkozásra nézve.⁴¹⁹ A másik jellegzetesség, hogy az előzetes tájékoztatás kötelezően a szerződés részévé válik és fősabályként nem módosítható. Ez alól csak az jelent kivételt, ha a szerződő felek kifejezetten megállapodnak a módosítás lehetőségéről. A távollévők között kötött fogyasztói szerződés esetén további követelmény, hogy a szerződés megkötését követően a vállalkozásnak visszaigazolást kell küldenie, amelynek újfent tartalmaznia kell az előzetes tájékoztatót, kivéve azt az esetet, ha a tájékoztatást tartós adathordozón már átadta.

Ugyancsak meghatározó eleme a szerződéskötést megelőző tájékoztatásnak az üzlethelyiségen kívül kötött és a távollévők között kötött fogyasztói szerződések körében a fogyasztókat megillető elállási jogról⁴²⁰ való részletes tájékoztatás.⁴²¹ A 11. § (1) bekezdés *i)* pontja értelmében az előzetes tájékoztatásnak ki kell terjednie a fogyasztót megillető elállási jog tényére, az elállási jog gyakorlásának határidejére, módjára és egyéb feltételeire, különösen pedig a rendelet 2. mellékletét képező elállási nyilatkozatminta szerepére. Az elállási joghoz kapcsolódó tájékoztatásnak arra is ki kell térnie, hogy az elállási jog gyakorlása esetén a fogyasztónak viselnie kell az áru visszaküldésével kapcsolatos költségeket,

⁴¹⁸ Ld. 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 10. §.

⁴¹⁹ A 83/2011/EU irányelv 6. cikk (7) bekezdése az ÜKKFSZ és a TKKFSZ esetében lehetővé teszi, hogy a tagállamok a nemzeti jogukba nyelvi követelményeket vezessenek be.

⁴²⁰ Az elállási jogra vonatkozó részletes szabályokat a kormányrendelet 20. §-a tartalmazza.

⁴²¹ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 11. § (1) bekezdés *i)-j)* pont.

amennyiben a vállalkozás nem vállalta e költség viselését, és hogy a távollévők között kötött szerződés esetében az áru postai küldeményként nem küldhető vissza.⁴²² Az elállási jogra vonatkozó tájékoztatás elmaradása vagy megsértése speciális jogkövetkezményeket von maga után.⁴²³ Ezekre a tájékoztatási kötelezettség megsértésének jogkövetkezményeire vonatkozó pontban térünk ki.

A távollévők között kötött fogyasztói szerződések tájékoztatási követelményei további előzetes tájékoztatási követelményekkel egészülnek ki az online piactereken kötött fogyasztói szerződések tekintetében. A kormányrendelet 11/A. §-a szerint mielőtt kötelezővé válna az online piacon kötött távollévők közötti szerződés, az *online piac szolgáltatója* köteles világos és érthető nyelven, az alkalmazott távközlő eszközöknek megfelelő módon tájékoztatni a fogyasztót:

- a rangsorolási kritériumokról, a fogyasztó számára a keresési lekérdezés alapján megjelenő ajánlatok rangsorolását meghatározó fő paraméterekről (a minősítést és értékelést szolgáló mechanizmusok, szekvenciális algoritmus, vizuális kiemelés), e paraméterek más paraméterekhez viszonyított jelentőségéről,

- arról, hogy az árukat, szolgáltatásokat vagy digitális tartalmat kínáló harmadik fél kereskedőnek minősül-e,

- arról, hogy ha a harmadik fél nem kereskedő, és emiatt az uniós fogyasztóvédelmi jogszabályokból eredő fogyasztói jogok nem alkalmazhatók a szerződésre,

- arról, hogy a szerződéssel kapcsolatos kötelezettségek hogyan oszlanak meg az árukat, szolgáltatásokat vagy digitális tartalmat kínáló harmadik fél és az online piac szolgáltatója között, és hogy ez nem érinti az online piacszolgáltató vagy a harmadik fél vállalkozás szerződés szerinti kötelezettségeit.

4.8. A tájékoztatási kötelezettség megsértésének jogkövetkezményei

A szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség megsértése esetén érvényesíthető jogkövetkezményekről a fogyasztói jogokról szóló 2011/83/EU irányelv ad elvi eligazítást. Az irányelv 23. cikk (1) bekezdése szerint a tagállamok gondoskodnak az irányelv betartását biztosító megfelelő és hatékony eszközökről.

Ugyancsak az irányelvből következik⁴²⁴ az elállási jogra vonatkozó előzetes tájékoztatási kötelezettség megsértése esetén érvényesülő speciális jogkövetkezmény, amelynek értelmében az elállásra vonatkozó tájékoztatás elmaradása esetén az elállási időszak az eredeti elállási időszak lejárta után 12 hónappal jár le. Ha pedig a vállalkozás 12 hónapon belül teljesíti a tájékoztatást, az e tájékoztatást követő 14 nap elteltével.⁴²⁵

A nemzeti jog a fentiekén kívül is többféle jogérvényesítési lehetőséget biztosít a prekontraktuális tájékoztatási követelmények megsértése esetére. Ezek egy része hatósági jellegű szankció, más része magánjogi jogkövetkezmény. A fogyasztóvédelmi hatóság bíróságot szabhat ki, ha a szerződéskötést megelőző tájékoztatás – például vásárlásra irányuló felhívás, reklám vagy más marketingeszköz alkalmazása – során a vállalkozás megsérti a

⁴²² 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 11. § (1) bekezdés j) pont.

⁴²³ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 21. §.

⁴²⁴ 2011/83/EU irányelv 10. cikk (1)–(2) bekezdés.

⁴²⁵ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 21. § (1)–(2) bekezdés.

tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló rendelkezéseket. A 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 31. §-a akként rendelkezik, hogy a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség megsértése esetén a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott hatóság jár el az ott meghatározott szabályok szerint.

A magánjogi jogkövetkezmények eszköztárából a szerződési jogban biztosított jogkövetkezmények (ld. pl. szerződésszegés, kártérítés) szabadon alkalmazhatók fogyasztói szerződések esetében is. E tekintetben a Ptk. elemzett 6:62. §-a kiemelt jelentőséggel bír. A generálklauzula által meghatározott jogkövetkezmények függenek attól, hogy a szerződés melyik létszakában történt a tájékoztatási és együttműködési kötelezettség megsértése, illetőleg létrejött-e a szerződés vagy sem.

Ha a tájékoztatási kötelezettség megsértése ellenére mégis létrejön a szerződés, a mulasztó fél magatartása szerződésszegésnek minősül és köteles a másik fél ebből származó kárát a szerződésszegéssel okozott károkért való felelősség általános szabályai szerint megtéríteni.

Ha a szerződés nem jön létre, az a fél, aki a tájékoztatási kötelezettségét a szerződéskötési tárgyalások során megszegte, köteles a másik fél ebből származó kárát a szerződésen kívül okozott károkért való felelősség általános szabályai szerint megtéríteni.

Ha a felek az együttműködési és tájékoztatási kötelezettségüknek eleget tettek, de a szerződés ennek ellenére nem köttetik meg, a feleket kártérítési kötelezettség nem terheli.

A szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség megsértése esetén alkalmazható hatósági szankciók és a szerződési jogi jogkövetkezmények alkalmazása nem zárja ki egymást, a hatósági eljárás lefolytatása mellett a fogyasztó jogosult polgári jogi igényét egyéni kereset útján érvényesíteni.

A fogyasztók kollektív érdekeinek védelmére irányuló képviseleti keresetekről szóló (EU) 2020/1828 irányelv, amelynek átültetése az Fgytv. 38-38/G. §-aiban történt meg, meghatározott feltételek teljesülése esetén lehetővé teszi fogyasztói kollektív képviseleti kereset indítását a feljogosított szervezetek számára. A kollektív képviseleti kereset irányulhat a jogsértés megszüntetésére vagy jogorvoslatra (pl. csere, kijavítás, kártérítés). Ennek eljárásjogi kereteit a Pp. közérdekből indított perre irányadó, 571-579. §-ai határozzák meg.

4.9. A vállalkozást terhelő bizonyítási kötelezettség

A fogyasztóvédelem egyik alapvető célkitűzése a fogyasztók igényérvényesítéshez való jogának lehető legteljesebb biztosítása. Ezt szolgálják azok a rendelkezések, amelyek az igényérvényesítéshez való jog gyakorlását könnyítik. Ezek között kiemelkedő jelentősége van a bizonyítási teher megfordításának. Fordított bizonyítási teherről beszélünk, amikor a szokásos bizonyítási rendtől eltérve a jogalkotó a bizonyítás kötelezettségét és a sikertelen bizonyítás terhét a fogyasztóról a vállalkozásra telepíti. Az utóbbi évek uniós fogyasztóvédelmi jogalkotásában megfigyelhető tendencia, hogy a fogyasztói igényérvényesítés hatékonyságának növelése fokozott hangsúlyt kapott. Ennek egy lehetséges módja a bizonyítási kötelezettség áthelyezése. Példaként említhető a kellékszavatossági igények esetében alkalmazott hibás teljesítési vélelem, amelynek tartama alatt a fogyasztóval szemben a vállalkozást terheli annak bizonyítása, hogy jogi értelemben nem teljesített hibásan, az áru a

teljesítés időpontjában nem szenvedett megfeleléségi hibában,⁴²⁶ de továbbmenve a jótállási kötelezettség teljes tartama alatt a vállalkozást terheli a bizonyítás kötelezettsége.⁴²⁷ Ugyancsak megemlíthetők az üzlethelyiségen kívül kötött és a távollévők között kötött fogyasztói szerződések, amelyek körében a vállalkozást terheli annak bizonyítása, hogy a szerződés megkötése előtt az előzetes tájékoztatási kötelezettségének eleget tett.

4.10. A fogyasztót megillető indokolás nélküli elállási és felmondási jog

A fogyasztói szerződések egyik legfontosabb garanciális szabálya a fogyasztó számára biztosított, a szerződés megszüntetésére irányuló elállás joga. Ez azt jelenti, hogy meghatározott határidőn belül a fogyasztó indokolás és kártérítési kötelezettség nélkül elállhat a szerződéstől. Ez az angol jogi nyelvben „*cooling off*” periódusként nevezett időtartam a fogyasztóvédelem egyik legjelentősebb kötelmi „biztosítéka”, amely mindenféle kompenzáció, illetőleg következmény nélkül lehetővé teszi a fogyasztó számára, hogy meghatározott ideig meggondolja magát, és „kilépjen” a számára kedvezőtlen – esetleg a választási szabadságát sértő módon ráerőltetett – szerződésből.

A feltétel és indokolási kötelezettség nélküli elállási jog a fogyasztóvédelmi mozgalmak hatására nyert elismerést a fogyasztói szerződéseket szabályozó irányelvekben, és a jogharmonizációs kötelezettség teljesítésével „gyűrűzött be” a magyar magánjogba. A Ptk. ezt a fajta abszolút elállási jogot nem ismerte és jelenleg sem szabályozza,⁴²⁸ viszont a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet és más atipikus fogyasztói szerződésekre vonatkozó jogszabályok kógens (eltérést nem engedő) rendelkezései között fontos fogyasztóvédelmi garanciaként van jelen. E körbe tartoznak a sajátos szerződéskötési módszerekkel kötött szerződések, így a távollévők között kötött, az üzlethelyiségen kívül kötött fogyasztói szerződések, a *timeshare* szerződés, a fogyasztói hitelszerződés vagy az utazási csomagokról, utazási szolgáltatásegyüttésekről szóló szerződések, amelyekben különösen nagy jelentőséggel bír a fogyasztó számára biztosított feltétel nélküli elállási jog, mivel fogyasztói oldalon lehetőséget teremt arra, hogy a választási szabadságot korlátozó szerződéskötési helyzetekben hozott döntését a fogyasztó megváltoztathassa. Másrészről a fogyasztót megillető feltétlen

⁴²⁶ Ld. Ptk. 6:158. §: „Fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés esetén az ellenkező bizonyításáig vélelmezni kell, hogy a teljesítést követő hat hónapon belül a fogyasztó által felismert hiba már a teljesítés időpontjában megvolt, kivéve, ha e vélelem a dolog természetével vagy a hiba jellegével összeegyeztethetetlen.”; a Ptk. 6:157. § (1) bekezdése szerint: „(1) A kötelezett hibásan teljesít, ha a szolgáltatás a teljesítés időpontjában nem felel meg a szerződésben vagy jogszabályban megállapított minőségi követelményeknek. Nem teljesít hibásan a kötelezett, ha a jogosult a hibát a szerződéskötés időpontjában ismerte, vagy a hibát a szerződéskötés időpontjában ismernie kellett.”

⁴²⁷ Ld. Ptk. 6:171. § (1) bekezdés: „(1) Aki a szerződés teljesítéséért jótállást vállal vagy jogszabály alapján jótállásra köteles, a jótállás időtartama alatt a jótállást keletkeztető jognyilatkozatban vagy jogszabályban foglalt feltételek szerint köteles helytállni a hibás teljesítésért. Mentessül a jótállási kötelezettség alól, ha bizonyítja, hogy a hiba oka a teljesítés után keletkezett.”

⁴²⁸ A magyar polgári jog a házaló kereskedelemre vonatkozó rendelet elfogadásáig kétfajta elállási jogot ismert: az egyik a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény 320. §-ában, a Ptk. 6:213. §-ában és 6:249. §-ában szabályozott objektív, indokolás nélküli elállási jog, amelyet a jogosult a teljesítésig gyakorolhat, ha azt szerződés vagy jogszabály lehetővé teszi, de köteles megtéríteni az elállásból eredő kárt; a másik fajta az ún. szubjektív vagy szankciós elállás, amelyet a jogosult a kötelezett felróható szerződésszegése következtében gyakorolhat.

elállási jog a vállalkozást is arra ösztönzi, hogy a szerződéskötéskor a fogyasztót mindenre kiterjedően tájékoztassa, ne éljen vissza az online módon kötött szerződések esetén a személyes jelenlét hiányával vagy szokatlan körülményekkel az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetében, mivel a fogyasztó minden bizonnyal élni fog a számára biztosított elállási lehetőséggel, ami számára is többletköltséget és egyéb kárt okozhat.

Tekintettel arra, hogy a fogyasztó elállási jogára vonatkozó szabályok mindegyik fogyasztói szerződés esetében lényegében hasonlóak, terjedelmi megfontolásokból a távollévők között kötött és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződésekre vonatkozó közös szabályokat vizsgáljuk meg közelebbről.

A 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 20. §-a a távollévők között kötött és az üzlethelyiségen kívül kötött fogyasztói szerződésekre vonatkozóan egységesen szabályozza a fogyasztót megillető *indokolás nélküli elállási, felmondási jogot*. Elállással szüntethető meg a szerződés minden olyan esetben, ha a szerződés tárgya reverzibilis szolgáltatás, azaz áru, ideértve a digitális elemeket tartalmazó árukat is, vagy más ingó dolog; ha pedig a szerződés tárgya irreverzibilis szolgáltatás (ld. pl. fogyasztói hitelszerződés, ha már megkezdődött a hitel folyósítása, vagy online megvásárolt fitnessz tréning), az elállási jog helyett indokolás nélküli felmondási jog illeti meg a fogyasztót.

Az elállási jog gyakorlásának kezdő napja különbözik a szerint, hogy a szerződés tárgya áru vagy szolgáltatás. Ha a szerződés áru adásvételére irányul, az elállási jog gyakorlásának kezdő napja az áru átvételének napja. A szolgáltatás nyújtására irányuló szerződés esetében az elállási határidő a szerződés megkötésének napjától kezdődik. Ugyancsak a szerződés megkötésének időpontja irányadó az online digitális tartalomra vonatkozó szerződések esetében is. Így például a fogyasztó, aki online jelentkezett tanfolyamra, 14 napon belül a szerződés megkötésétől számítva, ha meggondolta magát, jogosult a szerződéstől elállni.

Az elállás/felmondás joga főszabályként a kezdő naptól számított 14 nap alatt gyakorolható. A vasárnap és a munkaszüneti napok beleszámítanak a 14 napba. Ha azonban a 14 napos időszak vége munkaszüneti napra esik, akkor az elállási időszak – a Ptk. alapján⁴²⁹ – a következő munkanapon telik le.

Meghosszabbodik az elállási idő, ha a vállalkozás előzetesen elmulasztja a fogyasztót megillető elállási vagy felmondási jogra vonatkozó tájékoztatást. Ez esetben a 14 napos elállási határidő 12 hónappal meghosszabbodik.⁴³⁰

Ha a vállalkozás a 14 napos határidő lejártát követő tizenkét hónapon belül megadja a tájékoztatást, az elállásra nyitva álló határidő a tájékoztatás közlésétől számított tizenegyedik napon jár le.

A fogyasztó elállási jogát vagy az elállásra vonatkozó egyértelmű nyilatkozattal, vagy a kormányrendelet mellékletében található nyilatkozatminta felhasználásával gyakorolhatja.⁴³¹ A vállalkozás internetes honlapján is biztosíthatja a fogyasztó számára az elállási jog gyakorlását. Ebben az esetben a vállalkozás tartós adathordozón haladéktalanul visszaigazolja a fogyasztói nyilatkozat megérkezését. Határidőben érvényesítettnek kell tekinteni

⁴²⁹ Ptk. 8:3. § (3) bekezdés.

⁴³⁰ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 21. §.

⁴³¹ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 22.§.

a fogyasztó elállását, ha a fogyasztó az elállási nyilatkozatát az elállási határidő lejárta előtt elküldi a vállalkozásnak.

A vállalkozást a fogyasztó elállása vagy felmondása esetén a kifizetett ellenszolgáltatás visszatérítésének kötelezettsége terheli. Ennek értelmében, ha a fogyasztó eláll a szerződéstől, a vállalkozás haladéktalanul, de legkésőbb az elállásról való tudomásszerzésétől számított tizennégy napon belül köteles visszatéríteni a fogyasztó által ellenszolgáltatásként megfizetett teljes összeget, ideértve a teljesítéssel összefüggésben felmerült költségeket is. A fogyasztónak visszajáró összeget a fogyasztó által igénybe vett fizetési móddal meg egyező módon kell visszatéríteni, de ha a fogyasztó kifejezetten beleegyezik, akkor más fizetési mód is alkalmazható, feltéve, hogy a fogyasztót ebből adódóan semmilyen többletdíj nem terheli.

Áru adásvételére irányuló szerződés esetén a vállalkozás mindaddig visszatarthatja a visszatérítést, amíg a fogyasztó az árut vissza nem szolgáltatta, vagy kétséget kizáróan nem igazolta, hogy azt visszaküldte. Nem illeti meg a vállalkozást a visszatartás joga, ha vállalta, hogy az árut maga fuvarozza vissza.

Digitális tartalomra vagy szolgáltatásra irányuló szerződésektől való elállás esetén a vállalkozás megakadályozhatja, hogy a fogyasztó tovább használja a digitális tartalmat, valamint a digitális szolgáltatást, különösen a digitális tartalomnak, valamint a digitális szolgáltatásnak a fogyasztó számára hozzáférhetetlenné tételével, vagy a fogyasztó felhasználói fiókjának letiltásával.

Az elállási jog gyakorlása a fogyasztó oldalán is keletkeztet kötelezettségeket. Ezek közé tartozik az áru visszaküldésére, visszaszolgáltatására irányuló kötelezettsége, amelynek értelmében köteles az árut haladéktalanul, de legkésőbb az elállás közlésétől számított 14 napon belül visszaküldeni, vagy a vállalkozásnak, illetőleg meghatalmazottjának átadni. A visszaküldés határidőben teljesítettnek minősül, ha a fogyasztó az árut a határidő lejárta előtt elküldi. A fogyasztó kizárólag az áru visszaküldésének közvetlen költségét viseli, kivéve, ha a vállalkozás vállalta e költség viselését. A fogyasztó az áru jellegének, tulajdonságainak és működésének megállapításához szükséges használatot meghaladó használatból eredő értékcsökkenésért felelősséggel tartozik. Nem felel a fogyasztó az értékcsökkenésért, ha a vállalkozás nem tett eleget az elállási jog gyakorlására vonatkozó tájékoztatási kötelezettségének. A szerződéstől való elállás esetén a fogyasztó tartózkodni köteles a digitális tartalom vagy a digitális szolgáltatás használatától és ezek elérhetővé tételétől harmadik fél számára.

A fogyasztót nem illeti meg az elállás joga a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 29. §-ában felsorolt szerződések esetében.⁴³² Megjegyzendő, hogy a szolgáltatásra irányuló szer-

⁴³² A kormányrendelet 29. §-a szerint a szolgáltatásra irányuló szerződés esetében a szolgáltatás maradéktalan teljesítése után, ha az áru vagy szolgáltatás ára/díja a pénzpiac lehetséges ingadozásától függ, olyan egyedi áru esetében, amelyet a fogyasztó utasítása alapján vagy kifejezett kérésére állítottak elő, vagy olyan áru esetében, amelyet egyértelműen a fogyasztó személyére szabtak, romlandó vagy minőségét rövid ideig megőrző áru tekintetében, olyan zárt csomagolású áru tekintetében, amely egészségvédelmi vagy higiéniai okból az átadást követő felbontása után nem küldhető vissza, olyan áru tekintetében, amely jellegénél fogva az átadást követően elválaszthatatlanul vegyül más áruval, olyan alkoholtartalmú ital tekintetében, amelynek tényleges értéke a vállalkozás által nem befolyásolható módon a piaci ingadozásoktól függ, és amelynek

ződés esetén, amennyiben a szerződés fizetési kötelezettséget keletkeztet a fogyasztó oldalán, a szolgáltatás maradéktalan teljesítése is csak akkor zárja el a fogyasztót az elállás jogától, ha a teljesítést a fogyasztó kifejezett előzetes beleegyezésével kezdte meg a szolgáltató, és a fogyasztó tudomásul vette, hogy elveszíti elállási jogát, amint a vállalkozás maradéktalanul teljesíti a szerződést.

A fogyasztót megillető elállás kihat az alapszerződéshez kapcsolódó járulékos szerződésekre is. Amennyiben az üzlethelyiségen kívül kötött, illetve a távollévők között kötött fogyasztói szerződéshez járulékos szerződés is kapcsolódik, az elállási jog gyakorlásával a járulékos szerződés megszűnik. A fogyasztó a járulékos szerződés megszűnéséből a vállalkozásnál keletkezett kárt vagy egyéb költséget azonban nem köteles megtéríteni. A vállalkozás köteles a járulékos szerződésben részt vevő harmadik személy szerződő felet a fogyasztó elállásáról vagy felmondásáról haladéktalanul értesíteni.

4.11. Az elektronikus szerződéskötés szabályai

A Ptk. szerződések elektronikus megkötésének szabályairól szóló 6:82. §-ában megállapított rendelkezések valamennyi szerződésre alkalmazandók. A fogyasztói szerződések esetében azonban a szabályok eltérést nem engedő (kógens) jellegűek, amelyek megsértése a semmisség jogkövetkezményét vonja maga után.

Elektronikus szerződéskötés esetén az e-utat biztosító fél köteles a szerződéskötésre vonatkozó jognyilatkozatának megtételét megelőzően a másik felet tájékoztatni a szerződéskötés technikai lépéseiről, nevezetesen arról, hogy írásba foglaltnak minősül-e az így kötött szerződés, rögzíti-e a szerződést, továbbá hogy utólagosan hozzáférhető lesz-e a szerződés. Ugyancsak előzetes tájékoztatást kell nyújtani a hibajavítás eszközéről, illetőleg arról, hogy mely adatok javíthatók. Úgyszintén tájékoztatást kell adni a szerződés nyelvéről, továbbá, ha létezik szolgáltatási magatartási kódex, ennek elektronikus hozzáférhetőségéről, valamint arról, hogy az e-utat biztosító fél magára nézve kötelezőnek ismeri-e el a magatartási kódexet.

Az e-utat biztosító fél köteles az ÁSZF-eket olyan módon hozzáférhetővé tenni, amely lehetővé teszi a másik fél számára, hogy tárolja és előhívja azokat. Az e-utat biztosító fél köteles továbbá megfelelő eszközökkel biztosítani, hogy a másik fél az adatok elektronikus rögzítése során felmerülő hibákat szerződési jognyilatkozatának megtételét megelőzően kijavíthassa (pl. visszaléptetés lehetősége, véglegesítési opció). Ha az e-utat biztosító fél nem teljesíti az erre vonatkozó kötelezettségét, a másik fél a szerződési jognyilatkozatot megtámadhatja.

áráról a felek az adásvételi szerződés megkötésekor állapodtak meg, azonban a szerződés teljesítésére csak a megkötéstől számított harmincadik napot követően kerül sor, olyan vállalkozási szerződés esetében, amelynél a vállalkozás a fogyasztó kifejezett kérésére keresi fel a fogyasztót sürgős javítási vagy karbantartási munkálatok elvégzése céljából, lezárt csomagolású hang-, illetve képfelvétel, valamint számítógépes szoftver példányának adásvétele tekintetében, ha az átadást követően a fogyasztó a csomagolást felbontotta, hírlap, folyóirat és időszaki lap tekintetében, az előfizetési szerződések kivételével, nyilvános árverésen megkötött szerződések esetében.

Az e-úton tett szerződési jognyilatkozat akkor válik hatályossá, amikor az a másik fél számára hozzáférhető. Az e-utat biztosító fél köteles a másik fél szerződési jognyilatkozatának megérkezését e-úton késedelem nélkül visszaigazolni. A fél mentesül az ajánlati kötöttség alól, és a szerződés teljesítésére nem kötelezhető, ha ez nem történik meg.

4.12. A nem kért értékesítés (*inercia* szerződés) jogkövetkezménye

A 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet *a közös szabályok körében* rendelkezik a fogyasztó által nem kért szerződések következményeiről. Eszerint a vállalkozás nem követelhet a fogyasztótól ellenszolgáltatást, ha olyan árut értékesít, vagy olyan szolgáltatást nyújt, amelyre nézve nem jött létre szerződés. Nem kért értékesítésnél a fogyasztó nyilatkozatának elmulasztása esetén sem lehet vélelmezni a vállalkozás ajánlatának – hallgatólagos – elfogadását.⁴³³

4.13. A szerződéskötést követő telefonos kapcsolattartás

Ugyancsak minden vállalkozást kötelező közös szabály, hogy amennyiben a vállalkozás a szerződéskötést követő kapcsolattartáshoz telefonos ügyintézkést nyújt, a vállalkozás szavatolni köteles, hogy a vele kapcsolatba lépő fogyasztót a hívásért az elektronikus hírközlési szolgáltató által a hívó fél számára az előfizetői szerződésben meghatározott díjon felül *további díj ne terhelje*. A telefonos ügyfélszolgálat emelt díjas szolgáltatással nem működtethető. E rendelkezés nem érinti az elektronikus hírközlési szolgáltató azon jogát, hogy a hívásokért díjat számítson fel.⁴³⁴ Bármely fizetési mód esetén érvényesül az a közös szabály, hogy a vállalkozás az adott fizetési mód igénybevételéért a fizetési móddal összefüggésben felmerült általa viselt *költséget meghaladó díjat nem számíthat fel*. Ez a szabály nem alkalmazható abban az esetben, ha a jogszabályi rendelkezések egy adott fizetési mód igénybevételéért díj vagy egyéb fizetési kötelezettség felszámítását teljes mértékben tiltják.⁴³⁵

4.14. Többszövegek fizetése

A vállalkozást a szerződés szerinti főkötelezettsége teljesítéséért járó ellenszolgáltatáson felül további pénzbeli követelésre feljogosító szerződési feltétel különösen nem tekinthető olyannak, mint amit a fogyasztó kifejezetten elfogadott, ha a vállalkozás olyan alapértelmezett opciót (előre kitöltött mezőt) alkalmaz, amelyet a fogyasztónak a többletszöveg fizetésének elkerülése érdekében el kellene utasítania. Ebben az esetben a vállalkozás köteles a fogyasztó részére az így kifizetett összeget visszatéríteni.⁴³⁶ A 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet által meghatározott közös szabályokat nemcsak a távollévők között kötött és az üzlethelyiségen kívül kötött fogyasztói szerződésekre, hanem minden más fogyasztói szerződésre is alkalmazni kell.

⁴³³ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 8. §.

⁴³⁴ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 6. §.

⁴³⁵ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 7. §.

⁴³⁶ 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 8/A. §.

4.15. A fogyasztói jogok jogválasztással való kizárásának tilalma

Az alkalmazandó jog megválasztását gyakran arra használják a vállalkozások, hogy a fogyasztókat védő nemzeti rendelkezések alkalmazását jogválasztással kizárják, amennyiben a szerződés nemzetközi magánjogi elemet is tartalmaz. A fogyasztói szerződésekre vonatkozó jogválasztás általános feltételeit a szerződéses kötelezettségekre vonatkozó Róma I. rendeletet 6. cikke szabályozza.⁴³⁷ A rendelet 6. cikk (2) bekezdése értelmében a felek jogválasztása nem eredményezheti azt, hogy a fogyasztót megfosztják az olyan rendelkezések által biztosított védelemtől, amelyekről – a jogválasztás hiányában alkalmazandó jog értelmében – megállapodás útján nem lehet eltérni.

A feltétlen érvényesülést kívánó körbe tartoznak a fogyasztói jogokat megállapító kógens vagy egyoldalúan kógens szerződési jogi szabályok, ezért függetlenül a felek által választott jogtól, azokat jogválasztással nem lehet kizárni. Emellett más jogszabályok, fogyasztóvédelmi irányelvek is tartalmaznak – a fogyasztói jogok védelme érdekében – jogválasztást korlátozó nemzetközi magánjogi rendelkezést, amelynek végrehajtása érdekében a tagállamok kötelesek a szükséges nemzeti intézkedéseket, jogszabályokat megalkotni. Ilyen rendelkezést tartalmaz a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv,⁴³⁸ az ún. *timeshare* irányelv,⁴³⁹ a pénzügyi szolgáltatások távértékesítéssel történő forgalmazásáról szóló irányelv.⁴⁴⁰

A jogválasztásra vonatkozó rendelkezésekben közös, hogy akkor tilalmazzák a fogyasztókat védő nemzeti szabályok jogválasztással történő megkerülését, ha az adott ügylet a tagállam területével szoros kapcsolatban áll. Fontos felhívni rá a figyelmet, hogy az irányelvek – összhangban a Róma I. rendelettel – nem zárják ki teljes egészében a jogválasztás lehetőségét, hanem csupán abban az esetben korlátozzák azt, ha a jogválasztás megfosztaná a fogyasztót a kógens jogszabályok által biztosított jogoktól.

A fentiekkel összhangban áll a nemzetközi magánjogról szóló 2017. évi XXVIII. törvény 13. § (1) bekezdése, amely szerint *„az irányadó jogra tekintet nélkül alkalmazni kell a magyar jognak azokat a rendelkezéseit, amelyek tartalmából és céljából egyértelműen*

⁴³⁷ Az Európai Parlament és a Tanács 593/2008/EK rendelete (2008. június 17.) a szerződéses kötelezettségekre alkalmazandó jogról (Róma I.).

⁴³⁸ A Tanács 93/13/EGK irányelve (1993. április 5.) a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről, 6. cikk (2) bekezdés, amely szerint *a tagállamok a szükséges intézkedések megtételével gondoskodnak arról, hogy ha a szerződés szoros kapcsolatban áll a tagállamok területével, a fogyasztó ne veszítse el az ezen irányelv által biztosított védelmet annak következtében, hogy nem tagállam jogát jelölik ki a szerződésre alkalmazandó jogként.*

⁴³⁹ Az Európai Parlament és a Tanács 2008/122/EK irányelve (2009. január 14.) a szálláshelyek időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre, ezek viszontértékesítésére és cseréjére vonatkozó szerződések egyes szempontjai tekintetében a fogyasztók védelméről, 12. cikk (1) bekezdés, amelynek értelmében *a tagállamok biztosítják, hogy ha a szerződésre alkalmazandó jog valamelyik tagállam joga, a fogyasztók nem mondhatnak le ezen irányelv által rájuk ruházott jogokról.*

⁴⁴⁰ Az Európai Parlament és a Tanács 2002/65/EK irányelve (2002. szeptember 23.) a fogyasztói pénzügyi szolgáltatások távértékesítéssel történő forgalmazásáról, valamint a 90/619/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK irányelv és a 98/27/EK irányelv módosításáról, 12. cikk (2) bekezdés, amelynek alapján *a tagállamok megteszik a szükséges intézkedéseket annak biztosítására, hogy a fogyasztó ne veszítse el az irányelv által biztosított védelmet azáltal, hogy valamely, tagsággal nem rendelkező ország jogát választják a szerződésre alkalmazandó jognak, ha a szerződés szorosan kapcsolódik egy vagy több tagállam területére.*

megállapítható, hogy azok az e törvény hatálya alá tartozó jogviszonyokban is feltétlen érvényesülést kívánnak.”

5. Összefoglalás

A fejezet a fogyasztói magánjog jogi kereteinek, jellegadó szabályozási sajátosságainak vizsgálatát tűzte ki célul. Ennek során a fogyasztóvédelmi magánjog meghatározó területét, a szerződési jog fogyasztóvédelmi rendelkezéseit, a fogyasztói szerződések alapvető jogi kereteit vettük górcső alá. A fogyasztói szerződés ismérvei között vizsgáltuk a fogyasztói minőség, illetőleg a vállalkozás fogalmi jegyeit, továbbá elemeztük a fogyasztói szerződések rendszerét és szabályozási sajátosságait. Az elemzés alapját a Ptk. fogyasztói jogok védelmére irányuló kötelmi általános szabályai, a 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet, továbbá az egyes fogyasztói szerződések közös szabályozási elemei képezték.

A fejezetben elemzett szabályozási sajátosságok közül zárógondolatként az egyik legjellegzetesebbet, a fogyasztói magánjogi normák egyoldalúan kógens karakterét emeljük ki, amely kivételként érvényesül a diszpozitív szabályozás elvére épülő szerződési jogban. Bár a fogyasztói jogok védelmére irányuló jogi normák közül mind a Ptk.-ban, mind az egyes fogyasztóvédelmi jogszabályokban vannak eltérést egyáltalán nem engedő és egyoldalúan kógens szabályok is, a fogyasztóvédelmi magánjog „fémjele” tulajdonképpen az egyoldalúan kógens szabályozás. Az egyoldalú kógencia sajátossága, hogy csak egy irányba zárja el a normától való eltérés lehetőségét, mégpedig a fogyasztó hátrányára való eltérést tiltja meg a szerződő felek számára. Az egyoldalúan kógens szabályok által biztosított védelmi szinttől csak a fogyasztó érdekében lehet eltérni, tehát csak a fogyasztó számára kedvezőbb szerződési kikötések minősülnek érvényesnek.

A fogyasztói jogok szabályozási jellemzője a fragmentált, vagy más kifejezéssel élve „tematikus” megközelítés. Ez azt jelenti, hogy a Ptk. által vagy más jogszabályokban nevesített egyedi fogyasztói jogokhoz (pl. szavatossági, jótállási, elállási, prekontraktuális tájékoztatáshoz való jog) kötődően – mintegy esetről-esetre – történik a jogok és a megsértésükhöz fűződő jogkövetkezmények megállapítása. A jogkövetkezményt illetően megállapítható, hogy a főszabályként érvényesülő szankció a semmisség. Vannak olyan normák, amelyek a fogyasztói jogok megsértése esetére maguk rendelkeznek a jogkövetkezményről is, semmisnek nyilvánítják azt a szerződési kikötést, amely a fogyasztó hátrányára eltér a jogszabály által nevesített fogyasztói jogoktól. Más esetekben az egyoldalú kógens norma „csak” arról rendelkezik, hogy a jogszabálytól a felek a fogyasztói szerződésben a fogyasztó javára eltérhetnek. Elmondható, hogy az alapvető szabályozási minta e tekintetben a Ptk. fogyasztói jogok csorbítását tiltó (6:100. §) formulája, amely ilyen vagy olyan formában leképeződik az egyes fogyasztói jogokról (fogyasztói szerződésekről) szóló jogszabályokban. Általános generálklauzulaként érvényesül ezzel ellentétben a fogyasztói jogokról való lemondás tilalmáról rendelkező Ptk. 6:101. §, amely nem korlátozódik a Ptk. által megállapított fogyasztói jogokra, hanem semmisnek nyilvánít minden olyan fogyasztói jogról való lemondást, amelyet a fogyasztó számára jogszabály biztosít. Ebből következően a joglemondás tilalmáról az egyes fogyasztói szerződésekre vonatkozó jogszabályoknak

nem kell külön rendelkezni. Álláspontunk szerint ez utóbbi megoldás a jogalkalmazást könnyítő, célszerű szabályozás lett volna a Ptk. 6:100. §-a esetében is.

6. Forrás- és irodalomjegyzék

- Az Európai Parlament és a Tanács 593/2008/EK rendelete (2008. június 17.) a szerződéses kötelezettségekre alkalmazandó jogról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2020. november 25-i (EU) 2020/1828 irányelve a fogyasztók kollektív érdekeinek védelmére irányuló képviseleti keresetekről és a 2009/22/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2019. november 27-i (EU) 2019/2161 irányelve a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2015. november 25-i (EU) 2015/2302 irányelve az utazási csomagokról és az utazási szolgáltatásegységekről, valamint a 2006/2004/EK rendelet és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, továbbá a 90/314/EGK tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2011. október 25-i 2011/83/EU irányelve a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2008/122/EK irányelve (2009. január 14.) a szálláshelyek időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre, ezek viszontértékesítésére és cseréjére vonatkozó szerződések egyes szempontjai tekintetében a fogyasztók védelméről, 12. cikk (1) bekezdés.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2002/65/EK irányelve (2002. szeptember 23.) a fogyasztói pénzügyi szolgáltatások távértékesítéssel történő forgalmazásáról, valamint a 90/619/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK irányelv és a 98/27/EK irányelv módosításáról, 12. cikk (2) bekezdés.
- Az Európai Parlament és a Tanács 97/7/EK irányelve (1997. május 20.) a távollevők között kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről.
- Az Európai parlament és a Tanács 94/47/EK irányelve (1994. október 26.) az ingatlanok időben megosztott használati jogának megszerzésére irányuló szerződések egyes szempontjai vonatkozásában a fogyasztók védelméről.
- A Tanács 85/577/EGK irányelve (1985. december 20.) az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről.
- A Tanács 93/13/EGK irányelve (1993. április 5.) a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről, 6. cikk (2) bekezdés.
- A Tanács 90/314/EGK irányelve (1990. június 13.) a szervezett utazási formákról.

- 2023. évi XX. törvény az elérhetőbb fogyasztóvédelem érdekében szükséges törvények módosításáról 19. § a) pontja.
- 2017. évi XXVIII. törvény a nemzetközi magánjogról 13. § (1) bekezdés.
- 2016. évi CXXX. törvény a polgári perrendtartásról 571-579. §.
- 2016. évi LXXVII. törvény a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény módosításáról.
- 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről 1:2. § (2) bekezdés, 5:90. §, 6:1. § (3) bekezdés, 6:8. § (1) bekezdés, 6:59. § (2) bekezdés, 6:60. §, 6:62. §, 6:82. §, 6:86. §, 6:99. §, 6:100. §, 6:101. §, 6:103. § (3) bekezdés, 6:131. §, 6:157. § (2) bekezdés, 6:103-104. §, 6:213. §, 6:215-220. §, 6:249. §, 6:430. §, 6:455. §, 8:1. § (1) bekezdés 3-4. pont, 8:3. § (3) bekezdés.
- 2009. évi CLXII. törvény a fogyasztónak nyújtott hitelről.
- 2008. évi XLVII. törvény a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról.
- 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről 2. § 10., 33. pont, 45/A-45/B. §.
- 1959. évi IV. törvény a Polgári Törvénykönyvről 320. §.
- 373/2021. (VI. 30.) Korm. rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól.
- 472/2017. (XII. 28.) Korm. rendelet az utazási szolgáltatásokra vonatkozó szerződésekről, különösen az utazási csomagra és az utazási szolgáltatáseggyüttesre vonatkozó szerződésekről.
- 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól.
- 141/2011. (VII. 21.) Korm. rendelet a szállás időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre vonatkozó szerződésekről, valamint a tartós szálláshasználati szolgáltatási tevékenységről.
- 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról 1. § (5) bekezdés.
- Barta, J. (2024). A kiskorú fogyasztók uniós védelme a digitális szolgáltatások területén. In Koltay, A., Szikora, T. & Lapsánszky, A. (szerk.), *A vadnyugat vége? Tanulmányok az Európai Unió platformszabályozásáról*. (pp. 191-211). Budapest, ORAC Kiadó Kft. https://doi.org/10.59851/9789632586328_10
- Bodzási, B. (2016). A fiduciárius hitelbiztosítékok tilalma. In Bodzási, B. (szerk.), *Hitelbiztosítékok*. (pp. 35-44). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Fazekas, J. (2022). *Fogyasztóvédelmi jog 2.0.* (pp. 146-182). Budapest, Gondolat Kiadó.
- Gárdos, P. (2019). Dologi biztosítékok a Ptk. módosítását követően. In Gárdos-Orosz, F. & Menyhárd, A. (szerk.), *Az új Polgári Törvénykönyv első öt éve*. (pp. 239-250). Budapest, Társadalomtudományi Kutatóközpont Jogtudományi Intézet.
- Gellén, K. (2024). A DSA fogyasztókat érintő egyes rendelkezései a fogyasztói bizalom és az átláthatóság erősítése érdekében. In Koltay, A., Szikora, T. & Lapsánszky, A.

- (szerk.), *A vadnyugat vége? Tanulmányok az Európai Unió platformszabályozásáról*. (pp. 107-133). Budapest, ORAC Kiadó Kft. https://doi.org/10.59851/9789632586328_06
- Gombos, K. (2024). Ezerarcú fogyasztóvédelem. In Gombos, K. (szerk.), *A fogyasztóvédelem aktuális kihívásai*. (pp. 7-32). Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó.
 - Hajnal, Zs. (2010). A fogyasztóvédelem alanya: a *fogyasztó*. In Szikora, V. (szerk.), *Magyar fogyasztóvédelmi magánjog – európai kitekintéssel*. (pp. 39-52). Debrecen, Debreceni Egyetem.
 - Hámori, A. (2009). A „fogyasztó”-fogalom „dilemmái” különös tekintettel az Fgytv. módosításában és az új Ptk.-javaslatban foglaltakra. *Magyar jog*, 56(2), 88-97.
 - Leszkoven, L. (2014). Szerződéses biztosítékok változása az új Ptk.-ban. *Gazdaság és Jog*, 22(2), 3-8.
 - Miskolczi-Bodnár, P. (2023). A kógens és klaudikálóan kógens fogyasztói szabályok gyökerei. In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi Tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére*. (pp. 523-536). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.45>
 - Miskolczi-Bodnár, P. (2015). *Fogyasztói szerződések*. Budapest, Patronicum Kft.
 - Nagy, I. (2020). A fogyasztók tájékoztatására vonatkozó szabályok a polgári törvénykönyvben. Debrecen, Jogi Fórum. ([https://www.jogiforum.hu/files/publikaciok/nagy_il-diko__a_fogyasztok_tajekoztatasa_vonatkozoz_sabalyok_a_Polgari_Torvenykonveben\[jogi_forum\].pdf](https://www.jogiforum.hu/files/publikaciok/nagy_il-diko__a_fogyasztok_tajekoztatasa_vonatkozoz_sabalyok_a_Polgari_Torvenykonveben[jogi_forum].pdf) – letöltés: 2024.05.25.).
 - Osztovits, A. (2013). A fogyasztó fogalma az új Ptk.-ban. <http://ptk2013.hu/szakcikkek/osztovits-andras-a-fogyaszto-fogalma-az-uj-ptkban/2267>.
 - Papp, T. (2012). A fogyasztó fogalmával kapcsolatos anomáliák a magyar magánjogban. *Acta Universitatis Sapientiae Legal Studies*, 1(2), 249-257.
 - Szabó, P. (2017). A fogyasztó fogalma és a fogyasztói szerződés értékelésének egyes kérdései az Európai Unió bíróságának néhány újabb döntése tükrében. *Európai Jog*, 17(1), 1-6.
 - Veress, E. (2018). A fiduciárius hitelbiztosítékok érvényessége és a magyar magánjog rendszertani dilemmái. *Gazdaság és Jog*, 26(3), 3-6.
 - Vékás, L. (2018). A diszpozitív szabályozás elve és az elv kérdőjelei a gyakorlatban. *Magyar jog*, 65(7-8), 385-391.
 - Vékás, L. (2002). Az Európai közösségi magánjog sajátos alanyáról: a „fogyasztó” fogalmáról. *Európai Jog*, 2(5), 3-13.

V. Fejezet. A fogyasztóvédelem közjogi keretei, különös tekintettel az intézményi-szervezeti (át)alakulásra

1. Bevezetés
2. A kormányzati szerepkör terjedelme a fogyasztóvédelemben
3. A fogyasztóvédelmi igazgatás alakulása
 - 3.1. A kezdetek: az Állami Kereskedelmi Felügyelet
 - 3.2. Az önállósodás felé: az Állami Kereskedelmi Felügyelőség
 - 3.3. A szervezeti önállóság relativizálódása: az Országos Kereskedelmi Felügyelőség
 - 3.4. A piacgazdaság felé vezető úton: az Országos Kereskedelmi és Piaci Főfelügyelőség
 - 3.5. Rendszerváltás a fogyasztóvédelemben: a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség
 - 3.6. A fogyasztóvédelmi igazgatás a „kettős irányítás” időszakában
 - 3.7. A fogyasztóvédelmi igazgatás átalakításának „végnapjai”
4. Az intézményrendszer átalakításának legutóbbi fejleményei
5. Összefoglalás
6. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

Azt gondolom, nem szorul különösebben igazolásra az a megállapítás, miszerint a fogyasztóvédelem heterogén, komplex, egyúttal egyre inkább önállósuló jogterület. Ez a komplexitás elengedhetetlenné teszi – egyebek mellett – azt is, hogy a jogi szabályozás eltérő instrumentumok egyidejű rendelkezésre bocsátása által igyekezzon a fogyasztókat „helyzetbe hozni”, ezáltal mind a magánjogi jellegű eszközrendszer, mind a közjogi keretek determinálják az állami fogyasztóvédelmi politika alakulását. A jelen fejezet közjogi vonatkozásokat – főként végrehajtáshoz kapcsolódó kérdéseket – jár körül.

A fogyasztóvédelmi jog heterogén jellegéből fakad az a sajátosság is, hogy a fogyasztók védelmének érdekében kitűzött célok elérése számos feladat- és hatáskör ellátását teszi szükségessé. Ennek eredményeképpen a magyar fogyasztóvédelmi intézményrendszer rendkívül differenciált, a hatáskörök számos szerv között oszlanak meg.⁴⁴¹ A fogyasztóvédelmi jellegű feladatokat ellátó állami szerveken kívül a hatályos szabályozás – a pluralitás elvének formális deklarálásával – rendelkezik a helyi önkormányzatok és a fogyasztói érdekek képviseletét ellátó egyesületek szerepéről is.⁴⁴²

Ez a fejezet áttekintést ad a fogyasztóvédelmi hatáskörben eljáró szervek szerepéről azáltal, hogy az ágazat állami intézményrendszerében (közelebbről az ún. általános hatáskörű fogyasztóvédelmi hatóságok körében) bekövetkezett főbb változ(tat)ásokat teszi vizsgálat tárgyává, amit alapvetően két szempont indokol. Egyrészt kiemelhető, miszerint az államigazgatás központi és területi szintjén bekövetkezett szervezeti átalakítások nem hagyták

⁴⁴¹ Vö. Joó & Szikora, 2010, p. 363.

⁴⁴² Ld. pl. Fgytv. 44. § (1) bekezdés a), c) pont, 45. § (1), (3) bekezdés.

változatlanul a fogyasztóvédelmi igazgatást, sőt, a helyzet úgy áll, hogy kevés olyan ágazat létezik, ahol ekkora méreteket öltött volna az intézményrendszer változékonysága az elmúlt években. Másrészt szükséges azt is hozzátenni, hogy – a szervezeti átalakítások háttérében – koncepcionális eljárási és néhol ötletszerűnek tekinthető hatásköri reformtörekvések is meghúzódtak, amelyek – meglovagolva a fórumrendszer „egyszerűsítését” – a jogorvoslati rendszer tekintetében új alapokra helyezték a fogyasztóvédelmi hatósági eljárás koordináta rendszerét is.

2. A kormányzati szerepkör terjedelme a fogyasztóvédelemben

A Kormány – fogyasztóvédelemmel kapcsolatos – feladata az Alkotmányból levezethető volt, mivel a korábbi reguláció akként rendelkezett, miszerint a Kormány védi és biztosítja a természetes személyek, a jogi személyek és a jogi személyiséggel nem rendelkező szervezetek jogait.⁴⁴³ Az Fgytv. csupán annyi orientáló jellegű kötelezettséget rögzített a Kormány fogyasztóvédelmi feladatairól, hogy ösztönzi az országos gazdasági kamarák, a vállalkozások szakmai érdekképviselői szervezetei, az érintett társadalmi szervezetek és a fogyasztóvédelemmel összefüggő feladatokat ellátó hatóságok közös megegyezésen alapuló, a követendő elveket és a legjobb követendő gyakorlatot rögzítő nyilatkozat létrehozását.⁴⁴⁴ Ezt az indokolta, hogy a tudatos fogyasztói magatartás és döntéshozatal kultúrájának fejlesztése, a fogyasztók tájékoztatásának előmozdítása és a következetes hatósági jogalkalmazás realizálódjon. E nyilatkozatot az Fgytv.-t átfogó jelleggel módosító 2008. évi XLII. törvény nevezte Fogyasztóvédelmi Chartának, amelynek kezdeményezése alapvetően állami feladat, mégis széles körben nyílt lehetőség e megállapodás aláírására. A Charta legtöbb várakozást kiváltó része az ún. önkéntes vállalásokat tartalmazó egység volt, amely az elképzelés szerint külön rögzítette volna a kormányzati oldal (hatóságok), a civil szerveződések, valamint a vállalkozások vállalásait.⁴⁴⁵ A felajánlások teljesítését az önkéntesség alapján látta a jogalkotó kivitelezhetőnek, amely csupán a nyilvánosság ereje által lett volna realizálható.⁴⁴⁶ A történeti hűség kedvéért indokoltnak mutatkozik kiemelni, hogy az említett nyilatkozat megalkotásának kezdeti akadozását a jogalkotó azzal látta orvosolhatónak, hogy a 2012. évi LV. törvény 38. § (1) bekezdése ezt a rendelkezést hatályon kívül helyezte, így az erre vonatkozó hatásköri norma 2012. július 29-től kezdve nem képezi részét a regulációnak.

A Kormány 2007-ben fogadta el a harmadik középtávú fogyasztóvédelmi politikáról szóló 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozatot, amely abból az elgondolásból indult ki, hogy a „jó” gazdaság előfeltétele az „erős” fogyasztóvédelem. E kormányhatározat értelemszerűen már nincs hatályban, ugyanakkor a szervezeti átalakulások elindításának „startlővéseként” értelmezhető, így tárgyalása elengedhetetlen. Ennek megfelelően a 2007 és 2010 kö-

⁴⁴³ Alkotmány 35. § (1) bekezdés a) pont.

⁴⁴⁴ Fgytv. 39/A. §.

⁴⁴⁵ Szükséges azonban rögzíteni, hogy – a kezdeti felhatalmazás ellenére – nem került sor a Charta megalkotására és aláírására.

⁴⁴⁶ Vö. Fogyasztóvédelem 2009/11-12, p. 10.

zötti fogyasztóvédelmi politika a fogyasztók biztonságának erősítését, az életminőség védelmét, az erősebb és hatékonyabb állami szerepvállalást és az integrált fogyasztóvédelmi hatóság felállítását célozta meg. Ezek közül az utolsó prioritás megvalósult a jogalkotói lépéseknek köszönhetően, mivel 2007. szeptember 1-jei hatállyal központi hivatalként létrejött az egységes NFH. A legújabb kori fogyasztóvédelmi stratégia alapvető kereteit a 2020 és 2025 közötti időszakra nézve az Európai Bizottság „Új fogyasztói stratégiája” határozza meg, amely a digitális fogyasztóvédelemre, egyes fogyasztói csoportok különleges igényeire és (egyebek mellett) a fogyasztói igényérvényesítésre helyezi az uniós jogalkotás prioritásait.⁴⁴⁷

Széles skálán mozog az egyes államok szabályozása a miniszteri szintű igazgatás tekintetében, mivel például Németországban az Élelmezésügyi, Mezőgazdasági és Fogyasztóvédelmi Minisztérium⁴⁴⁸ az ágazat főhatósága, míg Ausztriában a Munka, Szociális és Fogyasztóvédelmi Szövetség Minisztériumához⁴⁴⁹ tartozik e szakterület. Nálunk a fogyasztóvédelem ágazati irányítója a miniszter, a fogyasztóvédelem azonban 1990 óta többször is gazdát cserélt.⁴⁵⁰ A hatásköri szabályok változása jól mutatja, hogy a fogyasztóvédelmet éppen gazdasági, fejlesztési vagy jogi kérdésnek tekintették a hatalmon lévő kabinetek. Álláspontom szerint, bár az érintett terület kiindulópontja a piacgazdaság, korszerű megoldás volt a fogyasztóvédelmet az igazságügyért felelős miniszter feladat- és hatáskörében elhelyezni, mivel annak alapvető célja a jogi segítségnyújtás a hátrányos helyzetbe került fogyasztók számára. Az igazságügyért felelős miniszter portfóliója garancia lehet(ett volna) arra, hogy – illeszkedve a fogyasztóvédelem sajátosságaihoz – valamennyi érintett ágazat regulációjánál köteles volna tekintettel lenni a fogyasztóvédelmi szempontokra, így horizontális tervezésként épülhet(ett volna) be a jogalkotó hatalom működésébe a fogyasztók érdekeinek védelme. A Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről szóló 182/2022. (V. 24.) Korm. rendelet 103. § (1) bekezdés 20. pontjának 2024. augusztus 1. napjától hatályos szövege a nemzetgazdasági miniszter kompetenciájában helyezi el az ágazat irányítását, amelyből arra (is) lehet következtetni, hogy a korábbi korszak szabályozása nem váltotta be a hozzá fűződő reményeket. Az Fgytv. 40. §-ának hatályos rendelkezései szerint a miniszter előkészíti a fogyasztóvédelmi politikát, továbbá intézkedéseket tesz, illetve kezdeményez a fogyasztói jogok védelme és érvényesítése érdekében.

A korábbi szabályozás értelmében a miniszter – ezen kívül – irányítási jogot gyakorolt az NFH főigazgatója felett, aki ennek keretében évente köteles volt beszámolni az NFH tevékenységéről. Feladatát képezte továbbá egy fogyasztói beadványokat fogadó és azokat a hatáskörrel és illetékességgel rendelkező szervekhez továbbító, valamint a fogyasztókat

⁴⁴⁷ COM(2020) 696 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020DC0696> (2021.10.15).

⁴⁴⁸ Vö. Lővétei, Boros & Gajduschek, 2011, p. 486.

⁴⁴⁹ Vö. Szamel, 2011, p. 526.

⁴⁵⁰ Ld. pl. 2004 előtt a Gazdasági Minisztérium, 2004 és 2006 között az Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium, 2006 és 2010 között a Szociális és Munkaügyi Minisztérium, 2010 után pedig a Nemzetgazdasági Minisztérium, majd a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium, később az Innovációs és Technológiai Minisztérium volt a terület ágazati főhatósága, 2022-ben a Kormány fogyasztóvédelemért felelős tagja az igazságügyi miniszter lett.

eljárási lehetőségeikről tájékoztató állami ügyfélszolgálat fenntartása is. Ennek intézményesítése alapvetően annak kivédését szolgálta, hogy – a fogyasztóvédelem keretében tevékenykedő állami szervek heterogén hatásköreinek sajátosságai miatt – a fogyasztók kérelme hatáskör és illetékesség hiányában visszautasításra kerüljön.

3. A fogyasztóvédelmi igazgatás alakulása

A fogyasztóvédelem állami intézményrendszere vonatkozásában kiemelkedő szerepet töltenek be a fogyasztóvédelmi hatóságok, így az általános hatáskörű fogyasztóvédelmi hatóság(ok), a pénzügyi fogyasztóvédelmet megvalósító MNB, a GVH, a Nébih, az NMHH, valamint más, jogszabály által feljogosított ún. speciális hatáskörben eljáró fogyasztóvédelmi hatóságok. Az általános hatáskörű fogyasztóvédelmi hatóság működése nem érinti a más jogszabályban egyéb szervek számára biztosított fogyasztóvédelmi feladat- és hatásköröket. Itt csak utalni kívánok rá, hogy elengedhetetlen az általános és a speciális hatáskörű fogyasztóvédelmi hatóságok együttműködése a hatékony fogyasztói jogérvényesítés érdekében.⁴⁵¹

Tekintettel arra, hogy a fogyasztók számára nyújtott jogvédelem állam által történő realizálása már az állam keletkezésétől kezdődően a közhatalom gyakorlásának egyik alapvető funkciójaként fogható fel, az államok kénytelenek (voltak) kiépíteni a fent jelzett funkció ellátására hivatott intézményeket.⁴⁵² Az is nyilvánvaló azonban, hogy eme állami intézményrendszer folyamatos változásban van, mivel idomulni kénytelen ahhoz a jogszabályi és – különösen napjainkban – digitalizációs környezethez, amelynek keretei között szükséges a fogyasztók állam általi védelmét megvalósítani. A fentiek előrebocsátását követően az alábbiakban az ún. „fogyasztóvédelmi” intézményrendszer alakváltozásai, szervezeti és jogállást érintő módosulásaival foglalkozom a kezdetektől napjainkig.

3.1. A kezdetek: az Állami Kereskedelmi Felügyelet

Az ötvenes évek elején hozta létre a Minisztertanács az Állami Kereskedelmi Felügyeletet (a továbbiakban: Felügyelet) a „belkereskedelemre vonatkozó szabályzatok megtartásának ellenőrzése, az állami fegyelemnek a kereskedelem területén való megszilárdítása (...) s a dolgozók ellátásának következetes megjavítása érdekében”.⁴⁵³

Az Állami Kereskedelmi Felügyelet a Belkereskedelmi Minisztérium szervezetén belül jött létre, ebből fakadóan nem rendelkezett szervezeti önállósággal. A belkereskedelmi minisztertől való függés két vonatkozásban is érvényesült, mivel a miniszter kinevezési joga kiterjedt a minisztériumban működő felügyeleti főosztályt vezető Állami Kereskedelmi Felügyelő, valamint a városi, megyei felügyelőségek vezetőinek kinevezésére is. A jogállás tekintetében szükséges azt is kiemelni, hogy a területi

⁴⁵¹ Ezt a korszerű kívánalmat juttatja kifejezésre az 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozat rendelkezése is, amely szerint „meg kell erősíteni a fogyasztóvédelmi tevékenységet végző szervek összehangolt működését”.

⁴⁵² Megjegyzem, hogy az alábbiakban vizsgált állam(igazgatás)i szervek mellett a népi ellenőrzés rendszere is részt vett a „fogyasztóvédelem igazgatásában”, amelyben a Központi Népi Ellenőrzési Bizottság és a területi népi ellenőrzési bizottságok fejtettek ki kontrolltevékenységet. Vö. 1957. évi VII. törvény 1-5. §-aival.

⁴⁵³ Vö. 1021/1952. (VII. 12.) MT határozat preambulumaival.

felügyelőségek közvetlenül a felügyeleti főosztálynak – mint másodfokú hatóságnak – alárendelten működtek, tekintetükben nem érvényesült hierarchikus viszony a helyi tanács végrehajtó bizottságával, azokkal azonban szorosan együttműködtek. Az „együttműködés” kétarcú jellege érhető tetten abban a rendelkezésben, amely szerint – az alárendeltség deklarált tagadása mellett – rendszeresen kötelesek voltak beszámolni a területi felügyelőségek a tanácsok végrehajtó bizottságainak, ilyen kötelezettség azonban a miniszter irányában nem érvényesült.

A Felügyelet – a vonatkozó szabályozásból kiolvashatóan – általános hatáskörrel rendelkezett, mivel tevékenysége az ország területén működő valamennyi vállalat, szövetkezet, államigazgatási szerv és intézet, valamint az üzemek saját kezelésében lévő konyhái működésének ellenőrzésére kiterjedt, függetlenül az üzletek (boltok, konyhák) szakmai alárendeltségétől. A megfogalmazásból következik, hogy a Felügyelet minden, az ország területén működő kereskedelmi egység felett felügyeleti jogkörrel rendelkezett, tekintet nélkül arra, hogy az egység mely ágazati főhatóság alá tartozott.

A fenti célok elérése érdekében a statuáló jogszabály a Felügyeletet rendszeres és folyamatos ellenőrzés végzésére jogosította fel. Ennek keretében jogosult volt ellenőrizni – egyebek mellett – a fogyasztói árak és haszonkulcsok megtartását, az áruk kezelését és raktározását, az árukban keletkezett mennyiségi és minőségi hiányok keletkezésének okait, az áruk minőségét, a kereskedelmi dolgozóknak a fogyasztókkal szemben tanúsított magatartását, a fogyasztóknak kiszolgált áruk csomagolását, valamint a fogyasztói panaszok intézésének módját. Amennyiben a Felügyelet valamely érintett jogszabály megsértését állapította meg, különböző intézkedések – így egyebek mellett leltározás elrendelése vagy feljelentés megtétele – alkalmazása mellett bírságolási joggal (is) rendelkezett.

A szabályozás értékeléseként megállapítható, hogy – szervezetileg – teljes mértékben a Belkereskedelmi Minisztérium szervezetében és alárendeltségében működött az Állami Kereskedelmi Felügyelet, amely – tevékenységét tekintve – egyszerre látott el közegészségügyi, élelmiszerbiztonsági és kereskedelemfelügyeleti tevékenységet, a fogyasztóvédelmi jelleg a jogi szabályozásban azonban csak marginálisan, a fogyasztók tájékoztatásában és a szolgáltatások kiszolgálásában jelent meg.

3.2. Az önállósodás felé: az Állami Kereskedelmi Felügyelőség

1967-ben került sor a Felügyelet átszervezésére, attól a céltól vezéreltetve, hogy a fogyasztók érdekeinek fokozottabb védelme és a kereskedelmi munka színvonalának emelkedése megvalósulhasson. Ennek érdekében az Állami Kereskedelmi Felügyeletet Állami Kereskedelmi Felügyelőséggé szervezték át.⁴⁵⁴

Az új szerv jogállásával összefüggésben rögzítette a kormányrendelet, hogy az a belkereskedelmi miniszter közvetlen felügyelete alatt működik, hatósági jogkörrel és önálló költségvetéssel rendelkezik. Ehhez kapcsolódott a szervezeti struktúra is, amely szerint a Felügyelőség Állami Kereskedelmi Főfelügyelőségre és területi kereskedelmi felügyelőségekre tagozódott.⁴⁵⁵ Az ismertetett szabályozásban a korábbi regulációhoz

⁴⁵⁴ 10/1967. (IV. 22.) Korm. rendelet 1. §.

⁴⁵⁵ 10/1967. (IV. 22.) Korm. rendelet 3. §.

képest két irányban jelent meg a szervezeti önállóság. Egyrészt rögzítette a kormányrendelet, hogy a Felügyelőség önálló költségvetés szerint gazdálkodott, másrészt szervezetileg is különvált a minisztériumtól, mivel nem a Belkereskedelmi Minisztérium szervezetében, hanem csupán annak felügyelete alatt fejtette ki tevékenységét.

A relatív szervezeti önállósodás megnyilvánult a kinevezési jogkör szabályozásában is, mivel – a korábbiakkal ellentétben – nem a belkereskedelmi miniszter gyakorolta valamennyi vezető tekintetében a kinevezési jogot: az Állami Kereskedelmi Felügyelőség vezetőjét (és helyettesét) a miniszter, míg a területi kereskedelmi felügyelőségek vezetőit (és felügyelőit) már a Felügyelőség vezetője nevezte ki.⁴⁵⁶ A kiépített struktúra belső kapcsolatrendszere eme elgondolás alapján került kialakításra, mivel a területi felügyelőségek ezáltal a Felügyelőségnek lettek alárendelve, szorosan együttműködtek azonban a megyei (fővárosi) tanácsok végrehajtó bizottságaival, ami rendszeres beszámolási kötelezettség formájában öltött testet, a végrehajtó bizottság felkérhette továbbá a területileg illetékes felügyelőséget a fogyasztói érdekvédelemmel kapcsolatos célvizsgálatok elvégzésére.

A Felügyelőség feladatait vizsgálva a korábbi szabályozáshoz képest két komoly eltérés figyelhető meg: a fogyasztói érdekvédelem és a szabálysértési jogkör. Utóbbi abban a vonatkozásban tekinthető kiemelkedő jelentőségű módosításnak, hogy a felügyelőségek szabálysértés észlelése esetén nem csupán szabálysértési eljárás kezdeményezésére, hanem – feljelentés mellőzéseivel – a szabálysértést megállapító jogszabályban meghatározott bírság kiszabására is jogosultak voltak.⁴⁵⁷ Eme változtatás mögött az a jogalkotói szándék húzódott meg, hogy – a jogsérelem gyorsabb orvoslása érdekében – ne áttételesen kerüljön sor a szabálysértési eljárás lefolytatására, hanem azonnal kapjon a Felügyelőség lehetőséget a (szabálysértési) bírságolásra.

A másik érdemi változtatás a szerv „profilját” érintette, mivel a szabályozás értelmében a Felügyelőség elsődleges feladata a fogyasztói érdekvédelem lett. Ennek keretében tevékenysége a hatáskörébe tartozó szervek vásárlókat kiszolgáló egységeiben a fogyasztókat védő jogszabályok megtartásának, a fogyasztói árak megtartásának, az áru csomagolásának, a fogyasztói panaszok intézésének, valamint a fogyasztók kiszolgálásának vizsgálatára és ellenőrzésére terjedt ki. Ebből a felsorolásból érezhető a Felügyelőség fogyasztóvédelmi jellegének dominánsabbá tétele, mivel – a kereskedelemre vonatkozó egyéb előírások kontrollja mellett – megsokasodtak azok a fogyasztókat érintő kérdéskörök, amelyek vizsgálata és folyamatos ellenőrzése a felügyelőségek hatáskörébe került. Ezt a tendenciát kívánta a jogalkotó erősíteni azzal a rendelkezéssel is, amely a fogyasztókat károsító jelenségek okainak feltárását is e szerv feladatává tette.⁴⁵⁸

⁴⁵⁶ 10/1967. (IV. 22.) Korm. rendelet 4. § (1) bekezdés.

⁴⁵⁷ 10/1967. (IV. 22.) Korm. rendelet 6. § (1) bekezdés b) pont.

⁴⁵⁸ 10/1967. (IV. 22.) Korm. rendelet 2. § (3) bekezdés b) pont.

3.3. A szervezeti önállóság relativizálódása: az Országos Kereskedelmi Felügyelőség

A fentebb említett szervezeti keretek között csupán három évig működött a Felügyelőség, mivel a jogalkotó két ponton módosította annak szervezetét, működését. Átalakult a szervezeti struktúra, módosult továbbá – ennek folyamányaként – a szerv jogállása is.

A változtatások eredményeképpen létrejött a belkereskedelmi miniszternek alárendelten, de önálló költségvetési szervként működő Országos Kereskedelmi Főfelügyelőség, valamint a megyei (fővárosi) tanácsok végrehajtó bizottságának szervezetében és költségvetésében működő területi kereskedelmi felügyelőségek rendszere. Ez a valóságban azt jelentette, hogy a végrehajtó bizottságok szervezeti egységeként (osztályok, csoportok) formájában működtek eme szervek.⁴⁵⁹

Az említett strukturális változtatás a jogállásban is érzékelhető volt, mivel a kormányrendeletben deklarált „önállóság” erőteljesen megkérdőjelezhető lett. Ezt támasztja alá a szervezeten belüli vezetői kinevezések szabályozása, amelynek értelmében a főfelügyelőség vezetőjét (és helyettesét) a belkereskedelmi miniszter, míg a területi felügyelőségek vezetőit az illetékes megyei (fővárosi) tanács végrehajtó bizottsága volt jogosult kinevezni. Ebből következik, hogy – csökkentve az önálló „központi szerv” autonómiáját – elkerült a felügyelőségek vezetőire vonatkozó személyi döntés meghozatala a Főfelügyelőség vezetőjétől és átkerült az államigazgatás területi nyúlványainak tekinthető végrehajtó bizottságokhoz. Az önállóság „megnyirbálása” ölt testet továbbá abban a rendelkezésben is, amely szerint a Főfelügyelőség a megyei (fővárosi) felügyelőségeket csupán az illetékes tanács végrehajtó bizottságának hozzájárulásával vonhatta be a fogyasztói érdekvédelemmel kapcsolatos célvizsgálatok elvégzésébe.⁴⁶⁰

A jelzett módosításnak köszönhetően – egészen 1988-ig – az ismertetett struktúra keretei között valósult meg a „fogyasztóvédelmi igazgatás”. A szabályozáshoz természetesen hozzátartozik az a tény, hogy a kormányrendelet a szerv hatáskörét csupán pontosítások elvégzése végett módosította, így az előző részben bemutatott fogyasztóvédelmi jelleget erősítő feladat- és hatáskörök megmaradtak a Főfelügyelőség hatáskörében. Álláspontom szerint azonban az alárendeltséget erősítő jogállást kiépítő szabályozás tevékenységük ellátásának hatékonyságát kedvezőtlen irányba befolyásolta.

3.4. A piacgazdaság felé vezető úton: az Országos Kereskedelmi és Piaci Főfelügyelőség

A Minisztertanács 1988. január 1-jével szüntette meg az Országos Kereskedelmi Felügyelőséget, és annak jogutódjaként létrehozta az Országos Kereskedelmi és Piaci Főfelügyelőséget. Itt tehát formálisan új szerv létesítéséről volt szó, amely – az értekezés tárgyköre szempontjából – azonban két lényeges ponton változtatott a korábbi szabályozáson: a jogállás és a feladatkör tekintetében.

A szervezeti struktúra az új reguláció alapján úgy épült fel, hogy a kereskedelmi miniszter felügyelete alatt létrejött – országos hatáskörű költségvetési szervként – az Országos Kereskedelmi és Piaci Főfelügyelőség, a területi kereskedelmi és piacfelügyelőségek pedig a megyei (fővárosi) tanács végrehajtó bizottságának fogyasztói

⁴⁵⁹ 43/1969. (XII. 11.) Korm. rendelet 3. §.

⁴⁶⁰ 43/1969. (XII. 11.) Korm. rendelet 5. §.

érdekvédelmi és piacfelügyeleti ellenőrzési feladatokat ellátó szakigazgatási szervei lettek.⁴⁶¹ Eme alárendeltség a kinevezési jogkör vonatkozásában is megmutatkozott, mivel a Főfelügyelőség vezetőjét a kereskedelmi miniszter nevezte ki, a felügyelőségek központi irányítását pedig – a tanácsok végrehajtó bizottságai útján – szintén a miniszter látta el. Itt megjegyzendő a szakmai és szervi irányítás kettéválása, mivel – hatósági ügyekben – a felügyelőség felettes szerve a Főfelügyelőség vezetője, míg a Főfelügyelőség felettes szerve a Kereskedelmi Minisztérium volt.⁴⁶²

A szabályozás – a korábbiakhoz képest – jelentős mértékben kiszélesítette a felügyelőségek rendeltetését, mivel tevékenységük a kereskedelmi szolgáltatások gyakorlatára vonatkozó jogszabályok, hatósági előírások betartásának vizsgálatára irányult a fogyasztói érdekvédelem és a minőségvédelem biztosítása érdekében, továbbá ezt egészítette ki a piacfelügyeleti ellenőrzés.⁴⁶³ A szerv alapvető célja volt, hogy – a piacgazdaság tényleges kialakulásáig – megakadályozza a fogyasztók kiszolgáltatottságát, tevékenységében pedig elsődlegesen a fogyasztók tájékoztatásának előmozdítására koncentrált.⁴⁶⁴ Ezzel összefüggésben két megjegyzés kívánkozik ide.

Egyrészt indokolt kiemelni, hogy – a kor politikai és jogi gondolkodásának sajátosságai szerint – a „piacgazdaság kialakulásáig” volt szükség a felügyelőségek működtetésére, mivel a tisztán piaci viszonyok között nem kerülhet hátrányos helyzetbe a fogyasztó, így nem lesz szükség az állam ilyen irányú szerepvállalására. A bevezetőben már kitértünk arra, hogy a fogyasztóvédelem gondolata éppen a piaci viszonyok között nyeri el létjogosultságát, így – ahogy azt az idő is bebizonyította – megalapozatlan volt ez a kezdeti jogalkotói elképzelés, mivel a fogyasztók védelmének fokozása érdekében éppen a „koraszülött” piacgazdaság kifejlődése eredményezte később a szerv jogutódjainak hatáskörbővítését.

Szükséges utalni másrészt arra is, hogy érdemi átrendeződés és bővülés figyelhető meg a felügyelőségek hatáskörében. Ennek egyik összetevője, hogy a – már korábban is kodifikált – hatósági felügyeleti tevékenységet lényegében a fogyasztói érdekvédelem és a minőségvédelem „zászlaja” alatt szabályozta újra a jogalkotó, ezzel tovább erősítve a szerv fogyasztóvédelmi jellegét. A másik nővum a versenyjogi előírások betartásának ellenőrzése. Erre a hatáskör-bővítésre a tisztességtelen gazdasági tevékenység tilalmáról szóló 1984. évi IV. törvény adott okot, amelynek hatályba lépésével lehetőség nyílt arra, hogy a „versenyhatósági” jellegű feladatokat is a felügyelőségek lássák el. Kiemelendő, hogy ez a jogalkotói lépés praktikusnak és előremutónak tekinthető. Praktikus, mivel ezzel elkerülte az állam, hogy meg kelljen kettőzni a gazdasági szféra igazgatásával foglalkozó államigazgatási szerveket, és korszerű, mivel megteremtette annak a lehetőségét, hogy a versenyjog és a fogyasztóvédelem összefüggései a felügyelőségek feladatkörébe kerüljenek. Látható, hogy a központi (és területi) igazgatásban sokáig nem

⁴⁶¹ 61/1988. (VII. 22.) MT rendelet 1. § (1)–(2) bekezdés.

⁴⁶² 61/1988. (VII. 22.) MT rendelet 5. § (1) bekezdés.

⁴⁶³ 61/1988. (VII. 22.) MT rendelet 2. § (1) bekezdés.

⁴⁶⁴ <http://1989.mti.hu/Pages/News.aspx?se=1&wo=orsz%C3%A1gos+kereskedelmi+%C3%A9s+pi-aci+f%C5%91fel%C3%BCgyel%C5%91s%C3%A9g&sd=0101&ed=1107&sp=0&ni=200058&ty=1> (2012.04.30.).

volt tisztázott a „fogyasztóvédelem igazgatásának” pontos helye, mivel a markáns elhelyezkedés kijelölése stabilabb struktúrát és működési keretet eredményezett volna.

3.5. Rendszerváltás a fogyasztóvédelemben: a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség

A rendszerváltást követően viszonylag rövid idő elteltével – ismét – hozzányúlt a jogalkotó a fogyasztóvédelem állami intézményrendszeréhez. Az új struktúra kialakításának indokai alapvetően két elgondolás körül kezdtek körvonalazódni: a lassú piacodosás „mellékhatásainak” finomításában és a kiépülő helyi önkormányzati rendszer tehermentesítésében. 1990 után hamar felismerte a jogalkotó, hogy a piaci viszonyok (idealisztikus) öntisztító hatása hosszú és lassú folyamat eredményeképpen fejlődik ki, így a „vegytiszta” piacgazdaság eléréséig, illetve az egységes és kódexjellegű (?) fogyasztóvédelmi törvény elfogadásáig szükség van olyan állami szervre, amely képes és alkalmas ellátni a fogyasztók hatékony védelmét.

Meghatározó volt a szervezeti struktúra létrehozásában az a törekvés is, hogy a helyi önkormányzatok ne legyenek kénytelenek ellátni olyan feladatokat, amelyek nem kapcsolódnak közvetlenül helyi közhatalom gyakorlásához, így a „tehermentesítés” jelszava alatt a helyi önkormányzatok kimaradtak a fogyasztóvédelmi intézményrendszerből. Ezzel összefüggésben kiemelendő, hogy az önkormányzatok érdemi bekapcsolása a fogyasztói jogviták rendezésébe megoldható és kívánatos lett volna akkor, amikor egy erős, alapszintről építkező önkormányzati rendszer születésének hajnalát élte a Magyar Köztársaság.⁴⁶⁵

1991-ben – támaszkodva az előzményekre – kétszintű struktúra jött létre, mivel az ipari és kereskedelmi miniszter irányítása alatt működő Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség mellett megyei szinten szervezett fogyasztóvédelmi felügyelőségeket is intézményesített a statuáló jogszabály. A korábbi megoldásokhoz képest azonban relatíve nagyobb önállósággal rendelkező szervezet kelt életre, ugyanis a Főfelügyelőség vezetőjét a miniszter, míg a felügyelőségek vezetőit – a megyei (fővárosi) közgyűlések véleményének kikérését követően – a Főfelügyelőség vezetője volt jogosult kinevezni.⁴⁶⁶ A Főfelügyelőség feladat- és hatásköre tekintetében három érdemi módosítást érdemes kiemelni.

Egyrészt – a szerv elnevezésének megváltoztatásával egyidejűleg – a feladat-ellátásban a fogyasztóvédelmi jelleg lett domináns. Ezt sugallja az a szabály, hogy a felügyelőségek a fogyasztóvédelem és a minőségvédelem biztosítása érdekében ellenőrzik – egyebek mellett – a minőségi előírások érvényesítését biztosító jogszabályok és hatósági előírások betartását, valamint (fogyasztói érdekvédelmi szempontból) a tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról szóló törvényben foglaltak megtartását.⁴⁶⁷

Másrészt új elemként jelent meg két karakteres fogyasztóvédelmi hatásköri szabály: a vásárlók (fogyasztók) tájékoztatása és fogyasztói jogérvényesítés elősegítése. Abból a rendelkezésből, amely szerint a felügyelőség „a vásárlók tájékoztatására vonatkozó

⁴⁶⁵ Példának okáért Angliában vagy Szlovákiában megjelenik a települési önkormányzatok oldalán a fogyasztóvédelem megszervezésének kötelezettsége.

⁴⁶⁶ 95/1991. (VII. 23.) Korm. rendelet 1. § (1)–(2) bekezdés.

⁴⁶⁷ 95/1991. (VII. 23.) Korm. rendelet 2. §.

jogszabályi előírások betartását”⁴⁶⁸ is ellenőrzi, kiolvasható a – fogyasztói alapjognak is tekinthető – tájékoztatáshoz való jog biztosításának jogalkotói szándéka, mivel csupán az információt birtokló, tájékozott fogyasztó lesz képes az állam által rendelkezésére bocsátott jogi instrumentumokat igénybe venni. Kifejezetten új hatósági szerepkör bontakozik ki azonban abból a jogszabályi rendelkezésből, amely szerint a felügyelőség intézi a hatáskörébe tartozó fogyasztói panaszokat. Ezzel a hatásköri szabállyal indult el a szervezet – a szűken értelmezett – kereskedelmi igazgatást megvalósító profiltól a fogyasztói jogérvényesítésben aktívan részt vevő hatósági szerepfelfogás irányába.

A felügyelőségek feladat- és hatáskörének nagyarányú bővülésére került végül sor 1995-ben, amikor a Kormány lényegében megszüntette a KERMI-t, és annak feladat- és hatásköréit – nagy részben – „átcsoportosította” a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség felelősségi körébe.⁴⁶⁹ A jogalkotó elgondolása szerint a fogyasztóvédelem minél szélesebb körét egyetlen szervezetben indokolt megvalósítani, így a KERMI korábbi feladatainak zöme – egyebek mellett a tanúsítványok kiállítása, a szakvélemények kibocsátása vagy a fogyasztói panaszok intézése – a felügyelőségek hatáskörébe került. Így 1996-ra egy integrált szervezetben viszonylagos önállósággal működő, széles feladat- és hatáskörben tevékenykedő államigazgatási szerv látta el a fogyasztóvédelem igazgatásával összefüggő egyes feladatokat.

3.6. A fogyasztóvédelmi igazgatás a „kettős irányítás” időszakában

A fentiekből látható, hogy a rendszerváltás után a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség égisze alatt építette ki a jogalkotó a fogyasztóvédelmi igazgatást végző állami szervezetrendszer. A területi államigazgatásban realizálódó problémák, így különösen az egységesség teljes hiánya, az illetékességi inkoherencia, az irányítási-felügyeleti jogkörök heterogén telepítése a kilencvenes évek közepére elkerülhetetlenné tette a területi államigazgatási reformot, amelynek igénye a 1105/1995. (XI. 1.) Korm. határozatban fogalmazódott meg.⁴⁷⁰

A hivatkozott norma olyan elgondolás mentén kívánt egységes keretet biztosítani a területi szintű államigazgatási szervek működésének, amely szerint – egységes megyei (fővárosi) közigazgatási hivatal létrehozva – az egyes dekoncentrált szervek a hivatalon belül az ágazati miniszter és a hivatal vezetőjének feladat- és hatáskörileg szétválasztott kettős irányítása alatt szakmailag önálló szakigazgatási szervekként tevékenykednek.⁴⁷¹ A kép árnyalásaként a koncepció elvi lehetőséget biztosított arra is, hogy „kivételesen a megyei közigazgatási hivatalok szervezetén kívül is működhetnek speciális rendeltetésű államigazgatási szervek”.⁴⁷² A történelmi hűség kedvéért kiemelendő, hogy ezt követően meg is indult az „egyeztetési folyamat”, amelynek eredményeképpen végül is valamennyi ágazati irányító (miniszter) olyan irányú javaslatot fogalmazott meg a Kormánynak, hogy a felügyelete alá tartozó (dekoncentrált) szerv olyan „speciális rendeltetésű államigazgatási

⁴⁶⁸ 95/1991. (VII. 23.) Korm. rendelet 2. § g) pont.

⁴⁶⁹ Ezzel összefüggésben ld. 2192/1995. (VII. 6.) Korm. határozat 2. pont.

⁴⁷⁰ A korszak jellemzőinek áttekintéséhez ld. pl. Fazekas & Szombati, 2020, pp. 624-625.

⁴⁷¹ Vö. 1105/1995. (XI. 1.) Korm. határozat 1. és 2. pont.

⁴⁷² 1105/1995. (XI. 1.) Korm. határozat 2. a) pont.

szerv”, amely az egységes hivatal szervezetén kívül eredményesebben tud működni.⁴⁷³ Ennek az lett az eredménye, hogy csupán a fogyasztóvédelmi felügyelőségek „élvezhették” az új jogállás adta lehetőségeket.

Ebből következően a vázolt korszakban a fogyasztóvédelmi felügyelőségeknél ún. „kettős irányítás” érvényesült, ugyanis – tekintve, hogy a közigazgatási hivatalok szakigazgatási szerveiként működtek – egyrészt a belügyminiszter alárendeltségébe tartoztak, szakmai irányításukat azonban az ipari, kereskedelmi és idegenforgalmi miniszternek alárendelten működő Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség végezte.⁴⁷⁴ Ez a kettősség számos feszültség forrása lett, mert a szakmai követelmények és a költségvetési források nem minden esetben álltak egymással összhangban.⁴⁷⁵ A Royal Ambassador Csomagküldő Kft. megtévesztő reklámtevékenységével kapcsolatban felmerült konkrét ügyben az állampolgári jogok országgyűlési biztosának általános helyettese is rámutatott arra a vizsgált korszakban jellemző jelenségre, hogy az egyes főosztályok közötti koordináció nem megfelelő volta az állami fogyasztóvédelmi tevékenység hiányos teljesítéséhez vezetett, növelve ezzel a fogyasztók kiszolgáltatottságát.⁴⁷⁶

Részen a sajátos szervezeti megoldás esetleges „finomhangolása” érdekében, részben érezve a fogyasztóvédelem előtt álló újabb kihívásokat, a fogyasztóvédelmi szabályozás korszerűsítését deklaráló kormányhatározat kifejezésre juttatta az „egységes” fogyasztóvédelmi törvény megalkotását, és a fogyasztóvédelmi intézményrendszer továbbfejlesztését. Érdemes kiemelni, hogy – a szűkszavú deklaráción túl – mindkét célkitűzés finomítása is megtalálható az említett normában. A fogyasztóvédelem intézményrendszerében célként jelenik meg a helyi önkormányzatok szerepvállalásának erősítése, a békéltető testületek létrehozása, valamint a fogyasztóvédelmi felügyelőségek hatáskörének – indokolt – kiterjesztése a pénzügyi szolgáltatásokra, a kölcsönszerződésekre, valamint a közszolgáltatási szerződésekre, a szervezeti felépítés reformja azonban nem jelent meg a kormányhatározatban.⁴⁷⁷ A jogalkotó óvatossága érhető tetten a fogyasztóvédelmi törvényt érintő célkitűzésekben is, ugyanis abból a rendelkezésből, miszerint napirenden szerepel a tisztességtelen és az általános szerződési feltételek korszerű szabályozása tekintetében a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény módosítása, az is kiolvasható, hogy az elkövetkező törvényhozási folyamatban nem kódexjellegű szabályozás megalkotására kerül sor.

A létrejövő szervezeti struktúrában megoszlott tehát az irányítási jogkör az ipari, kereskedelmi és idegenforgalmi miniszter, valamint a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség főigazgatója között. Ez a gyakorlatban azt jelentette, hogy a miniszter – irányítási jogkörében – jogosult volt a főigazgató kinevezésére, a Főfelügyelőség szervezeti és

⁴⁷³ A 1105/1995. (XI. 1.) Korm. határozat 2. c) pontja szerint „a közigazgatási hivatalon kívül szervezeti önállósággal működő területi államigazgatási szervekről az érintett miniszterek és országos hatáskörű szervek javaslatára a Kormány dönt”.

⁴⁷⁴ Az ellentmondásos helyzet bővebb kifejtéséről ld. Bösz & Varga, 1997, p. 672-682.

⁴⁷⁵ Vö. Fekete, 2011, p. 120.

⁴⁷⁶ Az OBH 1822/1997. sz. jelentés rámutatott a GVH és az NFH eltérő megközelítésű tevékenységére is, mivel a konkrét ügyben a versenyhatóság már többször elmarasztalta az érintett céget egyes versenyjogi jog-sértések miatt, a fogyasztóvédelmi hatóság azonban nem kezdeményezett fogyasztóvédelmi hatósági eljárást.

⁴⁷⁷ Vö. 2145/1996. (VI. 13.) Korm. határozat 1. pont.

működési szabályzatának jóváhagyására, valamint a főigazgató beszámoltatására, míg a főigazgató – a felügyelőségek szakmai irányítása során – ellenőrizte az ágazati szakmai követelmények érvényesülését, utasíthatta a felügyelőségek vezetőjét, valamint összehangolta a felügyelőségek vizsgálatait.⁴⁷⁸

Az Fgytv. a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség és a felügyelőség feladatává tette a fogyasztóvédelmet érintő jogszabályok megtartásának felügyeletét és a fogyasztókat érintő általános szerződési feltételek figyelemmel kísérését. Kiemelendő, hogy – a nagyvonalúan megfogalmazott szabályozásból fakadóan – kérdéses volt, miként határozható meg az a „fogyasztókat érintő” jogszabályi kör, amelynek felügyelete a hatáskör összetevője. A már idézett 89/1998. (V. 8.) Korm. rendelet – támpontot adva a kiszámítható jogalkalmazáshoz – pontosította az érintett jogszabályokat és akként rendelkezett, hogy – egyebek mellett – az áruk forgalmazására, a szolgáltatások nyújtására, az áru mérésére, a hatósági árakra, valamint a fogyasztók tájékoztatására vonatkozó előírások vonhatók ebbe a körbe.⁴⁷⁹

Megfigyelhető ezen kívül a hatósági szemlélet „háttérbe szorulása” is azzal, hogy az Fgytv. a felügyelőségek feladat- és hatáskörébe utalta a fogyasztóvédelmi tevékenységet ellátó más szervekkel való együttműködést, a civilek számára a szakmai segítség nyújtásának kötelezettségét, a fogyasztói jogokra vonatkozó tájékoztatási tevékenységet, valamint – egyebek mellett – az önkormányzatok fogyasztóvédelmi tevékenységének segítségét és a fogyasztók minőségi kifogásainak intézését is.

A feladat- és hatásköröknél indokolt végezetül szólni a szabályozás két, kétségekkívül új eleméről, közelebbről a piacfelügyeleti tevékenységről és a felügyelőségek által igénybe vehető eszközökről. A felügyelőségek hatáskörébe tartozó jogi eszközök vonatkozásában csupán jelzem, hogy az ún. „klasszikus” felügyeleti intézkedések – így a jogsértő magatartás megtiltása, a bírságolás vagy az áru forgalomból való kivonása – mellett kifejezetten a fogyasztói jogérvényesítés erősítése érdekében tette a törvény lehetővé a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség, az ügyész és a fogyasztói érdekvédelmet ellátó társadalmi szervezet számára per indítását a fogyasztók jogainak érvényesítése iránt olyan jogszabályba ütköző tevékenység esetén, amely a fogyasztók széles körét érinti vagy jelentős nagyságú hátrányt okoz. Ez a keresetindítási lehetőség *actio popularis*-nak tekinthető, ennél fogva a fogyasztók érdekeinek általános védelme mellett a generális prevenció kifejtésére is alkalmas. A fogyasztóvédelem szűkebb területe a piacfelügyelet, ami a termékek piacának biztonsági szempontú, állami monitorozását jelenti. Ez a tevékenység megoszlott több szerv, így – egyebek mellett – a Nemzeti Közlekedési Hatóság, a Magyar Bányászati Hivatal, valamint az Országos Tisztifőorvosi Hivatal között, ennél fogva a fogyasztóvédelmi hatóságok feladat- és hatáskörébe csupán e tevékenység irányítása és koordinálása került.⁴⁸⁰

⁴⁷⁸ Vö. 89/1998. (V. 8.) Korm. rendelete 1-3. §.

⁴⁷⁹ 89/1998. (V. 8.) Korm. rendelet 9. § (1) bekezdés.

⁴⁸⁰ Fekete, 2011, pp. 123-124.

3.7. A fogyasztóvédelmi igazgatás átalakításának „végnapjai”

A fogyasztóvédelem állami intézményrendszerének struktúrájában lényeges változtatásokra került sor 2007-ben, amikor a Kormány a fogyasztóvédelem megerősítése, a fogyasztóvédelmi hatósági tevékenység célzottabbá és hatékonyabbá tétele, a fogyasztói érdekek érvényesülésének fokozott biztosítása, továbbá a fogyasztóvédelem széleskörű társadalmi alapokra helyezése érdekében elfogadta a III. középtávú fogyasztóvédelmi politikát meghatározó 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozatot. A jogalkotó – a „kettős irányítás” időszakában érzékelhető hatékonysági deficitet orvosolandó – a fogyasztóvédelmi hatóságok vonatkozásában azt az elérendő célt fogalmazta meg, miszerint – többek között az egységes fogyasztóvédelmi szervezetrendszer megteremtése céljából – a fogyasztóvédelmi felügyelőségeket a közigazgatási hivatalok szervezetéből a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség szervezetébe kell integrálni.⁴⁸¹

A fentiek eredményeképpen 2007. szeptember 1-jétől kezdődően megszűnt a korábbi szervezeti jogállás sajátos irányítási-felügyeleti rendje, és kiépült egy háromszintű struktúra, amelyet – a korábbi Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség átnevezésével és átszervezésével – a központi hivatalként országos illetékességgel működő NFH, a regionális szinten tevékenykedő igazgatóságok, valamint azok megyei kirendeltségei alkottak. Ezen a szervezeti megoldáson változtatott a fővárosi és megyei kormányhivatalokról, valamint a fővárosi és megyei kormányhivatalok kialakításával és a területi integrációval összefüggő törvénymódosításokról szóló 2010. évi CXXVI. törvény, amely a korábban regionális illetékességgel működő igazgatóságokat „visszavezette” a megyei – azóta vármegyei – és fővárosi kormányhivatalok szakigazgatási szerveinek sorába. Az ezzel kialakuló felépítés szerint a Hatóság szervezetén belül elkülönült a központi hivatal (élén: főigazgató), valamint a megyei (fővárosi) fogyasztóvédelmi felügyelőségek (a megyei kormányhivatalok szakigazgatási szerveiként).⁴⁸²

Kiemelendő az a lényegi változtatás is, amelynek értelmében a jogalkotó az NFH-t a korábbi szubszidiárius szerepkör helyett általános fogyasztóvédelmi hatósági jogkörrel ruházta fel. Ennek megfelelően minden olyan ügyben az NFH és annak területi szervei jártak el, amelyeket jogszabály nem utalt kifejezetten más szerv feladat- és hatáskörébe. Ezzel összefüggésben annyit érdemes rögzíteni, hogy a hatáskört érintő módosítás nem az NFH kizárólagos részvételének teremtette meg a jogszabályi kereteit a fogyasztókat érintő hatósági eljárásokban, ez csupán a feladat- és hatáskör-telepítés alapelveként fogható fel, ami nem zárja ki egyes, speciális fogyasztóvédelmi eljárások lefolytatásának más szervekhez történő telepítését, megköveteli azonban az általános és a speciális fogyasztóvédelmi hatóságok intézményesített együttműködését.⁴⁸³

⁴⁸¹ Ld. 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozat 1. pont.

⁴⁸² Nem állt meg ezen a ponton a területi államigazgatás „zászlóshajóinak” nevezett kormányhivatali struktúra véglegesítése sem, ennek részleteiről ld. Fazekas, 2019, pp. 199-200.

⁴⁸³ Bár egységes európai fogyasztóvédelmi jogról nem beszélhetünk, számos olyan közösségi norma született, amelyek – a tagállamok fogyasztóvédelmi anyagi jogának közelítéséből kiindulva – érintik a fogyasztóvédelmi feladatokat ellátó állami intézményrendszert is. E normák közé sorolható a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv, amelyet a magyar jogalkotó az Fttv.-vel ültetett át a jogrendszerünkbe.

Az ún. UCP irányelv implementálásánál a hazai jogalkotó válaszáút előtt állt, mivel az új törvény hatálya alá tartozó magatartások tekintetében korábban a GVH végzett felügyeleti tevékenységet. A megoldandó problémát az a tény jelentette, hogy a versenyhatóság feladata elsődlegesen a piac tisztasága feletti őrködés, és csak másodlagosan, e tevékenységén keresztül a fogyasztók védelme. Az érintett hatáskörök kizárólag a GVH-hoz történő telepítése – ahogy erre Fekete Orsolya⁴⁸⁴ is utal – aggályos lett volna abból a szempontból is, hogy a GVH, mint kizárólagos illetékességgel rendelkező autonóm jogállású központi szerv⁴⁸⁵ nem épül ki területi szinten, ezáltal e jogviták rendezése túl távol került volna az érintettektől. Világos volt azonban az is, hogy a versenyhatóságtól – annak kiforrott gyakorlata miatt – nem lett volna észszerű a hatáskör elvonása. Mindezek folyamánként a jogalkotó hungarikumnak is beillő megoldással oldotta meg a kérdést úgy, hogy mind horizontálisan, mind pedig vertikálisan tagolta a hatáskört. Így minden olyan ügyben a GVH jár el, amelyek érdemben érintik a gazdasági versenyt, míg a versenyt érdemben nem érintő eljárások az általa felügyelt szervek esetében a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletéhez (amelynek hatósági hatásköreit napjainkban az MNB gyakorolja), míg minden más ügyben az általános hatáskörű fogyasztóvédelmi hatósághoz kerültek.⁴⁸⁶

⁴⁸⁴ Vö. Fekete, 2011, p. 127.

⁴⁸⁵ Ld. a központi államigazgatási szervekről, valamint a Kormány tagjai és az államtitkárok jogállásáról szóló 2010. évi XLIII. törvény 1. § (2) bekezdés *e*) pont.

⁴⁸⁶ Ld. Fttv. 10. § (1)–(3) bekezdés. E § mára „kiforrott” rendelkezései szerint: „(1) A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt – a (2), a (3) és az (5) bekezdésben foglalt kivétellel – a fogyasztóvédelmi hatóság jár el. (2) A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt – a (3) bekezdésben foglalt kivétellel – a pénzügyi közvetítőrendszer felügyeletével kapcsolatos feladatkörében eljáró Magyar Nemzeti Bank (a továbbiakban: Felügyelet) jár el, ha az érintett kereskedelmi gyakorlat a vállalkozás olyan tevékenységével függ össze, amelyet a Felügyelet felügyel. (3) A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. (4) A (3) bekezdés nem alkalmazható az olyan kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában, amely kizárólag *a*) a termék címkéjén (a terméken, annak csomagolásán vagy a termékhez egyéb módon rögzítve), a termékhez adott használati és kezelési útmutatóban vagy jótállási jegyben jelenik meg, vagy *b*) a 7. § (3) bekezdésében említett tájékoztatási követelmény megsértésével valósul meg. (5) A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt az élelmiszerlánc-felügyeleti hatóság jár el a 6. § (2) bekezdés *c*) pontja szerinti, az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény hatálya alá tartozó élelmiszerlánc termékekkel kapcsolatban megvalósított megtévesztő kereskedelmi gyakorlat esetén. (6) A (3) bekezdés nem alkalmazható, ha a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma megsértésének részét képezi az olyan magatartási kódexben foglalt követelmény be nem tartása, amely magatartási kódex a (2) bekezdés szerinti vállalkozások (2) bekezdés szerinti tevékenységével összefüggő kereskedelmi gyakorlatok vonatkozásában követendő magatartási szabályokat állapít meg.”; a 11. § jelenleg hatályos (1)–(2) bekezdése kimondja: „(1) A 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadók: *a*) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett termék mennyiségére, vagy *b*) a jogsértést felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. (2) A gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha *a*) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg, *b*) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három vármegyében terjesztett napilap útján valósul meg, *c*) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három vármegye fogyasztói felé irányul, vagy *d*) a termék eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább

A fogyasztóvédelmi igazgatás egyik neuralgikus pontja a szankciórendszer. Ezen a területen olyan jogkövetkezmények kiszabására lehetőséget adó rendszer kiépítésének az igénye fogalmazódik meg, amely alkalmas a prevenció és a represszió egyidejű realizálására.⁴⁸⁷ Ebből a szempontból a 2008. évi módosítást megelőző szankciórendszert alapvetően az anyagi jogi bíróságok (fogyasztóvédelmi, reklámfelügyeleti, minőségvédelmi bíróság) jellemezték, amellyel szemben azonban kritikaként fogalmazódott meg egyrészt annak alacsony mértéke, másrészt a legkisebb és legnagyobb összegének meghatározására vonatkozó jogszabályi korlát elmaradása. Ez a rendszer ugyanis azt eredményezte, hogy az alacsony összegű bírságtételeket több vállalkozás egyszerűen „belekalkulálta” a költségeibe, így e szankcionálásnak komoly visszatartó hatása nem volt.⁴⁸⁸

Ezen az állapoton változtatott az Fgytv. 2008. évi módosítása, amely az anyagi bíróságok helyett bevezette a fogyasztóvédelmi bíróságot, továbbá a jogalkotó meghatározta a kiszabható bírság legkisebb és legmagasabb összegét, valamint arra is törekedett, hogy a jogalkalmazók számára mérlegelési szempontok meghatározásával támpontokat nyújtson. A szankciórendszerrel összefüggésben továbbá az is kiemelendő, hogy már korábban megfogalmazódott a klasszikus hatósági eszköztár mellett egyes speciális szankciók preferálása.⁴⁸⁹ Többben ebben a körben az állami pályázatokból történő kizárást vagy éppen a közbeszerzési eljárások ajánlatkérői pozíciójával való inkompatibilitást említik, amely a fogyasztóvédelem területén álláspontom szerint is alkalmas lenne a hatékonyság fokozására és a vállalkozások jogkövető magatartásának erősítésére. Megállapítható, hogy átláthatóbbá vált a fogyasztóvédelmi hatóság szankcionálási tevékenysége, szigorodtak a korábbi büntetési tételek, így a szabályozás alkalmasabbá vált a prevenció és a represszió realizálására.

4. Az intézményrendszer átalakításának legutóbbi fejleményei

A fentiekben vázolt rendszer végső átalakításának kezdeti lendületét az ún. háttérintézmények megszüntetése iránti kormányzati törekvés szolgáltatta. Ennek keretében az egyes központi hivatalok és költségvetési szervi formában működő minisztériumi háttérintézmények felülvizsgálatával összefüggő jogutódlásáról, valamint egyes közfeladatok átvételéről szóló 378/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet értelmében az NFH 2016. december 31. napjával

három vármegyében megszervezésre kerül.”; a 12. § (1) bekezdése szerint: „(1) A 10. §-ban megjelölt hatóságok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértésével kapcsolatos feladataik hatékony el látása érdekében együttműködnek egymással. Az együttműködés különösen a hatóságok jogalkalmazási gyakorlatának kölcsönös megismerését, az anyagi és eljárásjogi szabályok egységes alkalmazását, a hatásköri összeütközések elkerülését, az esetleges hatásköri viták hatékony rendezésének megkönnyítését szolgálja.”

⁴⁸⁷ A fogyasztóvédelmi hatósági eljárás eredményeképpen igénybe vehető hatósági eszközökkel kapcsolatos társadalmi elvárás olvasható ki abból a konkrét ügyben lefolytatott eljárásból is, amelyben az ügyfél nem csupán fogyasztóvédelmi rendelkezés megsértésének, hanem számára kártalanítás megállapítását is kérte a hatóságtól. Természetesen – tekintettel arra, hogy ez polgári bíróság hatáskörébe tartozik – eme intézkedés alkalmazására nem kerül sor. Erről ld. OBH 8938/1996. sz. jelentés.

⁴⁸⁸ Ezt a jelenséget azonosítja a szankcióelmélettel foglalkozó szakirodalom a „jogsértés ára” kategóriával. Ehhez ld. bővebben Nagy, 2020, pp. 452-453.

⁴⁸⁹ Erre az 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozat is utalt.

jogutódlással megszűnt. A korábbi fogyasztóvédelmi hatóság általános jogutódja az NFM (később: ITM) lett, valamint a másodfokú hatósági ügyekben országos illetékességgel a PMKH kapott feladat- és hatáskört. A szabályozás értelmében a miniszterhez kerültek a stratégiai feladatok (pl. az ellenőrzések szakmai felügyelete, a két fogyasztóvédelmi laboratórium felügyelete). Ezzel egyidejűleg 197 járásban jelent meg fogyasztóvédelmi elsőfokú hatósági feladatkör, így tehát a fogyasztók 2017. január 1-jétől kérelmeikkel elsősorban a területileg illetékes járási (kerületi) hivatalokhoz fordulhattak.

A téma szempontjából utolsó kardinális változtatás 2020. március 1-jei hatálybalépéssel következett be, amikor a 360/2019. (XII. 30.) Korm. rendelet 163. § (2) bekezdése, 202. § (5) bekezdése módosította a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendeletet, ezáltal differenciált hatáskör-telepítést valósítva meg a területi kormányhivatalok, a BFKH, a PMKH, a katasztrófavédelmi főigazgatóság, a fogyasztóvédelemért felelős miniszter (és egy időre a Szerencsejáték Felügyelet) között.⁴⁹⁰ A részletes hatásköri szabályozás ismertetését mellőzve indokoltnak érzem jelezni, hogy a Kormány főszabályként a kormányhivatalt jelölte ki a fogyasztóvédelmi hatósági feladatok ellátására. A módosítással alapvető változás (korlátozás) következett be a fogyasztóvédelmi hatósági eljárások jogorvoslati rendszerében, tekintettel arra, hogy a kormányhivatal döntése ellen az Ákr. kizárja a fellebbezést, így az egyetlen igénybe vehető jogorvoslati eszközként a közigazgatási per áll az ügyfelek rendelkezésére.⁴⁹¹

5. Összefoglalás

Összességében megállapítható, hogy az ismertetett szervezeti átalakítások előkészítették a jogorvoslati rendszer „egyszerűsítését”. Hosszú utat járt be a fogyasztóvédelem állami szervezeti struktúrájának (át)alakítása és – álláspontom szerint – a folyamatot nem lehet még befejezettnak tekinteni. Elmondható, a fogyasztóvédelem közjogi (intézményi) keretei folyamatos változásban vannak, a mögöttes indokok pedig igen változatosnak tekinthetők. A legutóbbi (szervezeti, eljárási és hatásköri) változások mögött a jogalkotó által sejtetett motiváció a gyors és hatékony jogorvoslat biztosítása volt. Ezzel összefüggésben kiemelendő, hogy – nem vitatva a jószándékú törekvést – a tapasztalatok néhol ezzel ellentétes eredményekről tanúskodnak. A hatósági eljárások „messzebb vitele” az ügyektől, azok egyfokúvá tétele, valamint a kizárólagos jogorvoslati eszközként intézményesített közigazgatási per sajátosságai (eredendő előnyeik mellett) sajnos kevésbé gyors és fogyasztói szemszögből nem mindig hatékony megoldásokhoz vezethetnek.

⁴⁹⁰ 2024. október 1-jei hatálybalépéssel a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet 1. § b) pontja is hatályon kívül helyezésre került.

⁴⁹¹ A bírói út kiépülő rendszeréhez és annak a fellebbezéssel való kapcsolatához ld. F. Rozsnyai, 2018, pp. 53-54.

6. Forrás- és irodalomjegyzék

- 1949. évi XX. törvény a Magyar Köztársaság Alkotmánya 35. § (1) bekezdés *a*) pont.
- 2016. évi CL. törvény az általános közigazgatási rendtartásról.
- 2012. évi LV. törvény a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény módosításáról 38. § (1) bekezdés.
- 2010. évi CXXVI. törvény a fővárosi és megyei kormányhivatalokról, valamint a fővárosi és megyei kormányhivatalok kialakításával és a területi integrációval összefüggő törvény-módosításokról.
- 2010. évi XLIII. törvény a központi államigazgatási szervekről, valamint a Kormány tagjai és az államtitkárok jogállásáról 1. § (2) bekezdés *e*) pont.
- 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról.
- 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről 39/A. §, 40. §.
- 1984. évi IV. törvény a tisztességtelen gazdasági tevékenység tilalmáról.
- 1957. évi VII. törvény a népi ellenőrzésről 1-5. §.
- 182/2022. (V. 24.) Korm. rendelet a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről 103. § (1) bekezdés 20. pont.
- 360/2019. (XII. 30.) Korm. rendelet a fővárosi és megyei kormányhivatalok működésének egyszerűsítésével összefüggő egyes kormányrendeletek módosításáról 163. § (2) bekezdés, 202. § (5) bekezdés.
- 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről.
- 378/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet egyes központi hivatalok és költségvetési szervi formában működő minisztériumi háttérintézmények felülvizsgálatával összefüggő jogutódlásáról, valamint egyes közfeladatok átvételéről.
- 89/1998. (V. 8.) Korm. rendelet a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség szervezetéről, feladat- és hatásköréről, valamint a fogyasztóvédelmi bírság felhasználásáról 1-3. §, 9. § (1) bekezdés.
- 95/1991. (VII. 23.) Korm. rendelet a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőségről 1. § (1)–(2) bekezdés, 2. §.
- 61/1988. (VII. 22.) MT rendelet a kereskedelmi és piacfelügyelőségekről 1. § (1)–(2) bekezdés, 2. § (1) bekezdés, 5. § (1) bekezdés.
- 43/1969. (XII. 11.) Korm. rendelet az Állami Kereskedelmi Felügyelőség szervezetének módosításáról 3. §, 5. §.
- 10/1967. (IV. 22.) Korm. rendelet az Állami Kereskedelmi Felügyelőségről 1. §, 2. § (3) bekezdés *b*) pont, 3. §, 4. § (1) bekezdés, 6. § (1) bekezdés *b*) pont.
- 1033/2007. (V. 23.) Korm. határozat a III. középtávú fogyasztóvédelmi politika megvalósítására irányuló, 2007–2010 közötti időszakra szóló cselekvési program végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről.
- 2145/1996. (VI. 13.) Korm. határozat 1. pont.

- 1105/1995. (XI. 1.) Korm. határozat a területi államigazgatási szervek reformjának fő irányairól.
- 2192/1995. (VII. 6.) Korm. határozat 2. pont.
- 1021/1952. (VII. 12.) MT határozat preambuluma.
- 1822/1997. sz. OBH jelentés.
- 8938/1996. sz. OBH jelentés.
- Bósz Endréne Wéber, A. & Varga, T. (1997). A Fogyasztóvédelmi Felügyelőség, mint szakmailag önálló szakigazgatási szerv. *Magyar Közigazgatás*, (11), 672-682.
- Fazekas, J. & Szombati, I. (2020). A fogyasztóvédelmi igazgatás joga. In Lapsánszky, A. (szerk.), *Közigazgatási jog. Szakigazgatásaink elmélete és működése*. (pp. 624-625). Budapest, Wolters Kluwer Hungary Kft.
- Fazekas, M. (szerk., 2019). *Közigazgatási jog. Általános rész I.* (pp. 199-200). Budapest, ELTE Eötvös Kiadó.
- Fekete, O. (2011). *A felügyeleti szervek tevékenysége Magyarországon a fogyasztóvédelem egyes területein, kitekintéssel a rendszerszintű problémák megoldási lehetőségeire*. (pp. 120, 123-124, 127). Szeged.
- F. Rozsnyai, K. (2018). *Hatékony jogvédelem a közigazgatási perben*. (pp. 53-54). Budapest, ELTE Eötvös Kiadó.
- Joó, I. & Szikora, V. (2010). A fogyasztóvédelem intézményrendszere. In Szikora, V. (szerk.), *Fogyasztóvédelmi Magánjog – Európai Kitekintéssel*. (p. 363). Debrecen, Fogyasztóvédők Magyarországi Egyesülete.
- Lővétei, I., Boros, A. & Gajduscheck, Gy. (2011). Németország közigazgatása. In Szamel, K., Balázs, I., Gajduscheck, Gy. & Koi, Gy. (szerk.), *Az Európai Unió tagállamainak közigazgatása*. (p. 486). Budapest, Complex Kiadó.
- Nagy, M. (2020). A közigazgatási jogi szankció. In Fazekas, M. (szerk.), *Közigazgatási jog. Általános rész III.* (pp. 452-453). Budapest, ELTE Eötvös Kiadó.
- Szamel, K. (2011). Ausztria közigazgatása. In Szamel, K., Balázs, I., Gajduscheck, Gy. & Koi, Gy. (szerk.), *Az Európai Unió tagállamainak közigazgatása*. (p. 526). Budapest, Complex Kiadó.

VI. Fejezet. A kormányhivatal fogyasztóvédelmi szerepe, a fogyasztóvédelmi hatóság közgazdaságtani vonatkozásai

1. Bevezetés
2. A fővárosi és megyei kormányhivatalok létrehozása. A fogyasztóvédelmi felügyelőség, mint a kormányhivatal önálló feladat- és hatáskörrel rendelkező szakigazgatási szerve (2011. január 1. – 2015. március 31.)
 - 2.1. A fogyasztóvédelem szervezetének alakulása a kormányhivatalok születésekor
 - 2.1.1. A szervezeti változás alapja
 - 2.1.2. A szervezeti változás kormányhivatali szemmel
 - 2.2. Főbb irányvonalak a fogyasztóvédelemben
 - 2.2.1. A fogyasztóvédelmi politika és vívmányai
 - 2.2.2. A kitűzött célok megvalósítása
3. Belső integráció a kormányhivatalokban (2015. április 1. – 2016. december 31.)
 - 3.1. A fogyasztóvédelmi szakterület belső integrációjának jelentése
 - 3.2. Az előző szakaszban szerzett tapasztalatok hasznosulása a fogyasztóvédelmi politikában és a jogszabályokban
 - 3.3. A változás hozadéka a kormányhivatali munkatársak munkájában
4. A központi hivatalok felülvizsgálata és a járási hivatalok megerősítése (2017. január 1. – 2020. február 29.)
 - 4.1. Teljes átalakulás a fogyasztóvédelem szervezetrendszerében (is)
 - 4.2. Fogyasztóvédelem fogyasztóvédelmi politika nélkül
 - 4.3. Mi történt a gyakorlatban?
 - 4.3.1. Szakmai irányítás NFH nélkül
 - 4.3.2. A PMKH mint másodfokú hatóság
 - 4.3.3. A kevesebb munka lehet több is?
5. 2020. március 1. napjától napjainkig
 - 5.1. Vissza a megyéhez
 - 5.2. A soron kívüli ellenőrzések és a szigorítások korszaka
 - 5.3. A jelenlegi szakasz eddigi tapasztalatai és a 2024–2025. évi változások
 - 5.3.1. Hol legyen a fogyasztóvédelem szakmai irányítása?
 - 5.3.2. Milyen az élet másodfok nélkül?
 - 5.3.3. A kettős irányítás velejárói
 - 5.3.4. A 2024–2025. évi változások
6. A kormányhivatali rendszer fogyasztóvédelmi tevékenységének közgazdasági sajátosságai 2022–2023-ban
 - 6.1. Kutatásmódszertan
 - 6.2. Kutatási kérdés
 - 6.3. A kutatás összegyűjtött adatai
 - 6.4. Adatfeldolgozás, vizualizáció
 - 6.5. A kutatási eredmények összegzése
 - 6.6. A 2023. év változásai
 - 6.7. A kutatás további lehetséges irányai

7. Összefoglalás

8. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

Mint az élet különböző területein sok minden, úgy a fogyasztóvédelem is (szinte) folyamatosan változik, átalakul. A fókuszban a fogyasztó áll, azonban a politikai, gazdasági változásokkal együtt az életviszonyok, a fogyasztók és a vállalkozások szemlélete, prioritása is folyamatosan változnak. Véleményünk szerint a megfelelő jogszabályi környezetre amiatt is szükség van, mert a számos területen jelenleg is végbemenő változások új élethelyzeteket teremtenek, amelyekre ekként a fogyasztókat védő jogszabályokkal is fel kell készülni. Így az új situációk újfajta szabályozást igényel(het)nek.⁴⁹²

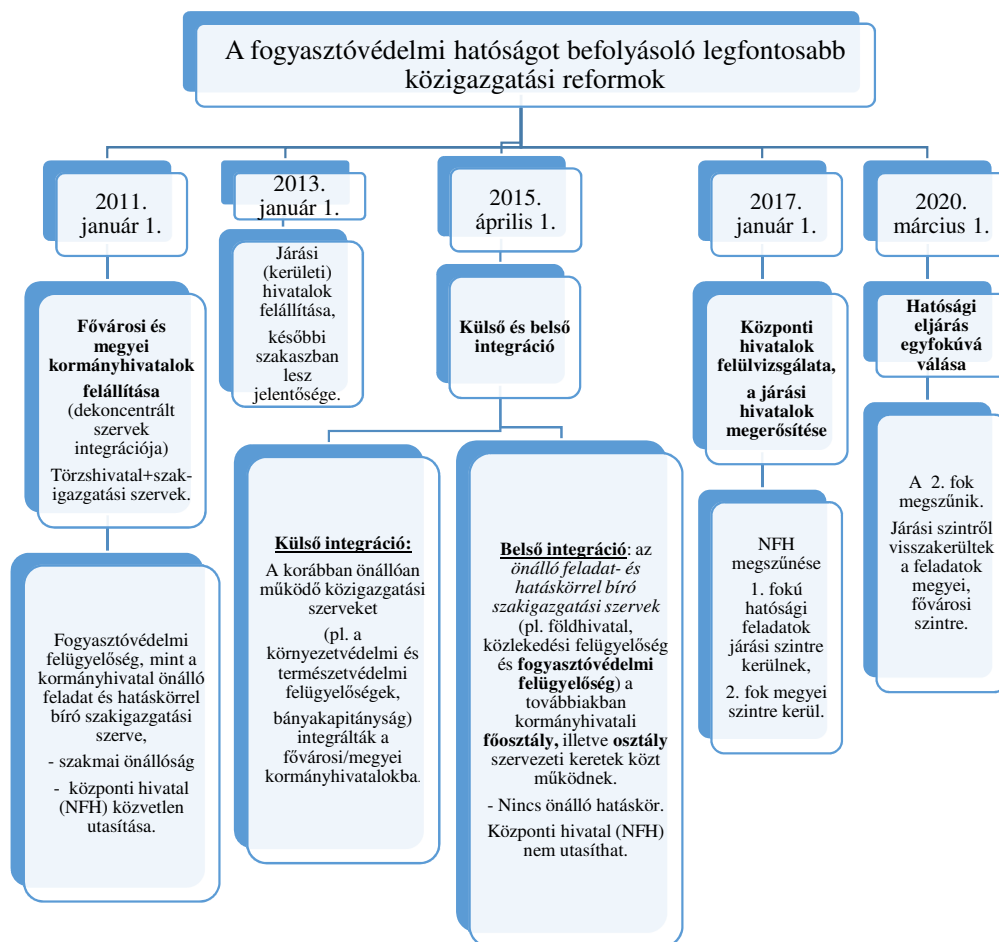
A fogyasztóvédelem tartalmi szabályozásának fejlődése mellett napjainkban a közigazgatás szervezete is jelentős reformokon ment keresztül, nem beszélve a közigazgatási hatósági eljárás újraszabályozásáról. A gyökeres változásokat a Magyar Zoltán Közigazgatás-fejlesztési Program koncepciója előre prognosztizálta.⁴⁹³ „Egyrészt kiemelhető, miszerint az államigazgatás központi és területi szintjén bekövetkezett szervezeti átalakítások nem hagyták változatlanul a fogyasztóvédelmi igazgatást, sőt a helyzet úgy áll, hogy kevés olyan ágazat létezik, ahol ekkora méreteket öltött volna az intézményrendszer változékonysága az elmúlt években.”⁴⁹⁴ Mindemellett a hazai fogyasztóvédelmi jognak az európai uniós szabályozással is összhangban kell lennie.

Jelen fejezet azt az időszakot – mintegy tizennégy évet – veszi górcső alá, amelyben a fogyasztóvédelem egy jelentékeny része a fővárosi és (vár)megyei kormányhivatalok kezei között működött, működik. A kormányhivatali időszak a kormányhivatalokon belüli szervezeti átalakítás alapján négy fő szakaszra bontható, amelyet az 1. ábra foglal össze. A vizsgálat – a teljesség igénye nélkül – egyrészt szervezeti, másrészt tartalmi kérdésekre irányul.

⁴⁹² Vö. pl. Magyarország IV. középtávú Fogyasztóvédelmi Politikája és a fogyasztóvédelmi politikákkal kapcsolatos kormányhatározatok tartalma.

⁴⁹³ Ld. Magyar Zoltán Közigazgatás-fejlesztési Program, 2011.

⁴⁹⁴ Bencsik, 2021, p. 16.



1. ábra: a fogyasztóvédelmi hatóságot befolyásoló legfontosabb közigazgatási reformok, forrás: saját szerkesztés.

Az alábbiakban szervezeti szempontból az egyes szervezeti átalakítások indokait, jogszabályi hátterét fogjuk röviden bemutatni. Mivel minden szervezet emberekből (is) áll, a szervezeti átalakulások emberi oldalát is szeretnénk érzékeltetni; azt, hogy hogyan élték meg a fogyasztóvédelmi hatósági kollégák mindezeket a változásokat, melyek voltak a pozitív és negatív gyakorlati tapasztalatok az egyes szakaszokban, milyen tapasztalatai voltak a kormányhivatalban szolgáló munkatársaknak a kettős irányítással kapcsolatban, mit vártak és mit kaptak az egyébként folyamatosan újabb és újabb szakmai irányítástól.

Tartalmi szempontból azt vizsgáljuk, hogy a fogyasztóvédelmi politika az életviszonyok változására hogyan kívánt hathatós választ adni, a válaszokhoz milyen főbb jogszabálymódosítások nyújtanak segítséget, melyek azok a fogyasztói érdekek, amelyeknek védelme előtérbe került az egyes szakaszokban, és ennek megfelelően melyek voltak a kiemelt ügykörök, volt-e valamilyen ösztönző eszköz, illetve milyen eszköz volt egyrészt a vállalkozások jogkövetésének elérése, másrészt a hatósági fogyasztóvédelemben foglalkoztatottak hatékonyabb munkavégzése érdekében.

2. A fővárosi és megyei kormányhivatalok létrehozása. A fogyasztóvédelmi felügyelőség, mint a kormányhivatal önálló feladat- és hatáskörrel rendelkező szakigazgatási szerve (2011. január 1. – 2015. március 31.)

2.1. A fogyasztóvédelem szervezetének alakulása a kormányhivatalok születésekor

2.1.1. A szervezeti változás alapja

A 2011. évtől kezdődő szakaszban jöttek létre a fővárosi és megyei kormányhivatalok. A változás célja – a Magyary Programmal összhangban – a jó állam kialakítása keretében, a területi államigazgatási szervezetrendszer működésének egységessé és hatékonyabbá tétele, ezáltal a területi államigazgatási feladatellátás fejlődése és színvonalának növelése, valamint az ügyfél-centrikus területi államigazgatás megvalósítása.⁴⁹⁵

A szakigazgatási szervek integrációjának célja pedig olyan területi szinten működő államigazgatási szerv kialakítása a már meglevő intézményekből, amely nemcsak valamelyik tárca vagy szakigazgatási ágazat dekoncentrált egysége, hanem kifejezetten a Kormány területi szerve.⁴⁹⁶

A fogyasztóvédelmi szakterület már a kormányhivatalok létrehozatalakor integrálódott, mint fogyasztóvédelmi felügyelőség önálló feladat- és hatáskörrel működött a kormányhivatal ágazati szakigazgatási szerveként, vezetője munkáltatói jogokkal rendelkező kormánytisztviselői felett.⁴⁹⁷ Az NFH pedig a fogyasztóvédelemért felelős miniszter irányítása alatt álló központi hivatalként látta el a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságról szóló 225/2007. (VIII. 31.) Korm. rendeletben meghatározott szakmai irányítói feladatokat, főigazgatója közvetlen utasítási joggal bírt a kormányhivatalok fogyasztóvédelmi felügyelőségei felett.⁴⁹⁸ A szervezeti irányítás keretében a területi kormányhivatal vezetője irányította a szakigazgatási szervek tevékenységét, a fővárosi és megyei kormányhivatalok szervezeti irányítását a Kormány a közigazgatás-szervezésért felelős miniszter útján látta el, aki ekkoriban a közigazgatási és igazságügyi miniszter volt.⁴⁹⁹

Ez a konstrukció nagymértékben hasonlított az 1996-os szervezeti felépítésre. A fővárosi, megyei közigazgatási hivatalokról szóló 191/1996. (XII. 17.) Korm. rendelet nyomán a Kormány területi szerveivé váló fővárosi és megyei közigazgatási hivatalok „a törzshivatali feladatok mellett – a maihoz képest nem túl jelentős számú – egyéb államigazgatási feladattal és egyben ennek megfelelő szervezeti egységgel is rendelkeztek, mint szakigazgatási szervekkel. Ide tartozott már kezdetektől fogva a fogyasztóvédelem is. [...] Mindez tehát már ekkor szükségszerűen – és a felügyeleti típusú szervek között ekkor még kivételes

⁴⁹⁵ Ld. 2010. évi CXXVI. törvény a fővárosi és megyei kormányhivatalokról, valamint a fővárosi és megyei kormányhivatalok kialakításával és a területi integrációval összefüggő törvénymódosításokról (Khtv.) preambulum.

⁴⁹⁶ Ld. Khtv. (2011. december 31. napjáig hatályban volt) 2. § (1) bekezdés; Barta, 2021, pp. 4-15.; Zöld-Nagy & Virág, 2013.

⁴⁹⁷ Ld. Khtv. 5. §, 14-15. §, 288/2010. (XII. 21.) Korm. rendelet a fővárosi és megyei kormányhivatalokról 2. § (1) bekezdés 13. pont (2011. január 1. napján hatályos állapot).

⁴⁹⁸ A fogyasztóvédelemért felelős miniszter ekkor Seszták Miklós, a NFM élén.

⁴⁹⁹ Ld. Khtv. (2011. december 31. napjáig hatályban volt) 6. § (1) bekezdés.

jelleggel és speciális módon – kettős irányítást eredményezett. A fogyasztóvédelmi szakigazgatási szerv egyrészt a közigazgatási hivatal vezetőjének – aki egyébként a belügyminiszterhez tartozott – szervezeti, másrészt a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség, illetve a már említett ipari, kereskedelmi és idegenforgalmi miniszter szakmai irányítása alá tartozott. A helyzetet elemző tanulmányok rámutatnak, hogy a fogyasztóvédelem mint a jelenlegi szakigazgatási szervek előhírnöke egyfajta modellkísérletként funkcionált – sok-sok kritikával övezve. [...]”⁵⁰⁰ „Bár a kettős irányítás lényege változatlan volt, a területi kormányhivatalok törzshivatala egészen más, mintegy rendszer-szintűbb szervezeti irányítást valósított meg a többszörösére nőtt létszámú szakigazgatási szervek tekintetében. Ez a szervezeti irányítás pedig fokozatosan tökéletesedett, hiszen a szakigazgatási szervek lassan, de folyamatosan növekvő száma mellett csak így volt megvalósítható [...]”⁵⁰¹

2.1.2. A szervezeti változás kormányhivatali szemmel

Ennyi idő távlatában már kijelenthető, hogy a kormányhivatali integráció a megyékben a helyi sajátosság figyelembe vételével történt meg. Az egyeztetések a szervezeti átalakulás miatt folyamatosak voltak. A szakmai munka pozitív megítélése a kormányhivatalba integrálódást gördülékenyebbé tette. A funkcionális feladatkörök a kormányhivatal törzshivatalának szervezeti egységeihez kerültek (ld. pl. humánpolitika, informatika, üzemeltetési feladatok), ezáltal emberi erőforrás szabadult fel a szakmai munka javára. A közigazgatás ebben a formában költséghatékonyabban tudott működni, azonban ennek a költséghatékonyásnak időnként vesztesei lettek bizonyos kezdeményezések. Ilyen volt például Somogy megyében, a Kaposváron még 2009-ben kialakított Kaposvári Pénzügyi Tanácsadó Iroda, amely a pénzügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos megkereséseket a PSZÁF-fel közösen kezelte, a fogyasztóvédelmi felügyelőség épületében, teljes mértékben a felügyelőség infrastruktúrájának bázisán működött, jelentős ügyfélforgalommal. A működtetést 2011 őszén a Somogy Megyei Kormányhivatal már nem tudta vállalni.

Az NFH a szakmai irányítási feladatainak eleget tett, biztosította az egységes jogalkalmazáshoz szükséges jogi iránymutatásokat, segítséget nyújtott a felmerülő szakmai kérdésekben, értekezleteket szervezett, amelyekről dokumentumok készültek. A szakmai irányító és a megyék között szoros szakmai együttműködés volt.⁵⁰²

A hatóság jogalkalmazási, szankcionálási gyakorlata országosan egységes volt. Az Ellenőrzési és Vizsgálati Programok (EVP) összeállításakor a megyei javaslatokat az NFH figyelembe vette. A témavizsgálatok előtt időben érkeztek az útmutatók, a felmerült problémákra még a témavizsgálat előtt tehettek fel kérdéseket a megyei kollégák, amelyekre a válaszokat minden megye időben, írásba foglalva kapta meg. A témafelelősök jellemzően megfelelő segítséggel szolgáltak elakadás esetén. A témavizsgálatokhoz a javasolt szankciókat – jogszabályi keretek között – a témavizsgálat specialitásaira figyelemmel egy-egy megye dolgozta ki, amelyet NFH-s jóváhagyás után minden kormányhivatal megkapott,

⁵⁰⁰ Árva, 2018, pp. 297-298.

⁵⁰¹ Árva, 2018, pp. 302-303.

⁵⁰² A fejezetben használt „megye” kifejezés a fővárosi és megyei kormányhivatalokra utal.

így viszonylag egységes bírságolási gyakorlat alakulhatott ki. A jogkövetkezmények alkalmazására vonatkozó javaslatban a témavizsgálatba tartozó lehetséges tényállások, az anyagi jogi jogszabályok megnevezése, a mérlegelésre alkalmas gondolatok megfogalmazása is szerepelt.

A másodfokú döntésekkel szemben hozott bírósági döntések zsinórmértékű szolgáló megállapításait iránymutatásként megkapták a megyék, szintén az egységes joggyakorlat biztosítása érdekében.

A kormányhivatali és az NFH-s ügyintézők között folyamatos, közvetlen kapcsolat alakult ki, a konzultáció lehetősége biztonságot adott a megyei kollégáknak. A témavizsgálati jelentések és adatszolgáltatások küldése a témavizsgálati ügyintézők között zajlott.

2.2. Főbb irányvonalak a fogyasztóvédelemben

2.2.1. A fogyasztóvédelmi politika és vívmányai

Az időszak elejének fontos momentuma a fogyasztóvédelem Alaptörvényben történő említése,⁵⁰³ amely több tekintetben – a IV. középtávú Fogyasztóvédelmi Politika vonatkozásában is – hivatkozási alapként szolgált. A fogyasztóvédelmi politikát a fent ismertetett szervezeti keretek között kellett megvalósítani. E politika – egyebek mellett – kiemelt hangsúlyt fektetett a fogyasztók életének, egészségének és biztonságának védelmére, a kiszolgáltatók rétegek védelmére, az energiaszolgáltatók számlázási gyakorlatára, a jogkövető magatartás előmozdítása alternatív és preventív eszközrendszerének kidolgozására, azon gazdasági szereplők, szuper- és hipermarketek, áruházláncok és bevásárlóközpontok ellenőrzésére, amelyek tevékenysége széles fogyasztói rétegeket érint. Tekintettel arra, hogy a fogyasztói társadalomnak „köszönhetően” beözönlő nagy tömegű silány termékek veszélyeztetik a fogyasztók – köztük a gyermekek – életét, egészségét, testi épségét, a IV. középtávú Fogyasztóvédelmi Politika a piacfelügyelet EU konform szabályozását is célul tűzte ki. Ennek eredményeként a Pftv. is megszületett.

A kiszolgáltatók rétegek védelme keretében a 18. életévüket be nem töltött személyek védelmét szolgáló jogszabályoknak való megfelelés ellenőrzése, a vállalkozások jogkövető magatartásának az ösztönzése, az időskorúak és fogyatékossgal élők fokozott védelmét szolgáló jogszabályok érvényesülésének a vizsgálata, továbbá az e célkitűzés érdekében szükséges jogszabályok kidolgozása szintén kiemelt feladat volt. Az árubemutatók ellenőrzése elsősorban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, valamint az egyes termékek forgalmazási szabályainak vizsgálata alapján történt, majd ezen tapasztalatok mentén kezdődhetett meg az új jogszabályok előkészítése. Az árubemutatók megfelelő szabályozásának első lépése erre az időszakra tehető. 2014. január 1. napjától az árubemutatót szervező vállalkozásnak az utazást vagy rendezvényt be kell jelentenie a jegyzőnek, aki azt megküldi az illetékes fogyasztóvédelmi hatóságnak.⁵⁰⁴

⁵⁰³ Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) M) cikk (2) bekezdés: „Magyarország biztosítja a tisztességes gazdasági verseny feltételeit. Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védi a fogyasztók jogait.”

⁵⁰⁴ Ld. 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről 6. § (2b) bekezdés; a jelenleg hatályos szöveg szerint: „(2b) Az üzleten kívüli kereskedelem keretében a termék forgalmazása céljából a vásárlónak szervezett utazást vagy rendezvényt a kereskedő köteles – az utazás vagy

A fogyasztóvédelmi hatóság hatásköre azokon a közszolgáltatási területeken is biztosítottá vált, ahol ez korábban nem volt kidolgozott (ld. pl. víziközmű, hulladékkezelés).⁵⁰⁵ Az ország húsz kormányhivatalában ún. rezsipontokat alakítottak ki a fogyasztókat eddig is fogadó ügyfélszolgálatok mellett.

Ebben az időszakban a Kormány nagy hangsúlyt fektetett a jogkövető magatartás különböző preventív és alternatív eszközökkel történő előmozdítására. Ezek közé tartozott a vállalkozásokra vonatkozó fogyasztóbarát embléma feltételrendszerének kidolgozása és bevezetése, a pozitív lista rendszerének továbbfejlesztése, a kiszámítható és átlátható jogalkalmazás, az arányos és következetes szankcionálási gyakorlat bevezetése a fogyasztóvédelmi hatóság eljárásai során.⁵⁰⁶ Koszorús László Gáspár, az NFM fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkára hangsúlyozta, szemléletváltás zajlik a hatóságnál, aminek lényege, hogy ne inzultáljanak, hanem konzultáljanak a vállalkozókkal.⁵⁰⁷

2.2.2. A kitűzött célok megvalósítása

A fogyasztóvédelmi politikában meghatározott célok, feladatok megvalósultak a gyakorlatban is. A szakmai irányító által az EVP-ben elrendelt vizsgálatok között meghatározó szerepet töltött be az árubemutatók vizsgálata, a közszolgáltatással kapcsolatos vizsgálatok, a rezsicsökkentéshez kapcsolódó számlakép-ellenőrzések.

A Kormány területi szerveként a felügyelőségek alkalmasak voltak a Kormány által azonnali intézkedést szükségesnek tartott feladatok elvégzésére, mint például a dohányreklám-ellenőrzések, a West-Balkán tragédia miatt a zenés-táncos szórakozóhelyek ellenőrzése. A szakmai irányító által elrendelt vizsgálatok mellett a felügyelőségek helyi kezdeményezésű vizsgálatokat és társhatósági ellenőrzéseket is indítottak.

A fogyasztói beadványok tárgya összhangban volt a fogyasztóvédelmi politikában is kiemelt, valamint az EVP-ben elrendelt témakörökkel. A 2011-2015. években a fogyasztók jelentős számban fordultak a felügyelőségekhez közüzemi (ivóvíz, gáz, villamos energia, hulladék), hírközlési szolgáltatásokkal kapcsolatos problémákkal, és a termékbemutatókat, internetes kereskedelmet érintő megkeresések száma is növekedett.

rendezvény helyének és időpontjának megjelölésével – legkésőbb tizenöt nappal megelőzően az 1. melléklet 4. pontja szerinti adattartalommal a jegyző részére bejelenteni. A jegyző a bejelentés másolatát soron kívül, de legkésőbb a bejelentés beérkezését követő három napon belül elektronikus úton megküldi az utazás vagy a rendezvény helye szerint illetékes fogyasztóvédelmi feladatkörében eljáró fővárosi és vármegyei kormányhivatalnak.”

⁵⁰⁵ Vö. IV. középtávú Fogyasztóvédelmi Politika és Magyarország IV. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2014-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 1011/2012. (I. 23.) Korm. határozat.

⁵⁰⁶ Vö. IV. középtávú Fogyasztóvédelmi Politika és Magyarország IV. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2014-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 1011/2012. (I. 23.) Korm. határozat.

⁵⁰⁷ Ld. <http://www.kormany.hu/>; <http://www.palyazatelokeszites.hu/node/7241>.

3. Belső integráció a kormányhivatalokban (2015. április 1. – 2016. december 31.)

3.1. A fogyasztóvédelmi szakterület belső integrációjának jelentése

A közigazgatás átalakításának, ezen belül a fogyasztóvédelem kormányhivatali létének következő szakasza, amelyet a belső integráció elnevezéssel fémjelezhetünk, igen rövid volt, egy év és kilenc hónap.

A Khtv. szakigazgatási szervekről szóló részei hatályon kívül helyezésre kerültek, megszűnt a kormányhivatalok törzshivatalokra, szakigazgatási szervekre és járási hivatalokra történő tagolása, a továbbiakban a kormány megbízott által közvetlenül vezetett szervezeti egységekről és járási hivatalokról beszélhetünk. A belső integrációval az eddig önálló feladat- és hatáskörrel bíró szakigazgatási szervek kormányhivatali főosztály, illetve osztály szervezeti keretek közt működtek, önálló hatáskör nélkül. A szakmai irányító jogosultságai jelentősen csökkentek.⁵⁰⁸ A Kormány a szakmai irányítói feladatokat az NFH főigazgatója helyett a fogyasztóvédelemért felelős miniszterre telepítette, a főigazgató csupán közreműködött a miniszter irányítási jogkörének gyakorlásában. A főigazgató a kormányhivatalok fogyasztóvédelmi vezetői felett már nem bírt közvetlen utasítási joggal, kizárólag a szakmai irányító miniszter adhatott fogyasztóvédelmi feladatköréhez kapcsolódóan utasítást a kormány megbízottnak.⁵⁰⁹

A fogyasztóvédelmi szakterület egyéb szakterületekkel került egy főosztály keretei közé, osztály szervezeti egységként, így például a PMKH-nál a Műszaki Engedélyezési és Fogyasztóvédelmi Főosztály hat osztállyal működött, egy bányászati, négy közlekedési és egy fogyasztóvédelmi osztállyal. A főosztályokat általában másik szakterületről érkező főosztályvezető vezette, például a PMKH-nál a közlekedési szakigazgatási szerv korábbi igazgatója. Sem a főosztályvezető, sem az osztályvezető nem rendelkezett munkáltatói jogokkal kormánytisztviselői felett.⁵¹⁰

3.2. Az előző szakaszban szerzett tapasztalatok hasznosulása a fogyasztóvédelmi politikában és a jogszabályokban

A IV. középtávú Fogyasztóvédelmi Politika áthúzódott erre a szakaszra, 2016-tól pedig – 2017. december 31-ig – Magyarország V. középtávú Fogyasztóvédelmi Politikája határozta meg a célokat, feladatokat.⁵¹¹ Kiemelt célként került meghatározásra a fogyasztók felkészítése a digitális kor kihívásaira, ezzel együtt a Kormány a vállalkozások online kereskedelemmel kapcsolatos jogkövetésének előmozdítása érdekében folyamatosan frissített minta-webáruház honlap kidolgozására és működtetésére hívta fel a fogyasztóvédelemért is felelős nemzeti fejlesztési minisztert.

⁵⁰⁸ Vö. Khtv. 2-8. §-ainak 2015. április 1. napjától hatályos rendelkezései.

⁵⁰⁹ Ld. 225/2007. (VIII. 31.) Korm. rendelet 5. § 2015. április 1. napjától hatályos rendelkezései.

⁵¹⁰ Ld. 7/2015. (III. 31.) MvM utasítás a fővárosi és megyei kormányhivatalok szervezeti és működési szabályzatáról 2-21. függelék.

⁵¹¹ Ld. Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2018-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 2011/2015. (XII. 29.) Korm. határozat.

Az előző fogyasztóvédelmi politikához hasonlóan, a Kormány szintén hangsúlyozza a koruk, hiszekenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott fogyasztók védelmét; az ezt szolgáló jogszabályok – különös tekintettel az árubemutatóval egybekötött termékértékesítés során a fogyasztók védelme érdekében szükséges egyes törvények módosításáról szóló törvény – érvényesülésének fokozott hatósági vizsgálatát, valamint az e célkitűzés érdekében szükséges jogszabályok kidolgozását tűzte ki célul.⁵¹² A jogalkotó a jogszabály-módosításoknál az előző időszak árubemutató ellenőrzéseinek tapasztalatait is felhasználta. Fontos lépés volt az árubemutatóval egybekötött termékértékesítés fogalmának meghatározása annak érdekében, hogy a jegyzőnek történő bejelentés, valamint az új, szigorított szabályok betartásának számonkérése nyilvánvaló legyen a vállalkozások számára is.⁵¹³ A gyakorlati tapasztalatok azt mutatták, hogy az árubemutatókat – különösen az idősebb korosztály számára – az ajándékok, valamint a különböző ingyenes programok ígérete igen vonzóvá tették. Ezt az érdeklődést, ezzel pedig a potenciális vásárlók számát kívánta csökkenteni az árubemutatóval egybekötött termékértékesítéshez kapcsolódó ajándék, árengedmény, kedvezmény, vagyoni előny és ajándék-sorsolás reklámjának tilalma.⁵¹⁴

Az ellenőrzéseken és a pórul járt fogyasztók beadványaiból egyértelműen azonosítható volt az a probléma, hogy az árubemutatókon nagy összegért kínált termékek megvásárlásához elegendő anyagi forrással nem rendelkező fogyasztók a szervezők által közvetített hitelt vesznek fel, amelyet az esetek nagy részében nem képesek a későbbiekben fizetni. A fogyasztók általában azzal sincsenek tisztában, hogy a hitelszerződés megkötését követően egy pénzügyi intézménnyel kerülnek jogviszonyba, amely nemfizetés esetén súlyos jogkövetkezményekkel sújtja őket. Ennek a súlyos anyagi kockázatnak a kiiktatása érdekében a jogszabály megtiltotta, hogy az árubemutatóval egybekötött termékértékesítést szervező cég a fogyasztóknak pénzügyi szolgáltatást nyújtson, azaz fogyasztói hitelt közvetítsen.⁵¹⁵ A fogyasztók azt is többször jelezték, hogy nem szállították vissza őket a rendezvényről, valamint azt, hogy a termék megvásárlását követően a cég „felszívódott”, elérhetetlenné vált. A jogalkotó ezért tartotta szükségesnek a visszaszállításról és meghatározott feltételek fennállása esetén ügyfélszolgálat működtetéséről szóló rendelkezés beiktatását.⁵¹⁶

Erre az időszakra tehetők – az Ákr. előszeleként – a Ket. és hozzá kapcsolódóan az Fgytv., valamint a Pftv. 2016. január 1. napjától hatályba lépett lényeges eljárásjogi változásai, mint például az ügyintézési határidők csökkentése, kilencven napról hatvan napra közműszolgáltatásnál, piacfelügyelet esetén hetven napra, új jogintézmények (sommás eljárás, függő hatályú döntések) bevezetése, belföldi jogsegély gyors intézése érdekében annak kizárólag elektronikus intézése, határidő-hosszabbítás megszűnése, a felfüggesztés esetköreinek csökkentése, a fellebbező indokolási kötelezettségének előírása, illetőleg a másodfok kasszációs jogköreinek csökkentése.⁵¹⁷

⁵¹² 2015. évi CXCV. törvény az árubemutatóval egybekötött termékértékesítés során a fogyasztók védelme érdekében szükséges egyes törvények módosításáról.

⁵¹³ Ld. Kertv. 2. § 28a. pont (hatály: 2015. december 12-től).

⁵¹⁴ Ld. Grt. 12. § (hatály: 2015. december 12-től).

⁵¹⁵ Ld. új Hpt. 265. § (hatály: 2015. december 12-től).

⁵¹⁶ Ld. Kertv. 5/C-5/D. § (hatály: 2016. január 26-tól).

⁵¹⁷ Ld. Ket. 26. §, 29. §, 32-33. §, 71/A. §, 98. §, 104. §, Fgytv. 46. §, Pftv. 17. § (hatály: 2016. január 1-től).

3.3. A változás hozadéka a kormányhivatali munkatársak munkájában

A megfelelő mennyiségű információ begyűjtése érdekében az NFH rengeteg adatszolgáltatást kért a hatósági feladatok tekintetében (ld. pl. jelentések a témavizsgálatokról), amelyek teljesítése kizárólag a kormány megbízotton keresztül történhetett.

Az ügyfelek számára a kormányzati kommunikáció segített a szervezeti változások követésében, a helyszín és az ügyfélszolgálat telefonszáma az esetek többségében megmaradt, így megtalálták a fogyasztóvédelmi hatóságot.

Az EVP mellett hangsúlyossá vált a kormányhivatal összevont ellenőrzési tervében meghatározott ellenőrzések lefolytatása, az azokról való beszámolás. Az EVP tervezett témavizsgálatain kívül ebben a szakaszban is jelentkeztek kiemelt vizsgálatok, mint például a 2015. március 15. és 2016. április 15. között hatályban volt szabályozás szerinti vasárnapi boltzár ellenőrzése.⁵¹⁸

Az ügyfélforgalmi statisztika adataiból megállapítható, hogy a megkeresések nagy százalékát a közüzemi szolgáltatókkal és a jótállással, szavatossággal kapcsolatos problémák tették ki. A közüzemi szolgáltatásoknál növekedés főként az ivóvíz, szemétszállítás területén volt tapasztalható.

4. A központi hivatalok felülvizsgálata és a járási hivatalok megerősítése (2017. január 1. – 2020. február 29.)

4.1. Teljes átalakulás a fogyasztóvédelem szervezetrendszerében (is)

A következő időszak változásait a Kormány által meghirdetett, a 2014 és 2020 közötti időszakra vonatkozó Közigazgatás- és Közszolgáltatás-fejlesztési Stratégia (KKFS) célkitűzési köre, a párhuzamos feladatellátás megszüntetése indokolta.⁵¹⁹ A fogyasztóvédelmi szakterületet a 2017 januárjától életbe lépett változások érintették a legszámottevőbben.

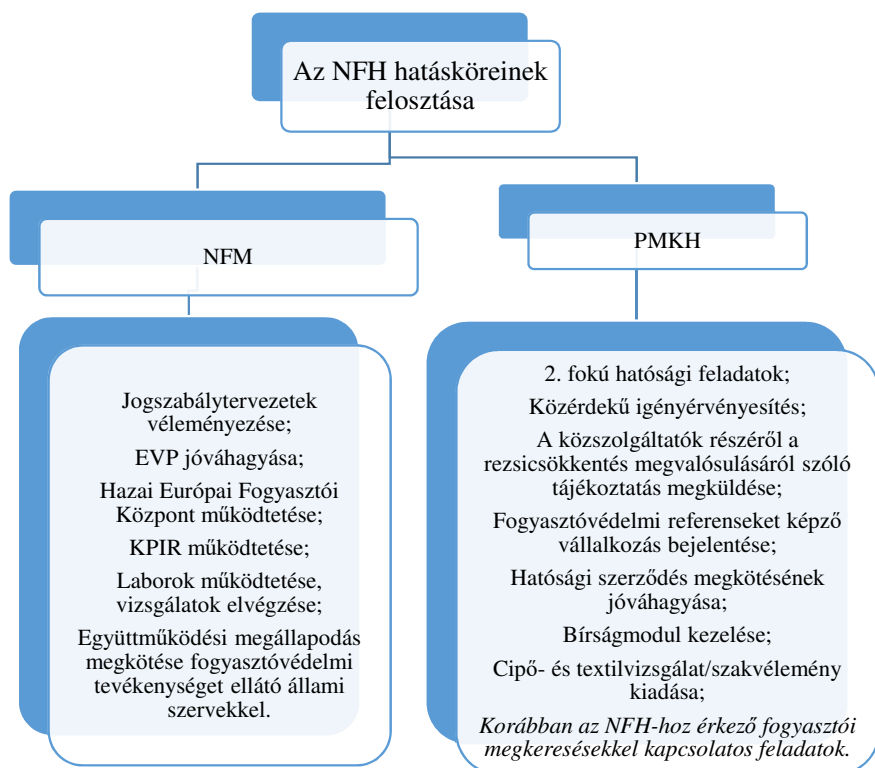
2016. december 31-i hatállyal megszűnt az NFH, amelynek általános jogutódja az NFM lett, meghatározott feladat- és hatáskörök, valamint az azokhoz kapcsolódó jogviszonyok tekintetében – másodfokú hatóságként is – a PMKH volt a jogutód.⁵²⁰ A „humán erőforrás”, az eszközök a két jogutód szervezet között oszlottak meg.

⁵¹⁸ Ld. 2014. évi CII. törvény a kiskereskedelmi szektorban történő vasárnapi munkavégzés tilalmáról.

⁵¹⁹ Ld. az Országgyűlés Hivatalának infojegyzete a Kormány T/11907 számon benyújtott, a központi hivatalok felülvizsgálatával összefüggő törvényjavaslatához (https://www.parlament.hu/documents/10181/595001/Infojegyzet_2016_39_kozponti_hivatalok.pdf/7b2a2815-ae67-43d5-ae93-1c37b921ea9a).

⁵²⁰ Ld. 378/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet egyes központi hivatalok és költségvetési szervi formában működő minisztériumi háttérintézmények felülvizsgálatával összefüggő jogutódlásáról, valamint egyes közfeladatok átvételéről 27. §: „(1) A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (a továbbiakban: NFH) 2016. december 31. napjával az Áht. 11. § (3b) bekezdés b) pontja alapján beolvadásos különválás útján jogutódlással megszűnik. (2) Az NFH általános jogutódja – a (3) bekezdésben foglalt kivétellel – az NFM. (3) A fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet 1. § (4) bekezdésében és 3. § (3) bekezdésében meghatározott feladat- és hatáskörök, valamint az azokhoz kapcsolódó jogviszonyok tekintetében az NFH jogutódja a Pest Megyei Kormányhivatal.”

A szakmai irányítói feladatokat az előző szakaszhoz hasonlóan a fogyasztóvédelemért felelős miniszter látta el, de már az NFH közreműködése nélkül.⁵²¹ A szakmai irányító miniszter fogyasztóvédelmi feladatköréhez kapcsolódóan adhatott utasítást a kormány megbízottak, szakmai irányításhoz kapcsolódó hatáskörét a járási hivatal tekintetében pedig a kormány megbízott útján gyakorolta.⁵²² A főbb hatáskörök megoszlását a 2. ábra mutatja be.



2. ábra: az NFH hatásköreinek felosztása, forrás: saját szerkesztés.

Fontos megfigyelni az összefüggést a szervezeti felépítés kialakítása, a hatáskörök megosztása és a közigazgatási hatósági eljárás alakulása között. Ebben a szakaszban még a kétfokú eljárás volt a jellemző, az elsőfokú döntés elleni fellebbezést – a Ket., majd pedig szigorúbb feltételek mellett az Ákr. 2020. március 1-ig hatályos jogorvoslati rendszerében – az ügyfelek számára biztosítani kellett. Ezt a hatósági jogalkalmazási feladatot a fogyasztóvédelem területén a Kormány nem kívánta a minisztériumi struktúrába beépíteni, mivel a minisztériumok hatósági jogalkalmazási feladata csak kivételes lehet, a jelentősebb ügyekre vonatkozhat. Ebből következik, hogy e másodfokú feladatot területi, jelen esetben

⁵²¹ A szakmai irányító miniszter 2018-tól Dr. Palkovics László akadémikus, az Innovációs és Technológiai Minisztérium – a 2018-ban megalakult negyedik Orbán-kormány egyik újonnan létrehozott minisztériuma – élén.

⁵²² Khtv. 6. § (hatály: 2017. január 1-től).

megyei szintre kellett telepíteni, így az elsőfokú feladatok szükségszerűen járási szintre kerültek.

Az NFM és a PMKH jogutódlásával egyidejűleg általános fogyasztóvédelmi hatóságként a Kormány a járási (fővárosi kerületi) hivatalokat jelölte ki. Ez a változás összhangban van a jó állam koncepciójával, az ügyfélcentrikus közigazgatás elképzelésével, azaz azzal, hogy az ügyintézés kerüljön minél közelebb az állampolgárokhoz. A járási hivatalokat érintő korrekciók elvi keretét 2014-től a Magyary Program helyett a KKFS szolgált, amely elengedhetetlennek tekintette a „következő generációs” járási adminisztráció kialakítását. Ennek volt egyik első lépcsőfoka a 2015-ben végrehajtott belső integráció, aminek célja a belülről osztott (azaz törzshivatalra és szakigazgatási szervek kettősségére épülő) struktúrával működő járási hivatalok egységes hivatali szervezetté kovácsolása.⁵²³

197 járásban jelent meg fogyasztóvédelmi elsőfokú hatósági feladatkör, így tehát a fogyasztók 2017. január 1. napjától az illetékes járási hivatalokhoz fordulhattak. Az összetettebb, speciálisabb szaktudást igénylő ügyekben hatáskörrel a megyeszékhely szerinti járási hivatalok (Pest megyében a PMKH Érdi Járási Hivatala, a fővárosban Budapest Főváros Kormányhivatala V. Kerületi Hivatala) jártak el, megyei illetékességgel.⁵²⁴ Természetesen a megyeszékhely szerinti járási hivatal is rendelkezik hatáskörrel a többi fogyasztóvédelmi ügyben is, azokban azonban járási illetékességgel. A járási hivatalok és a megyeszékhely szerinti járási hivatalok főbb hatásköreit a 3. ábra szemlélteti.⁵²⁵

⁵²³ Barta, 2020.

⁵²⁴ Ld. 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről.

⁵²⁵ A nem megyeszékhely szerinti járási hivatalokat jelen fejezetben, ahogy a hétköznapiakban a fogyasztóvédelmi szakterület is tette, a könnyebb megkülönböztetés érdekében „kis járás” elnevezéssel használjuk.



3. ábra: hatáskörmegosztás a járási hivatalok között, forrás: saját szerkesztés.

4.2. Fogyasztóvédelem fogyasztóvédelmi politika nélkül

2018. december 31-ig még Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikája határozta meg a főbb célokat, feladatokat, 2019-től viszont ebben a szakaszban már nem volt Magyarországnak fogyasztóvédelmi politikája.⁵²⁶ Mivel a következő fogyasztóvédelmi politika előkészülete sem volt tervben, a FEOSZ a Fogyasztóvédelmi Tanács 2018. december 20-i ülése után levelet juttatott el Dr. Palkovics László miniszternek, amelyben a segítséget kérte Magyarország VI. középtávú fogyasztóvédelmi tervének előkészítéséhez.⁵²⁷ Megvalósulása a következő szakaszra datálódik.

A robbanásszerűen növekvő internetes kereskedelem és az ellenőrzési tapasztalatok a konzultatív hatósági szemlélet fenntartása mellett magasabb fogyasztóvédelmi bírságáv bevezetését indokolták. Ennek eredményeként a kis- és középvállalkozásként (Kkv.) működő webáruházak első alkalommal elkövetett jogsértése esetén továbbra sem volt bírság-kiszabás, a vállalkozásnak lehetősége volt a feltárt hibák kijavítására. Az ismételt ellenőrzés során azonban ugyanazon jogsértés elkövetése miatt 200 ezertől 2 millió forintig terjedő

⁵²⁶ Vö. Fgytv. 40. §-ának 2019. évi, Fgytv. 40. § a) pontjának 2023. évi módosítása; Palkovics, 2021, pp. 110.

⁵²⁷ Ld. FEOSZ, 2018.

bírságot szabhatott ki a fogyasztóvédelmi hatóság.⁵²⁸ Az online ellenőrzések továbbra is kiemelt szerepet játszottak mind az EVP-ben, mind a gyakorlatban. A fogyasztóvédelmi hatóság és az NFM Internet Laboratóriuma 2017-ben több mint 800 – az előző évekhez képest ötször több – webáruházat ellenőrzött, főként próbavásárlásokkal.⁵²⁹

Az árubemutatók visszaélések száma a 2015 decemberében elfogadott kapcsolódó törvénymódosítás és a hatékony hatósági eljárások eredményeként 2018-ra a negyedére csökkent.⁵³⁰ A klasszikus árubemutatók szinte teljesen megszűntek, ingyenes egészségfelmérésekben, illetve kozmetikai kezeléseknél öltöttek új formát. Fontos feladat volt a jogszabályi előírások alól kibúvót kereső vállalkozások elleni hatékony fellépés.

Erre a szakaszra esik az eljárásjog teljeskörű változása is, a Ket. helyett 2018. január 1. napján az Ákr. lépett hatályba, amely egyéb eljárásjogi jogintézményen kívül az illetékeségi szabályokban is jelentős változást hozott. Ugyancsak ennek a korszaknak a vívmánya az Eüsztv., amelynek alkalmazása – a kezdeti nehézségek ellenére – hosszútávon sokkal hatékonyabbá, gyorsabbá tette az ügyintézkést.⁵³¹

4.3. Mi történt a gyakorlatban?

Az NFH megszűnése után a kormányzati kommunikáció folyamatosan tájékoztatta a fogyasztókat, hogy immár 197 járásban érhető el a fogyasztóvédelmi hatóság.

4.3.1. Szakmai irányítás NFH nélkül

2016 nyarán már kormányhatározatban jelent meg az NFH megszüntetésének terve.⁵³² Ettől kezdve az NFH-ban foglalkoztatottak körében megindult az elvándorlás. A még megmaradó kollégák az egyre csökkenő létszám miatt, illetve a munkahelyük elvesztése miatti félelemtől már nem tudták megfelelően ellátni a feladatukat. Sokan kívárták, mit hoz a változás számukra, ha pedig ez nem egyezett az elképzeléseikkel, 2017 első pár hónapjában távoztak.⁵³³

A szakmai irányító a kormányhivataloktól még bekérte az EVP-re vonatkozó javaslatokat, azokat részben beépítette, és egyéb vizsgálatok is voltak, amelyek bekerültek az EVP-be, ezek egy részét a kormányhivatalok nem igazán látták indokoltnak (meglátásunk szerint

⁵²⁸ Ld. Fgytv. 47/C. § (1a) bekezdés (hatály: 2017. január 1-től).

⁵²⁹ <https://2015-2019.kormany.hu/hu/nemzeti-fejlesztési-minisztérium/infokommunikacioert-felelos-allamtitkarsag/infokommunikacioert-es-fogyasztovedelemert-felelos-helyettes-allamtitkarsag/hirek/latvanyos-eredmenyt-hoztak-az-e-kereskedelemben-vegzett-fogyasztovedelmi-ellenorzesek>.

⁵³⁰ <https://2015-2019.kormany.hu/hu/nemzeti-fejlesztési-minisztérium/infokommunikacioert-felelos-allamtitkarsag/infokommunikacioert-es-fogyasztovedelemert-felelos-helyettes-allamtitkarsag/hirek/a-hazai-fogyasztovedelem-2018-ban-is-hatekonyan-vedi-a-vasarlok-csaladok-erdekeit>.

⁵³¹ Az Eüsztv. 2024. szeptember 1. napjától hatálytalan; ld. 2023. évi CIII. törvény a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól 116. § (2) bekezdés, 121. §.

⁵³² 1312/2016. (VI. 13.) Korm. határozat a központi hivatalok és a költségvetési szervi formában működő minisztériumi háttérintézmények felülvizsgálatával kapcsolatos intézkedésekről 1. melléklet 10. d) pont.

⁵³³ Ld. pl. nem az NFM-be, hanem a PMKH-hoz kerültek, az NFM-ben nem kaptak vezetői pozíciót, az addigiaktól teljesen eltérő feladatot kaptak, illetve bizonyos, addig járó – nem jogszabályban előírt – juttatásokat nem kaptak meg.

ilyen volt pl. a 2018. évben a lézer pointerek laboratóriumi vizsgálattal egybekötött ellenőrzése). Véleményünk szerint a jelentős számú vizsgálat, valamint a szakmai irányító által meghatározott ellenőrzési számok nem tették lehetővé a kormányhivatalok számára az adott megyében szükségesnek tartott vizsgálatok lefolytatását, holott erre az egyes megyék eltérő adottságai, életviszonyai miatt szükség lett volna.

Bevezetésre került a Digitális Fogyasztóvédelmi Szakrendszer (DF), amely az eredeti elképzelés szerint megkönnyítette volna a hatóságok munkáját az adminisztratív terhek csökkentésével, az eljárásrendek egységesítésével, iratminták, valamint többféle statisztika generálásával. A szakmai irányítás hiányossága megmutatkozott azonban a DF üzemeltetése során is, mivel a működés megkezdésének idejére olyannyira eltérő volt az egyes kormányhivatalokban az eljárás, a szankcionálás, a dokumentumanyag, hogy a minisztérium ennek egységesítését nem tudta kialakítani, ennek központi irányítását, menedzselését nem vállalta fel. A DF-hez a kis járások nem értek hozzá, a szakmai irányító pedig a másodfokú hatóságnak sem adott hozzáférést, feltehetőleg azért, mert tervben volt már a hatósági eljárások egyfokúvá tétele, holott a másodfokú hatóság mind az eljárást, mind a szükséges dokumentumokat kidolgozta. Így tulajdonképpen a rövid használat alatt csak plusz adminisztratív terhet okozott a rendszer használata, az elérni kívánt célra teljességgel alkalmatlan volt.

Eljárásjogi kérdésekben az egyes kormányhivatalok adtak ki iránymutatásokat valamennyi szervezeti egységre vonatkozóan, ezek azonban időnként ellentétesek voltak más kormányhivatal gyakorlatával vagy a szakmai irányító elvárásaival. Ilyen kérdés volt például, hogy van-e kérelem a fogyasztóvédelmi hatósági eljárásban. Az eljárásjogi kérdések egy részével kapcsolatban a másodfokú hatóságnak kellett döntést hoznia, neki azonban nem volt jogosultsága ezen döntések megosztására.

Havonta volt értekezlet a szakmai irányító minisztériumban a fogyasztóvédelmi vezetőknél. Pozitívként értékelhető, hogy ezeken a fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkár személyesen jelent volt, ismerte a vezetőket, hallhatta a problémákat, érdekelte a terület. A másodfokú hatóság képviselője ezeken az értekezleteken igyekezett felhívni az elsőfokú hatósági vezetők figyelmét egyes eljárási problémákra.

4.3.2. A PMKH mint másodfokú hatóság

Fontosnak tartjuk annak bemutatását is, hogy a másodfokú hatóság a gyakorlatban hogyan élte meg ezt az időszakot. A PMKH törekedett minden szükséges feltételt megteremteni a feladat ellátásához. Erre a lelkesedésre szükség is volt, mert a kezdet nagyon sok nehézséggel járt.

Az átdott és ténylegesen jelenlevő kollégák között voltak a fogyasztóvédelem területén rendkívül tapasztaltak, azonban sem első-, sem másodfokú hatósági eljárást nem folytattak még le. A korábban másodfokú feladatokat ellátó átdott kollégák szinte mindegyike pályakezdő, néhányan próbaidejüket töltő munkatárs volt. Öten már az első félévben távoztak a fentebb leírt okok valamelyike miatt. A kormányhivatal – folyamatos pályázati kiírás, más szervezeti egységekből való átcsoportosítás segítségével – év végéig megteremtette a humánpolitikai feltételeket.

Nehéz volt az elsőfokú hatóságokkal is elfogadtatni azt, hogy egy korábban velük egy-szintű megye lett a „kiválasztott”, ennek egyes elsőfokú kollégák időnként hangot is adtak egy-egy nekik nem tetsző döntésnél.

Idővel, az Ákr. és az Eüsztv. hatálybalépésével együtt járó kihívások után, érzékelhetővé vált, hogy nagy valószínűséggel a fogyasztóvédelem területén is egyfokúvá válik a hatósági eljárás.

Mindezen nehézségek és a rövid élettartam ellenére a másodfokú hatóság eredményes-nek érezte tevékenységét, amelyet az alábbiakban szeretnénk bemutatni.

2017-ben és 2018-ban az egységes eljáráshoz járult hozzá több megsemmisítő és új eljárásra utasító másodfokú döntés, amely azért született, mert a kérelmező ügyfél nem vehetett részt az elsőfokú eljárásban, mivel azt hivatalból indították, megfosztva ezzel ügyféli jogaitól a fogyasztót. Jellemző hiányosság volt az elsőfokú hatóságok egy részénél, hogy a tényállás nem volt teljeskörűen tisztázott, így az ügyek mintegy 25%-ában volt szükség a bizonyítási eljárás újbóli lefolytatására. A másodfokú döntések közel fele helybenhagyó döntés volt. Ugyanakkor a rendelkező részt helybenhagyó döntések jelentős részénél is szükség volt az indokolási rész megváltoztatására, pontosítására, kiegészítésére.⁵³⁴

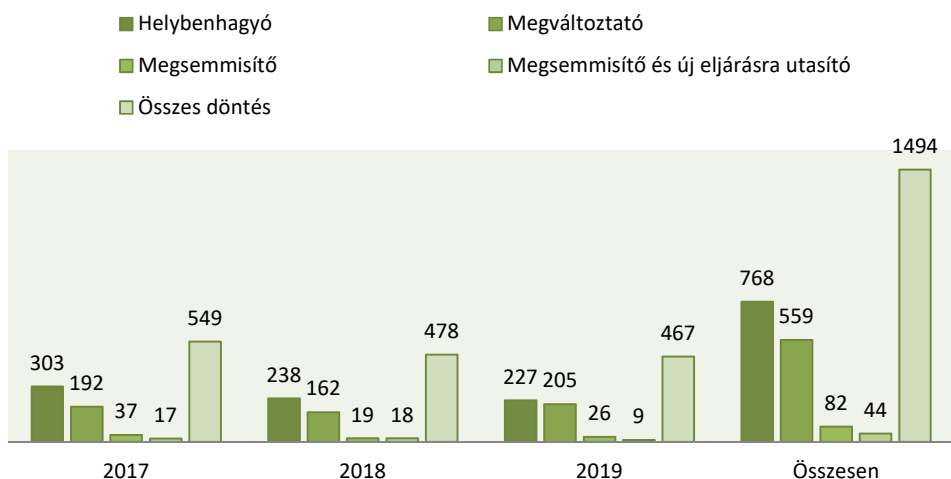
2018. január 1. napjától a másodfokú hatóságra több végzés meghozatala hárult az Ákr. hatálybalépésével, például az elkésett fellebbezésekről már nem az elsőfokú, hanem a másodfokú hatóságnak kellett döntést hoznia, visszautasító végzést kellett hozni, ha az elektronikus kapcsolattartásra kötelezett gazdálkodó szervezet nem a megfelelő módon nyújtotta be a fellebbezését.⁵³⁵ A 4. ábra az Ákr. 119. § (5) bekezdése, valamint 123. § (1) bekezdés g) pontja alapján meghozott másodfokú döntések megoszlását mutatja be.⁵³⁶ Az 5. ábrán pedig a fellebbezések témakörök szerinti százalékos aránya látható. A három év alatt a témakörök százalékos arányait tekintve – egy kivételével – nem volt kiugró eltérés az egyes ügyköröknél. Kiemelendő azonban a légiutas tárgyban benyújtott fellebbezések számának folyamatos emelkedése: 2017-ben 5 db, 2018-ban 11 db, 2019-ben 48 db volt.

⁵³⁴ Az adatok forrása: a PMKH Fogyasztóvédelmi Főosztályának statisztikai adatai.

⁵³⁵ Ez okozza az alábbi ábrán a 2018-as évnél a 41 db hiányzó döntést az összes döntéshez képes.

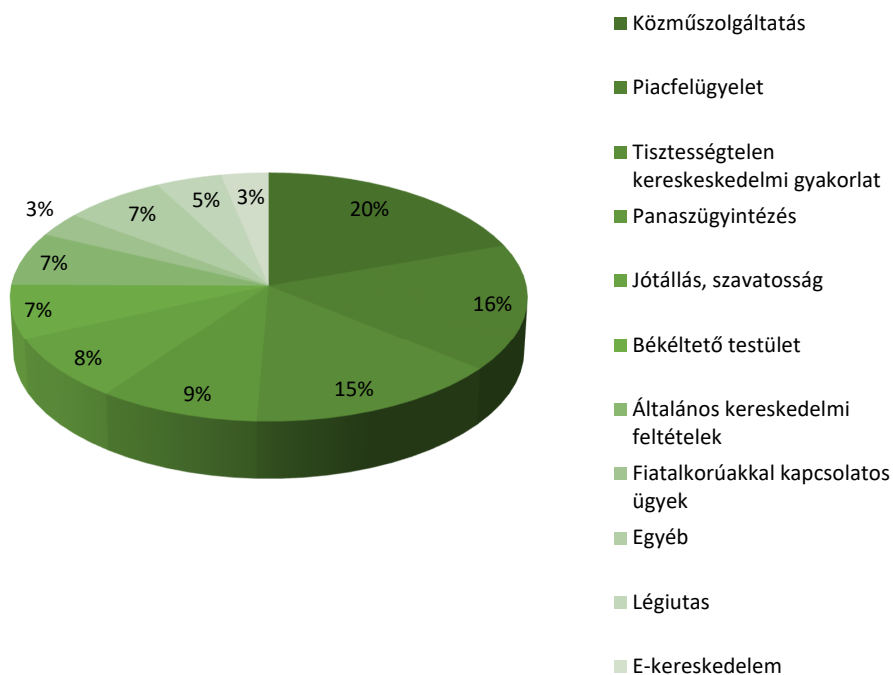
⁵³⁶ Ákr. 119. § (5) bekezdés: „(5) A másodfokú hatóság a döntést helybenhagyja, a fellebbezésben hivatkozott érdeksérelem miatt, vagy jogszabálysértés esetén azt megváltoztatja vagy megsemmisíti.”; 123. § (1) bekezdés g) pont: „(1) Az e fejezetben szabályozott eljárások során a döntést meg kell semmisíteni, illetve vissza kell vonni, és szükség esetén új eljárást kell lefolytatni, ha [...] g) az eljárásba további ügyfél bevonásának lett volna helye”.

Másodfokú döntések 2017-2019 között



4. ábra: másodfokú döntések megoszlása, forrás: a PMKH Fogyasztóvédelmi Főosztályának nyilvántartása, saját szerkesztés.

Témakörök szerinti megoszlás 2017-2019



5. ábra: a beérkezett fellebbezések témakörök szerint, forrás: a PMKH Fogyasztóvédelmi Főosztályának nyilvántartása, saját szerkesztés.

A fenti adatokon kívül szükségesnek tartjuk megemlíteni ennek a szakasznak egy nagy horderejű kúriai döntését is. A másodfokú hatóságot több pervesztesség sem tántorította el a kiszolgáltatott rétegekért folytatott küzdelemben, amelyet végül siker koronázott. Bár a Kúria döntése áthúzódott a következő szakaszra, ennek a szakasznak az eredménye, így ismertetése itt indokolt.

Az árubemutatókra vonatkozó szabályozás 2015. évi módosítása óta a fogyasztóvédelmi hatóság számára folyamatosan kihívást jelentett az egészségügyi állapotfelmérésekhez kapcsolódó termékértékesítések árubemutatóval egybekötött termékértékesítésnek történő minősítése. Az árubemutatóval egybekötött termékértékesítésre vonatkozó szabályok következetes, a jogalkotó céljával is összefüggésben történő értelmezése alapján kialakított fogyasztóvédelmi hatósági álláspontot vitató vállalkozások a 2015. évet követően – a célzott fogyasztóvédelmi ellenőrzések miatt ugyan csökkenő számban, ugyanakkor – sokkal változatosabb, kifinomultabb eszközökkel és magatartási formákkal igyekeztek megvalósítani az árubemutatóval egybekötött termékértékesítéseket. A fogyasztóvédelmi hatóság az árubemutatóval egybekötött termékértékesítés jellemzőit mutató kereskedelmi tevékenységek ellenőrzése során következetesen törekedett és törekszik arra, hogy a vállalkozások által alkalmazott „kibúvók” ellen a jogszabályi rendelkezések átfogó értelmezésén alapuló jogi álláspontja kifejezésével hatékonyan lépjen fel. A hatósági eljárásoknál az árubemutatóval egybekötött termékértékesítés fogalmába történő beillesztés során a problémát – többek között – az egészségügyi állapotfelmérések *rendezvényként történő minősítése*, a kereskedelmi tevékenység *rendezvény alkalmával* történő folytatása, valamint az jelentette, hogy az adott vállalkozás által forgalmazott *termék bemutatása* az egészségügyi állapotfelmérés, illetve szűrővizsgálat során megtörtént-e. További nehézséget jelentett annak a kérdésnek a tisztázása, hogy az egészségügyi állapotfelmérésekről kapott – orvosi diagnózisnak ténylegesen nem minősülő – „leletek” alapján a fogyasztó vásárlási szándékának befolyásolása, és így tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat folytatása megállapítható-e.

A Kúria 2020. május 13. napján meghozott Kfv.III.37.925/2019/7. számú ítélete valamennyi fent jelzett kérdésre választ, valamint – az egységes jogértelmezést és így a fogyasztóvédelmi hatóság gyakorlatát is segítő módon – az irányadó jogszabályok helyes értelmezésére iránymutatást adott. A konkrét döntés elvi tartalma szerint:

- ahhoz, hogy adott tevékenység árubemutatóval egybekötött termékértékesítésnek minősüljön, nem feltétele a fogyasztó által megvásárolt áru felmutatása, és az sem szükséges, hogy a termékértékesítési tevékenység valamennyi mozzanata magán a rendezvényen történjen meg;

- az árubemutatóval egybekötött termékértékesítési célú rendezvényt követően kötött szerződés üzlethelyiségen kívül kötött szerződésnek minősül akkor is, ha arra telefonon kerül sor;

- megteveszti a fogyasztót az olyan kereskedelmi gyakorlat, amely orvosi diagnózis látszatát keltő leletet állít ki, valamint olyan készítmény megvásárlására tesz javaslatot, amelyet a fogyasztó – az általa szedett gyógyszerre (jelen esetben vérhígítóra) figyelemmel – nem alkalmazhat.

4.3.3. A kevesebb munka lehet több is?

A kormányhivatalok fogyasztóvédelmi szakemberei azzal a törekvéssel, hogy az állampolgárokhoz kerüljön közelebb az ügyintézés, egyetértettek. Azonban vannak olyan területek – ezek közé tartozik a fogyasztóvédelem is –, ahol nem jellemző az ügyfelek mindennapos ügyintézése, kérelmüket az ország összes kormányablakában benyújthatják. Másrészt a fogyasztóvédelmi hatóság jellemző tevékenysége a hatósági ellenőrzés, ahol pedig kifejezetten hátrányos, ha az adott járásban élő kollégák járnak ellenőrizni azokba a kereskedelmi egységekbe, ahol napi szinten vásárolnak. A jogalkotó ezt a szempontot is figyelembe vette a feladat 2020. március 1-jei megyei (fővárosi) szintre történő visszatelepítésével.

A fogyasztóvédelmi feladatok járási szintre történő szervezése során a korábban megyei (fővárosi) szinten működő szervezeti egységeknek státuszt kellett átadniuk az ún. „kis járások” részére, így a megyeszékhely szerinti járások fogyasztóvédelmi szervezeti egységei kevesebb fővel látták el feladatukat, mint az előző ciklusban a megyénél. A kisjárási kollégáknak a képzését szintén a megyeszékhely szerinti járási hivataloknál működő szervezeti egységek kapták feladatul, amelynek során képzési anyagokat, iratmintákat biztosítottak, és felkészítő oktatást, közös ellenőrzést, helyenként szakmai napot szerveztek az „új” kollégáknak.

5. 2020. március 1. napjától napjainkig

5.1. Vissza a megyéhez

Három év elteltével ismét jött egy jelentős változás; egyfajta visszarendeződés is megfigyelhető volt, a járási szintről visszakerültek a feladatok megyei szintre. A Kormány általános fogyasztóvédelmi hatóságként a kormányhivatalt jelölte ki.⁵³⁷ Amint az előző szakaszban, úgy ebben is összefügg a szervezeti változás a hatósági eljárás változásával. A feladatok megyei szintre való visszatelepítését a hatósági eljárás egyfokúvá válása tette lehetővé. Ezt a visszarendeződést a fogyasztóvédelmi szakterület örömmel üdvözölte, mivel a korábbi szakaszban levő szétagoltság szakmai szempontból nem volt szerencsés, nem hozta meg a kormányzat által várt eredményt. A 2020. március 1-jével bekövetkezett szervezeti átalakítást ugyanakkor megnehezítette, hogy az egybeesett a Covid19-koronavírus-járvány magyarországi betörésével.⁵³⁸

A közigazgatási hatósági eljárás a szakterületek nagy részénél – így a fogyasztóvédelem területén is – egyfokúvá vált, a másodfok megszűnt. A fellebbezés, mint a korábbi rendes jogorvoslat, kivételes jogvédelmi eszközzé vált. A jogorvoslati rendszer változásához kapcsolódó új rendelkezéseket a 2020. március 1. napját követően indult és a megismételt eljárásokban kellett alkalmazni.⁵³⁹

⁵³⁷ Ld. 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről 2. §.

⁵³⁸ A 2020-as Covid19-koronavírus-járvány magyarországi első regisztrált esetét március 4-én jelentette be Orbán Viktor miniszterelnök, mint a Koronavírus-járvány Elleni Védekezésért Felelős Operatív Törzs irányítója, az első elhunyt beteget pedig március 15-én jelentették; március 18-án Müller Cecília országos tisztifőorvos, epidemiológiai szakember már arról adott tájékoztatást, hogy Magyarországon bárhol jelen lehet a fertőző vírus.

⁵³⁹ Ld. Ákr. 143. § (2a) bekezdés (hatály: 2020. január 1.).

A szakmai irányítás jogosultságaiban, kötelezettségeiben lényegi változás nem következett be. A szakmai irányító minisztérium viszont ebben a szakaszban kétszer is változott a kormányátalakításokat követően, 2022. május 25. napjától az ITM-ből az IM-be, majd 2024. augusztus 1. napjától az NGM-be került a fogyasztóvédelem.⁵⁴⁰

5.2. A soron kívüli ellenőrzések és a szigorítások korszaka

Az életviszonyok változása ekkor befolyásolta leginkább a fogyasztóvédelmet, és ebben az időszakban mutatkozott meg a legerősebben, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság a Kormány igen jelentős területi szerve.

Így 2020 és 2021 folyamán több kiemelt ellenőrzés is folyt a Covid-járvánnyal kapcsolatban. Itt kell megemlíteni a maszkok piacfelügyeleti ellenőrzését, és a vámriasztásokat, amelyek a maszkok megfelelőségének vizsgálatára irányultak. Szintén fontos volt a kézfertőtlenítők vizsgálata abból a szempontból, hogy a termékeken feltüntetett gombaölő, baktériumölő és bakteriosztatikus hatású fertőtlenítőszerrel rendelkező csomagoláson feltüntetett tulajdonságokkal. A PCR teszt hatósági ára ellenőrzésének célja pedig az volt, hogy a vállalkozások a Kormány által meghatározott hatósági áron (19 500 Ft) biztosítsák-e a szolgáltatást, és erről megfelelően tájékoztatják-e a fogyasztókat. Mindemellett a kormányhivatalok az esetleges további szükséges szabályozás bevezetése érdekében a Kormány számára adatokat gyűjtöttek az egyes üzletekben tapasztaltakról.

Még le sem zárultak ezek az ellenőrzések, amikor 2022 februárjában kitört a háború Ukrajnában, és a háborús infláció miatt a Kormány bevezette a hatósági árakat az alapvető élelmiszereknél, majd következtek a kötelező akciók és az árfigyelő megfelelő alkalmazásának ellenőrzése.⁵⁴¹

Ezen előre nem tervezett események miatt elrendelt ellenőrzések mellett folyt az EVP-ben tervezett munka. Kiemelkedő jelentőségű volt a minőségi kifogásokkal, jótállással, szavatossággal kapcsolatos új szabályok bevezetése 2021. január 1-jétől, és ezek megfelelő alkalmazásának ellenőrzése. Pozitív változás volt, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság hatásköre jelentősen bővült ezen a területen.⁵⁴² 2024-ben a fogyasztókat érintő további jelentős változás volt a jótállási idő egy évről két évre történő emelése, valamint a kötelező jótállás

⁵⁴⁰ Ld. 182/2022. (V. 24.) Korm. rendelet a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről 119. § 6. pont, 127. § (1)–(2) bekezdés (hatály: 2022. május 25.), majd 103. § (1) bekezdés 20. pont, 111/D. §, 111/K. § (1)–(2) bekezdés (hatály: 2024. augusztus 1.).

⁵⁴¹ Ld. 6/2022. (I. 14.) Korm. rendelet az árak megállapításáról szóló 1990. évi LXXXVII. törvény veszélyhelyzet ideje alatt történő eltérő alkalmazásáról, 162/2023. (V. 5.) Korm. rendelet a háborús élelmiszerár-infláció csökkentése érdekében szükséges intézkedésekről, 163/2023. (V. 8.) Korm. rendelet az árfigyelő rendszer létrehozásáról és működéséről.

⁵⁴² Az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendeletet módosította a 270/2020. (VI. 12.) Korm. rendelet; a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól szóló 19/2014. (IV. 29.) NGM rendeletet módosította a 18/2020. (VI. 12.) ITM rendelet; az új szabályokat a 2021. január 1. napjától értékesített termékekre kellett alkalmazni.

alá tartozó tartós fogyasztási cikkek körének bővülése, és miniszteri rendeleti szinten történő szabályozása.⁵⁴³

A fogyasztók kollektív érdekeinek védelmére irányuló képviseleti kereset bevezetése 2023. június 25. napjától szintén nagy lehetőség a fogyasztói érdekek védelmében. Feljogosított szervezetként ezt a hatáskört két fogyasztóvédelmi hatóság kapta meg, a BFKH és a PVKH.⁵⁴⁴

A 2022. év nyarán megszületett a Kormány új fogyasztóvédelmi politikája.⁵⁴⁵ Ellentétben az eddigiekkel, a Kormány nem határozott meg az egyes célok megvalósítására konkrét határidőt, az „folyamatos”.⁵⁴⁶ Kiemeli a digitalizáció, a technikai fejlődés és a piaci változások által támasztott kihívásokat és ezekre is figyelemmel határoz meg célokat,⁵⁴⁷ például, összhangban az Alaptörvény XVI. cikkével hangsúlyozza a gyermekek megfelelő testi, szellemi és erkölcsi fejlődéshez való jogát.⁵⁴⁸ Erre tekintettel a Kormány 2024. május 8. napján történt hatálybalépéssel tovább szigorította a 2021. szeptember 5-től szigorított jogszabályt.⁵⁴⁹ Ezeknek a rendelkezéseknek a betartatása is nagyfokú figyelmet követelt a kormányhivataloktól.

⁵⁴³ Ld. 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet 2024. május 8. napjától és 2024. július 1. napjától hatályos, vonatkozó szövegét, 1. § (1) bekezdés, 2. § (1) bekezdés a) pont [vö. uo. b) pont]; 10/2024. (VI. 28.) IM rendelet a kötelező jótállás alá tartozó tartós fogyasztási cikkek körének meghatározásáról.

⁵⁴⁴ Ld. Fgytv. 38-38/G. §, 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről 3. § (3) bekezdés a) pont, (3a) bekezdés a) pont.

⁵⁴⁵ Ld. 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat a fogyasztóvédelmi politikáról.

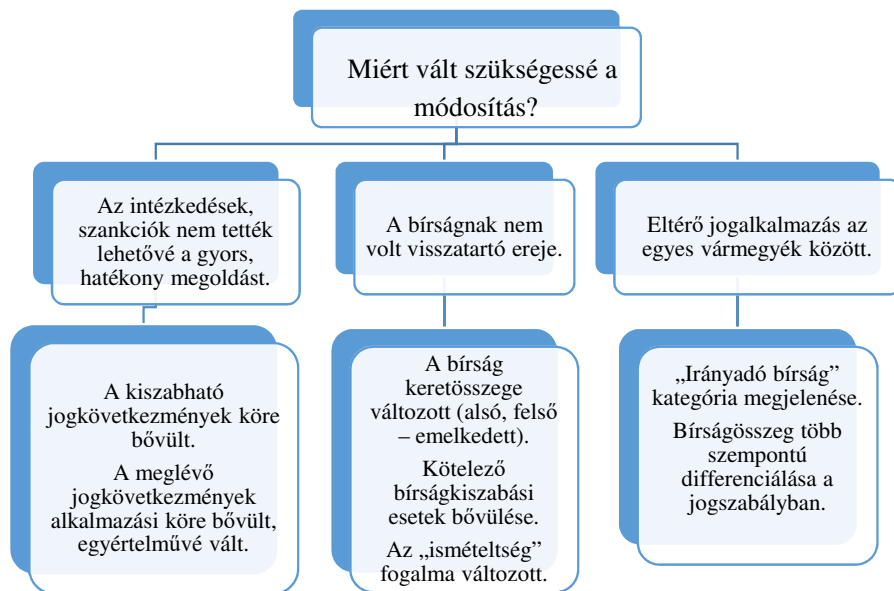
⁵⁴⁶ Ld. 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat a fogyasztóvédelmi politikáról 3. pont.

⁵⁴⁷ Ld. 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat a fogyasztóvédelmi politikáról 1-2. pont.

⁵⁴⁸ Ld. 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat a fogyasztóvédelmi politikáról 2. c) pont.

⁵⁴⁹ Ld. 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről 20/A. §: „(1) Azt a gyermekeknek szóló terméket, amelynek meghatározó eleme a születési nemnek megfelelő önazonosságtól való eltérésnek, a nem megváltoztatásának vagy a homoszexualitásnak a megjelenítése vagy népszerűsítése vagy a szexualitás közvetlen, naturális vagy öncélú ábrázolása, kirakatban elhelyezni, közszemlére tenni tilos. (2) Az olyan terméket, amelynek kialakítása, külseje vagy csomagolása jól látható módon a születési nemnek megfelelő önazonosságtól való eltérést, a nem megváltoztatását vagy a homoszexualitást jeleníti meg vagy a szexualitást közvetlenül, naturálisan vagy öncélúan ábrázolja, kirakatban elhelyezni, közszemlére tenni tilos. (3) Nevelési-oktatási, gyermek- és ifjúságvédelmi intézmény, valamint templom és vallásgyakorlásra rendelt más hely bármely bejáratától számított 200 méteres közúti (közterületi) távolságon belül nem forgalmazható olyan termék, amelynek meghatározó eleme a születési nemnek megfelelő önazonosságtól való eltérésnek, a nem megváltoztatásának vagy a homoszexualitásnak a népszerűsítése vagy a szexualitás öncélú ábrázolása, megjelenítése. (4) A gyermekeknek szóló olyan termék, amelynek meghatározó eleme a születési nemnek megfelelő önazonosságtól való eltérésnek, a nem megváltoztatásának vagy a homoszexualitásnak a megjelenítése vagy népszerűsítése vagy a szexualitás közvetlen, naturális vagy öncélú ábrázolása, a többi, gyermekeknek szóló terméktől elkülönítve, zárt csomagolásban forgalmazható. (5) Könyv forgalmazása esetén a kiadó köteles tájékoztatni a kereskedőt arról, ha a könyv meghatározó eleme a születési nemnek megfelelő önazonosságtól való eltérésnek, a nem megváltoztatásának vagy a homoszexualitásnak a megjelenítése vagy népszerűsítése vagy a szexualitás közvetlen, naturális vagy öncélú ábrázolása. Ez a szabály nem érinti a kereskedőnek a kiadóval szemben érvényesíthető visszereseti igényét. (6) A kereskedő a fogyasztóvédelmi hatóság vagy a fogyasztó erre irányuló kifejezett kérése esetén köteles biztosítani a (4) bekezdés értelmében zárt csomagolásban forgalmazott termék zárt csomagolás nélküli megvizsgálásának lehetőségét.”

Még az IM égisze alatt született meg az intézkedések és szankciók új rendszere a fogyasztóvédelemben. A módosítás lényegét a 6. ábra mutatja be. Érdekes megfigyelni a vállalkozások ösztönzésének változásait 2011 és 2024 között, egészen a „nem inzultálunk, hanem konzultálunk” törekvéstől a többszörösére növelt fogyasztóvédelmi bírsághatárokig.



6. ábra: intézkedések és szankciók változása a fogyasztóvédelemben,
forrás: saját szerkesztés.

5.3. A jelenlegi szakasz eddigi tapasztalatai és a 2024–2025. évi változások

5.3.1. Hol legyen a fogyasztóvédelem szakmai irányítása?

A fogyasztóvédelem ebben a szakaszban is „folyamatosan” gazdát cserélt. Nagy várakozás előzte meg az IM irányítását, a kormányhivatalok a szakmaiság növekedését várták. Jó indítás volt az IM részéről, hogy összegyűjtötték a kormányhivatalok kérdéseit, amelyek nagy részére válasz is érkezett, valamint jogszabálmódosításra vonatkozó javaslatait, amelyekből néhány megvalósult.

A Covid-pandémia hozadékaként ebben a szakaszban a témavizsgálati értekezletek online verziója megmaradt, ezzel a kormányhivatalok utazással járó költségeket és sok időt takarítottak meg. Pozitívumként élték meg a hatóságok azt is, hogy visszatért az irányításba néhány régi NFH-s szakember, akik vezetőként nagy odaadással láttak neki a munkának. Ugyanakkor bizonyos fluktuációs problémák okozhatták, hogy a szakmai irányítás során a feltett kérdésekre csak esetenként kaptunk írásos választ, olykor semmilyen módon nem érkezett iránymutatás. Azt azért hozzá kell fűzni, hogy amennyiben érkeztek szakmai iránymutatások, akkor azok nagy része színvonalas anyag volt mind a szolgáltatás-ellenőrzés, mind pedig a piacfelügyelet területéről. Kiemelendő a piacfelügyeleti szakterület, ahol

mintegy két éve pozitív fordulat következett be, partnernek tekintik a kormányhivatalokat, velük közösen gondolkodnak a problémák megoldásán.

5.3.2. Milyen az élet másodfok nélkül?

A másodfok megszűnését, a hatósági eljárás egyfokúvá válását a kormányhivatalok különböző módon élték meg. Van olyan kormányhivatal, ahol maga a fogyasztóvédelmi szervezeti egység kezeli a beérkezett keresetleveleket és látja el a törvényszéken a perképviselést. Ezen kormányhivatal fogyasztóvédelmi szakterületének pozitív tapasztalatai vannak a jogorvoslati változással kapcsolatban. Szakmai szempontból kihívás volt számukra a peres ügyekre felkészülés, és a perképviselés. 2020. március 1-je óta minden pert megnyertek, a bírósági tárgyalásokon szerzett tapasztalatokat jól hasznosítják hatósági eljárásaik során.

Más kormányhivatalok esetében csak a védíratok előkészítése maradt a fogyasztóvédelmi szervezeti egységnél, a törvényszék előtt pedig a perképviselési szervezeti egység jár el. A másodfok megszűnésével a döntések szakmai felügyelete lényegében megszűnt. Az ügyfelek – elsősorban a fogyasztók – zöme nem fordul bírósághoz jogorvoslatért, a perköltség és a keresetlevél elkészítésének, benyújtásának számukra bonyolult volta miatt. A bíró kizárólag jogszerűséget vizsgál, a szakmai szempontokat nem veszi figyelembe.

5.3.3. A kettős irányítás velejárói

A megyei szintre való visszakerülésnek minden fogyasztóvédelmi hatóság örült. A PMKH nagyon jó helyzetbe került, mivel a volt elsőfokú és másodfokú kollégákból egy az ellátandó feladatokhoz megfelelő létszámú szervezeti egységet sikerült felállítani.

A szakmai irányító – mint a korábbi években is – minden évben kiadta az EVP-t, amelyben a tervezett témavizsgálatok felsorolása, valamint a vizsgálatok időtartama szerepel. Az egyes (vár)megyék és a főváros által teljesítendő vizsgálati irányszámok azonban csak a témavizsgálatok kezdete előtt derülnek ki, a szakmai irányító által összeállított útmutatókból.

A PVKH-t illetően az alábbiakat emeljük ki. Az IM által 2023-ra kiadott EVP-ben, valamint az év folyamán kiadott rendkívüli témavizsgálatokban elrendelt ellenőrzések száma összesen 1712 db volt. Az előző három év átlagát tekintve (2020, 2021, 2022 – 1270 db, 1258 db, 1248 db) – amely már a 2019. évhez képest is 40 %-os növekedést jelentett – 2023-ban további 74 %-kal több ellenőrzést kellett elvégezni. A különböző ellenőrzésekről az IM részére 117 db napi jelentést, 147 db heti jelentést, 11 db rész- és 26 db összefoglaló jelentést kellett megküldeni. Ez mindösszesen 301 db jelentés. A vizsgálatok és jelentések magas száma miatt az ellenőrzések megszervezése, az ellenőrzéseket követő hatósági eljárások határidőben történő megindítása, valamint lezárása, a jelentések határidőre történő megküldése a szakmai irányítóhoz, illetőleg a benyújtott keresetlevelekre a védíratok elkészítése pontos munkaszervezést kívánt meg. Szükséges megemlíteni, hogy emellett több mint kétezer fogyasztói beadványt (kérelmet, közérdekű bejelentést, tájékoztatáskérést) kezelt a szakterület – ez a szám nem tartalmazza azt a több száz tájékoztatást kérő e-mailt, amelyek csak néhány mondatos választ igényeltek, valamint a háromezeröttszáz fogyasztói telefonhívást.

Természetesen a többi kormányhivatal ugyanilyen, illetve hasonló nehézségekkel küzdött, azonban plusz forrásokat nem kaptak, így nyilván nem volt lehetőség a kormányhivatali kollégák anyagi ösztönzésére, elismerésére sem.

Ezzel egyidejűleg a 2020. évtől, különösen a 2022. és a 2023. évben az inflációnövekedéssel párhuzamosan a kormányhivatalok jelentősen korlátozták a gépjárművel megtehető távolságokat, így hiába rendelte el a szakmai irányító az egyes témavizsgálati ellenőrzési darabszámokat, több (vár)megyénél azok nem, vagy korlátozottan voltak kivitelezhetőek. Egyes kormányhivataloknál elavult gépkocsival, egyre romló körülmények között dolgoznak a munkatársak, az ügyfélfogadás nem akadálymentesített, számítógéppel sem rendelkezik a munkaállomás.⁵⁵⁰

5.3.4. A 2024–2025. évi változások

2024. január 1. napjával a Miniszterelnökségből kivált a kormányhivatalok irányításáért felelős KTM, továbbá 2024. augusztus 1. napjával a fogyasztóvédelem szakterületét átvette az NGM, és a Magyar Közlöny 2024. november 14. napján megjelent (2024. évi 114.) számában több jogszabály is meghatározza e szakterületen végbemenő jelentős változásokat.⁵⁵¹

A legjelentősebb változás, hogy 2025. január 1. napján létrejött a központi hivatalként működő NKFH.⁵⁵² A fogyasztóvédelem szervezeti felépítése ezzel hasonlóságot mutat a 2015. április 1. és 2016. december 31. közötti időszak szervezeti felépítésével. A szakmai irányítói feladatok megoszlanak az NGM és az NKFH között.⁵⁵³ Ez szintén emlékeztet egy még korábbi időszakra, amely a kereskedelem és a fogyasztóvédelem „házasodását” jelentette.⁵⁵⁴

Amint azt az NGM a 2024. november 26. napján tartott, a fogyasztóvédelmi hatóság 2025. évi ellenőrzési terveiről, valamint az NKFH létrehozásáról szóló sajtótájékoztatóján is bemutatta, az NKFH több területnek (kereskedelem, fogyasztóvédelem, laboratóriumok) a Nemzetgazdasági Minisztériumból történő kiválásával jött létre 2025. január 1-jén,

⁵⁵⁰ Vö. 6. rész.

⁵⁵¹ Ld. egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról szóló 2024. évi L. törvény; a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságról szóló 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendeletek módosításáról szóló 328/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; az árfigyelő rendszer létrehozásáról és működéséről szóló 163/2023. (V. 8.) Korm. rendeletnek és az élelmi-szer-infláció csökkentése érdekében szükséges intézkedésekről szóló 1/2024. (I. 9.) Korm. rendeletnek a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő módosításáról szóló 329/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet.

⁵⁵² Ld. 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet.

⁵⁵³ Ld. 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet 6-7. §, 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet 6. § (1)–(2) bekezdés.

⁵⁵⁴ Ld. a kereskedelmi és piacfelügyelőségekről szóló 61/1988. (VII. 22.) MT rendelet, amely 1988. augusztus 1. napjával létrehozta az Országos Kereskedelmi és Piaci Főfelügyelőséget.

amelyhez társultak még a Nébih-ből kiváló, a fogyasztóvédelem profiljába illeszkedő területek.⁵⁵⁵ Mind az NGM-től, mind a Nébih-től átkerülő feladat- és hatáskörök tekintetében az NKFH lett a jogutód január 1-jétől.⁵⁵⁶

Álláspontunk szerint egy központi hivatal ismételt beiktatása a fogyasztóvédelmi szervezetrendszerbe mindenképpen segítheti szakmai szempontból a kormányhivatalokat a szakszerűbb, hatékonyabb, egységesebb végrehajtásban, amelyet egy minisztérium – a fogyasztóvédelem szerteágazó, operatívabb irányítást igénylő jellegét és a minisztériumok céljait, rendeltetését figyelembevéve – nehezebben tud megvalósítani.

A kereskedelem és a fogyasztóvédelem tárgyi összehangolása, egységes irányítása is szerencsés lehet a jövőben, hiszen a két terület nem választható szét teljesen, mondhatni, egyik nincs a másik nélkül, fontos mindkét oldal szempontjainak megfelelő figyelembevétele, ekként történő együttműködésük lehet a garanciája a hatékony működésnek.

A Nébih-től az NKFH-hoz átkerülő hatáskörök a kormányhivatalok fogyasztóvédelmi szakterületének feladatait nem befolyásolják, az élelmiszer-kereskedelemhez kapcsolódó feladatok továbbra is a kormányhivatalok élelmiszerlánc-biztonsági szakterületénél maradnak, azonban ezeknél a feladatoknál a szakmai irányítást a továbbiakban a Nébih helyett az NKFH látja el. Ennek pozitívumait vagy a két szakmai irányító miatti esetleges nehézségeit a gyakorlat fogja megmutatni.

A szervezetrendszer változásával a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló szabályozás is változott, a 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendeletet 2025. január 1-jétől felváltotta a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet.

Fogyasztóvédelmi hatósággént a Kormány – a pénzügyi közvetítőrendszer felügyeletével kapcsolatos ügyek kivételével – közigazgatási hatósági ügyekben a fogyasztóvédelmért felelős minisztert, az NKFH-t, a fővárosi és vármegyei kormányhivatalt, Budapest Főváros Kormányhivatalát, valamint a Pest Vármegyei Kormányhivatalt jelölte ki.⁵⁵⁷

Változás az előző szabályozáshoz képest a hierarchiához igazodó felsorolás, az NKFH beiktatása, a BFKH – PVKH-hoz hasonló – kiemelt szerepéhez igazodó külön említése. Ahogy a PVKH-nak, ugyanúgy a BFKH-nak is voltak eddig is olyan hatáskörei, amelyekkel más kormányhivatal nem rendelkezett, mégsem szerepelt a fogyasztóvédelmi hatóságok között külön kiemelve.⁵⁵⁸ A hivatásos katasztrófavédelmi szerv központi szerve már 2024. október 1. napjától nem szerepelt a jogszabályi felsorolásban.⁵⁵⁹

A kormányhivatalok fogyasztóvédelmi hatásköre lényegében nem változott az NKFH létrejöttével, a 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet 5. §-a hozott annyi változást, hogy a PVKH-tól a kormányhivatalok által megkötendő hatósági szerződések érvényességéhez való hozzájárulás az NKFH-hoz, a jogorvoslat során hozott és a közzétett döntés érdemében változást eredményező bírósági határozat Fgytv. szerinti közzétételével kapcsolatos feladatok a megtámadott döntést hozó szervhez kerültek. Mindkét módosítás szükségzerű.

⁵⁵⁵ Ld. 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet; sajtótájékoztatóról szóló ismertető (<https://www.facebook.com/fogyasztovedelem2021/posts/pfbid0zpzHSNqpVvGHsWSHan3TJsfsLad-LhW2xKv2xHBFwvb87J5Rva2kuio7A654dfskYl>).

⁵⁵⁶ Ld. 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet 8-9. §; a 328/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet.

⁵⁵⁷ Ld. 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet 1. §.

⁵⁵⁸ Vö. 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet 1. § a), c), e) pont, 3. § (3)–(3a) bekezdés.

⁵⁵⁹ Ld. 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet 1. § b) pont.

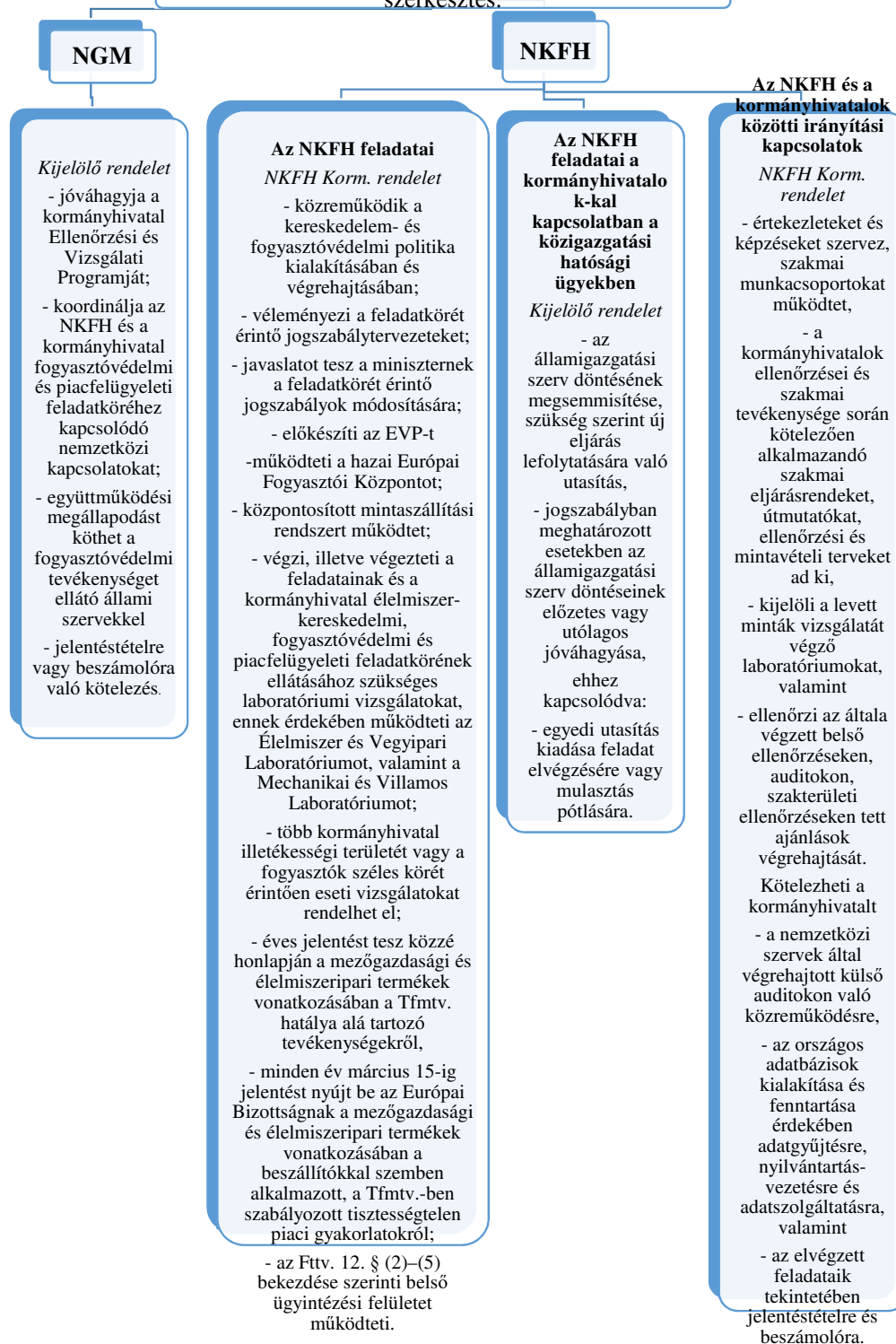
Ezek a feladat- és hatáskörök még 2017. január 1. napjával kerültek a PMKH-hoz, amikor a PMKH országos illetékességgel látta el a másodfokú feladatokat a járási hivatalok elsőfokú döntéseivel kapcsolatban. A fogyasztóvédelmi hatáskörök megyei szintre kerülésével gondot jelentett volna a PVKH által esetlegesen megkötendő hatósági szerződés jóváhagyása. A gyakorlatban a bírósági döntések közzététele is problémát jelentett, mivel azokról a PVKH nem értesült.

Kérdés, hogyan oszlanak meg a fogyasztóvédelmi feladatok, a szakmai irányítói feladatok az NGM és a NKFH között. A Kit.-ben és a Ksztv.-ben meghatározott feladatok, köztük az Ákr. szerinti felügyeleti eljárással kapcsolatos feladatok megosztására a 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet ad iránymutatást.⁵⁶⁰ Röviden úgy lehetne összefoglalni, hogy az NGM határozza meg a főbb irányvonalat, hozza meg a legfontosabb ágazati döntéseket, az NKFH pedig előkészíti, illetve végrehajtja ezeket a döntéseket, ellátja a szakmai irányítás operatív feladatait. Mindezeket a feladatokat részletesen a következő ábra szemlélteti.⁵⁶¹

⁵⁶⁰ Ld. Kit. 40. § (2) bekezdés, (4) bekezdés *a*) pont, Ksztv. 2. § (1) bekezdés *e*)-*h*) pont, Ákr. 121. § (1)–(4) bekezdés, 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet, 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet.

⁵⁶¹ Vö. 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet, 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet.

7. ábra: fogyasztóvédelmi feladat- és hatáskörök megoszlása az NGM és az NKFH között, forrás: saját szerkesztés.



6. A kormányhivatali rendszer fogyasztóvédelmi tevékenységének közgazdasági sajátosságai 2022–2023-ban

A fogyasztóvédelmi tevékenység közgazdasági vonatkozásainak vizsgálata már a 2022. évi fogyasztóvédelmi kutatócsoporti induláskor felmerült, mivel ezen tényezők alapvetően meghatározzák, befolyásolják a minőséget, színvonalat. A tágabb vizsgálat természetesen nem csak a kormányhivatalokra terjed ki, hiszen több szervezet is kapcsolódik a fogyasztóvédelemhez (ld. pl. GVH, MNB, Nébih, NMHH). Az alábbiakban, a jelen fejezethez kapcsolódóan a kormányhivatalokra fókuszálunk.

6.1. Kutatásmódszertan

A kutatás során primer és szekunder adatfeldolgozás történt. A szekunder adatokat az egyes kormányhivatalok on-line elérhető, 2022. évre vonatkozó költségvetési beszámolójából nyertük (a kormányhivatal teljes éves költségvetése). A vizsgálat során a kormányhivatali weboldal 2023 júniusától megújult. A kutatás kezdetén még a 2022. év elemi költségvetési adatait használtuk, amely egyfajta előzetes becslés, de a kutatás végére már a legtöbb helyen elkészültek a költségvetési beszámolók, amelyek már tartalmazzák az időközben esetlegesen bekövetkezett korrekciókat is. Sajnos nem minden vármegyénél volt elérhető minden adat, így ezen esetekben az elemzésben maradtunk az elemi költségvetés adatainál, illetve abban az esetben, amikor olyan nagy eltérés volt a terv és a tényadat között, amely csak egy egyszeri módosító tényezőnek tudható be, ezért, hogy elkerüljük az ebből adódó torzítást, itt is az elemi költségvetés adatait használtuk. Ezeket az eseteket az elemzésben külön jelöljük. A primer adatok a kormányhivatalok emailben történt megkereséséből származó adatközlések eredményei (a kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Főosztályának/Osztályának éves költségvetése).

6.2. Kutatási kérdés

Kutatási kérdésként azt fogalmaztuk meg, hogy vajon hogyan alakul a kormányhivatalok által fogyasztóvédelmi tevékenységre fordított éves összeg, ennek a meghatározását tűztük ki célunkként. Ezért a következő kérdést küldtük emailben 2023 júniusában a főispánoknak: „Mekkora volt a Fogyasztóvédelmi Főosztály (Osztály) éves költségvetése 2022-ben?”

Vannak olyan kormányhivatalok (BFKH és PVKH), ahol létezik önálló Fogyasztóvédelmi Főosztály, és vannak olyanok is (tizennyolc), ahol Fogyasztóvédelmi Osztály van, amely egy komplexebb főosztály részét képezi (Közlekedési, Műszaki Engedélyezési és Fogyasztóvédelmi Főosztály, illetve Közlekedési, Műszaki Engedélyezési, Mérésügyi és Fogyasztóvédelmi Főosztály).⁵⁶² Ebből adódóan néhány esetben nem a Fogyasztóvédelmi

⁵⁶² Ld. pl. a BFKH-nál és a PVKH-nál létezik Fogyasztóvédelmi Főosztály, a Bács-Kiskun Vármegyei Kormányhivatalnál, a Békés Vármegyei Kormányhivatalnál, a Heves Vármegyei Kormányhivatalnál, a Komárom-Esztergom Vármegyei Kormányhivatalnál, a Nógrád Vármegyei Kormányhivatalnál, a Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegyei Kormányhivatalnál, a Veszprém Vármegyei Kormányhivatalnál és a Zala Vármegyei Kormányhivatalnál Közlekedési, Műszaki Engedélyezési és Fogyasztóvédelmi Főosztályon belül Fogyasz-

Osztály, hanem a teljes főosztály költségvetésére kaptam adatot, ezért az adatok pontosítása érdekében 2024. január hónapjában egy újabb levél küldése történt, amelyben a Fogyasztóvédelmi Osztály költségvetésére vonatkozó pontosítás kérése fogalmazódott meg.

A megismételt adatfelvétel után két kormányhivatal nem tudott pontos adatot szolgáltatni a Fogyasztóvédelmi Osztály költségvetésével kapcsolatban, az ő esetükben a többi kormányhivatal átlagából számított adatot használtuk közelítésként.

6.3. A kutatás összegyűjtött adatai

A kutatás összegyűjtött adatait az alábbi 1. táblázat tartalmazza.

Vármegye neve	Vármegyeszékhely	Teljes költségvetés (költségvetési kiadás)	Hivatal által megadott fogyasztóvédelmi költségvetés	%
Bács-Kiskun vármegye*	Kecskemét	13 784 200 000	59 741 000	0,43
Baranya vármegye	Pécs	13 588 881 434	87 278 615	0,64
Békés vármegye	Békéscsaba	17 005 620 935	68 023 726	0,40
Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye	Miskolc	20 872 068 178	97 143 530	0,47
Budapest Főváros	Budapest	57 708 737 260	353 510 971	0,61
Csongrád-Csanád vármegye*	Szeged	10 597 800 000	68 534 940	0,65
Fejér vármegye	Székesfehérvár	14 225 271 898	85 290 601	0,60
Győr-Moson-Sopron vármegye	Győr	13 008 881 569	102 163 113	0,79

tóvédelmi Osztály, a Baranya Vármegyei Kormányhivatalnál, a Borsod-Abaúj-Zemplén Vármegyei Kormányhivatalnál, a Csongrád-Csanád Vármegyei Kormányhivatalnál, a Fejér Vármegyei Kormányhivatalnál, a Győr-Moson-Sopron Vármegyei Kormányhivatalnál, a Hajdú-Bihar Vármegyei Kormányhivatalnál, a Jász-Nagykun-Szolnok Vármegyei Kormányhivatalnál, a Somogy Vármegyei Kormányhivatalnál, a Tolna Vármegyei Kormányhivatalnál és a Vas Vármegyei Kormányhivatalnál Közlekedési, Műszaki Engedélyezési, Mérésügyi és Fogyasztóvédelmi Főosztályon belül Fogyasztóvédelmi Osztály van (<https://kormanyhivatalok.hu/> – 2024.09.11.).

Hajdú-Bihar vármegye	Debrecen	17 214 468 293	72 796 107	0,42
Heves vármegye	Eger	10 601 534 558	74 580 310	0,70
Jász-Nagykun-Szolnok vármegye	Szolnok	12 602 615 840	68 400 034	0,54
Komárom-Esztergom vármegye	Tatabánya	9 893 203 936	64 594 799	0,65
Nógrád vármegye	Salgótarján	8 255 538 857	74 983 116	0,91
Pest vármegye	Budapest	40 667 157 038	301 666 615	0,74
Somogy vármegye (nem tudtak adatot szolgáltatni)	Kaposvár	12 275 772 039	73 654 632**	0,6
Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye	Nyíregyháza	24 792 191 257	97 376 771	0,39
Tolna vármegye (nem tudtak adatot szolgáltatni)	Szekszárd	8 374 937 308	50 249 624**	0,6
Vas vármegye	Szombathely	7 711 400 000	55 577 198	0,72
Veszprém vármegye	Veszprém	13 303 746 229	77 496 579	0,58
Zala vármegye	Zalaegerszeg	10 512 450 985	55 658 953	0,53
Összesen	---	336 996 477 614	1 988 721 234	0,6%

1. táblázat: a kormányhivatalok teljes és fogyasztóvédelmi költségvetése a 2022. évben,
forrás: saját szerkesztés.

* A Bács-Kiskun Vármegyei Kormányhivatalnál és a Csongrád-Csanád Vármegyei Kormányhivatalnál olyan nagy volt az eltérés a tervezett és a végleges adat között, amely egy

egyedi, egyszeri hatást feltételez, így itt a tervezett adattal számoltunk. Bács-Kiskun vármegye esetében dr. Zombor Attila kormányhivatali főigazgató által 2024. július 4. napján, BK/TH/3433-4/2024. iktatószámommal kiadományozott tájékoztatás szerint ez a nagy összegű előirányzatmódosítás annak volt köszönhető, hogy „[a]z egyes állat-járványügyi intézkedésekről és az azokkal összefüggő állami kártalanításról szóló 74/2013. (VIII. 30.) VM rendelet 2021.06.08-tól hatályos módosítása nyomán a jogosultak felé történő kifizetésekről a fővárosi és vármegyei kormányhivatalok intézkednek. A kártalanítás forrása a jogszabály szerint az AM fejezet »Állat-, növény és GMO kártalanítás« fejezeti kezelésű előirányzata. A támogatásokat év közben a Bács-Kiskun Vármegyei Kormányhivatal B16 működési célú támogatásként kapta meg államháztartáson belülről és azokat a K336 (Szakmai tevékenységet segítő szolgáltatások) illetve ÁFA alanyú jogosultak esetén K336 és K351 ÁFA rovatokon számolta el. A Bács-Kiskun Vármegyei Kormányhivatalnak a 2022. évben ilyen jellegű kifizetése 13.101 millió Ft volt. A fenti feladatellátás indokolta az eredeti előirányzathoz képest nagy összegű előirányzat módosítást a K336 illetve K351 rovatokon.” Csongrád-Csanád vármegye esetében egy beruházási kiadás történt.

** A Somogy Vármegyei Kormányhivatal és a Tolna Vármegyei Kormányhivatal nem tudott adatot szolgáltatni, így náluk a többi kormányhivatal átlagával számoltunk.

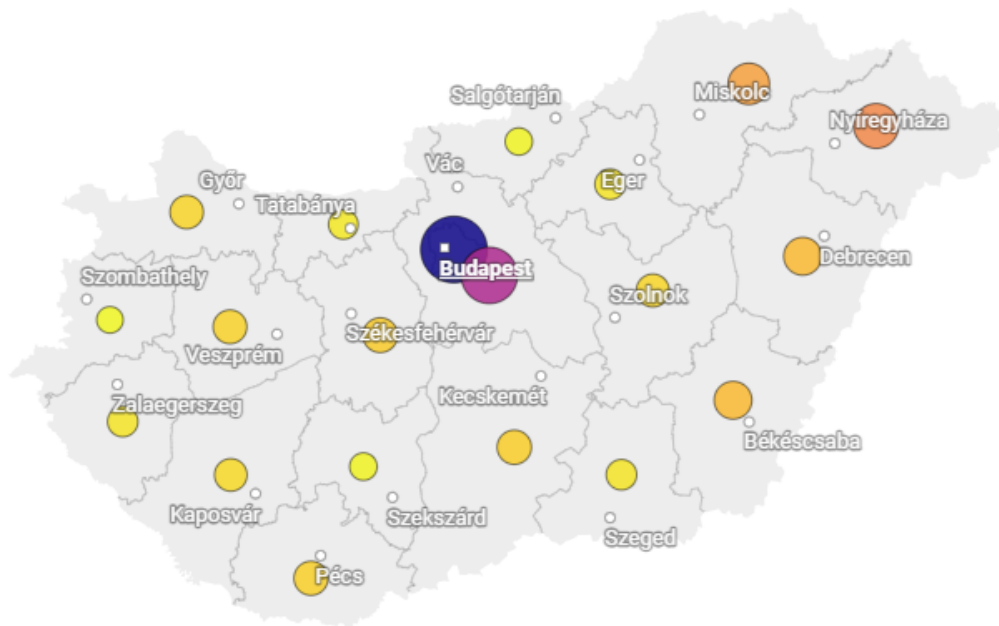
6.4. Adatfeldolgozás, vizualizáció

A szemléletesség kedvéért az adatokról vizualizációs ábrák is készültek a Datawrapper program segítségével (<https://app.datawrapper.de>).⁵⁶³ Az 1. ábrán a kormányhivatalok teljes költségvetése látható. Az adatok az egyes kormányhivatalok on-line elérhető 2022. évi költségvetési beszámolójából származnak (ahol ez nem volt elérhető, ott az elemi költségvetésből).

⁵⁶³ Köszönet Dr. Pintér Tibor kollégánknak, aki felhívta a figyelmünket erre az elemzési eszközre.

Teljes költségvetés vármegyénként 2022-ben

7 711 400 000 57 708 737 260



Térképadatok: © OSM • Adatok letöltése • A készítéshez használt program: Datawrapper

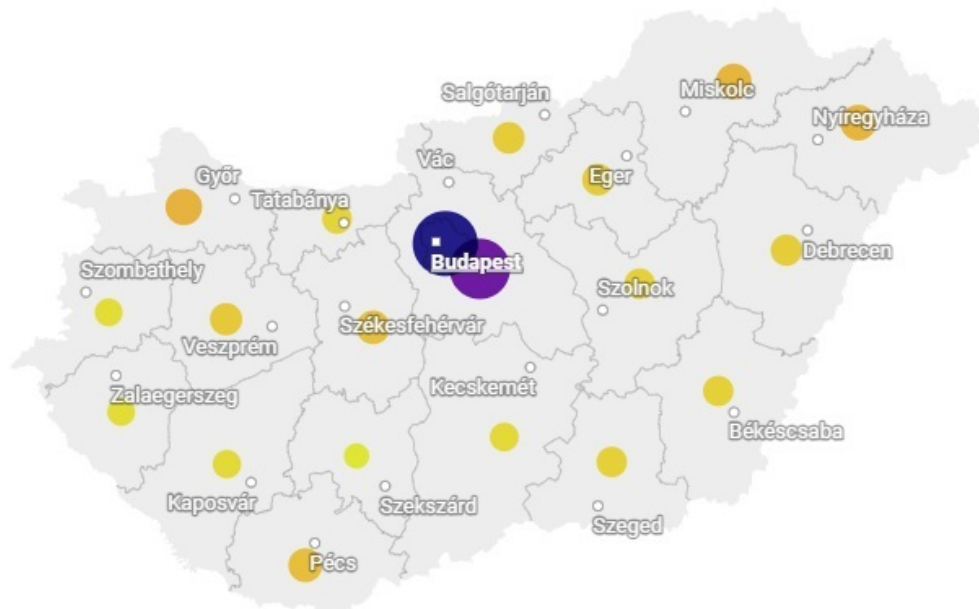
1. ábra: kormányhivatalok teljes költségvetése a 2022. évben,
forrás: saját szerkesztés a Datawrapper programmal.

A fentiekből igen szemléletesen megállapítható, hogy a legnagyobb súllyal hazánk központi területe képviselteti magát (Budapest és Pest vármegye), ettől kissé elmaradva pedig az északkeleti régió vármegyéi következnek (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye, Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye).

A 2. ábrán a kormányhivatalok fogyasztóvédelmi költségvetése látható. Az adatok a kormányhivatalok emailben történt megkereséséből származó adatközlések eredményei.

Fogyasztóvédelmi költségvetés vármegyénként 2022-ben

45 027 350 353 510 971



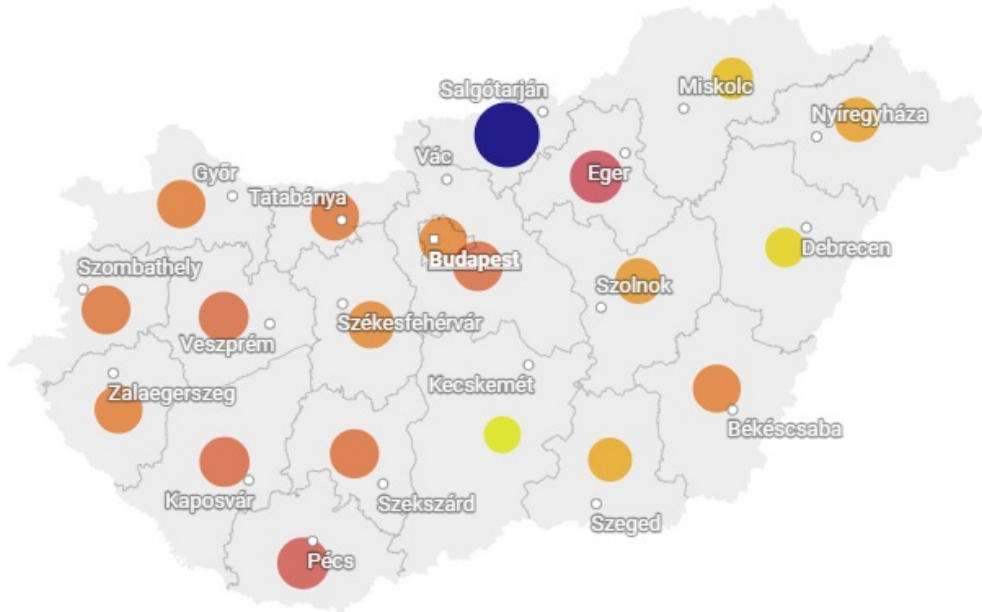
Térképadatok: © OSM • Adatok letöltése • A készítéshez használt program: Datawrapper

2. ábra: kormányhivatalok fogyasztóvédelmi költségvetése a 2022. évben,
forrás: saját szerkesztés a Datawrapper programmal.

Itt nagyjából ugyanazok a jellemzők figyelhetők meg, mint az előző ábrán, de Győr-Moson-Sopron vármegye, Baranya vármegye és Fejér vármegye is felzárkózott az északkeleti vármegyékhez. A dolog érdekessége, hogy ha a fogyasztóvédelmi kiadásokat a teljes költségvetés százalékában vizsgáljuk (1. táblázat utolsó oszlopa), akkor az északkeleti vármegyék (Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye, Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye) már sereghajtókká válnak, azaz a legalacsonyabb értékű vármegyék között vannak, 0,5% alatt. A legmagasabb százalékos értéket pedig, 0,9% felett Nógrád vármegyénél találhatjuk.

A 3. ábrán a kormányhivatalok egy főre jutó fogyasztóvédelmi költségvetése látható. A vármegyék létszámadata a KSH (ksh.hu) adatbázisából származik.

Egy főre jutó fogyasztóvédelmi költségvetés vármegyenként 2022-ben



Térképadatok: © OSM • Adatok letöltése • A készítéshez használt program: Datawrapper

3. ábra: kormányhivatalok egy főre jutó fogyasztóvédelmi költségvetése a 2022. évben, forrás: saját szerkesztés a Datawrapper programmal.

A 3. ábrából több érdekesség is kiolvasható. Először, hogy az összes fogyasztóvédelmi költségvetés tekintetében kiemelkedő területek, Budapest Főváros és Pest vármegye létszamarányos értékei már egyáltalán nem tekinthetők kiemelkedőnek. Másodsor pedig, hogy a legkisebb értékű Bács-Kiskun vármegye (120 Ft/fő) csupán harmada a legmagasabb értékű Nógrád vármegyének (403,9 Ft/fő). Miközben Nógrád vármegye és Heves vármegye éves fogyasztóvédelmi költségvetése nagyjából megegyezik (kb. 74 M Ft), de az eltérő lélekszám nagyot billent Nógrád vármegye irányába.

6.5. A kutatási eredmények összegzése

Az elvégzett kutatás során sikerült megtalálni a választ a feltett kérdésre: hogyan alakul a kormányhivatalok által fogyasztóvédelmi tevékenységre fordított éves összeg a 2022. évben? Az emailben történt megkérdezés eredményeként megérkeztek a válaszok a kormányhivataloktól, és ezek az 1. táblázatban megtalálhatóak. Az összegző rovat mutatja a kérdésre a választ, azaz a 2022. év során a kormányhivatalok közel 2 Mrd Ft (1, 988 Mrd Ft) összeget fordítottak a fogyasztóvédelmi osztályok/főosztályok üzemeltetésére.

A legkiemelkedőbb fogyasztóvédelmi költsékezés a központi területre jellemző, azaz Budapest Fővárosra és Pest vármegyére (300 M Ft körüli értékek).⁵⁶⁴ Az élbolyba tartoznak az északkeleti területek, Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye és Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye, de ide sorolhatjuk még Győr-Moson-Sopron vármegyét is, bár ezekben a vármegyékben a központi régió kb. harmada jellemző (100 M Ft körüli értékek).

Ha viszont az egy főre jutó fogyasztóvédelmi kiadások értékét vizsgáljuk, akkor már nem Budapest Főváros és Pest vármegye áll az első helyen, hanem Nógrád vármegye, Heves vármegye, Somogy vármegye és Baranya vármegye. Különösen érdekes, hogy a legnagyobb egy főre jutó fogyasztóvédelmi kiadással rendelkező Nógrád vármegye értéke (403,9 Ft/fő) több mint háromszorosa a legkisebb értékkel rendelkező Bács-Kiskun vármegyének (120 Ft/fő).

6.6. A 2023. év változásai

A kutatást a 2023. évre is kiterjesztettük. Ennek keretében a fogyasztóvédelmi kiadások tekintetében (Fogyasztóvédelmi főosztály/osztály) újabb információkat kértünk a kormányhivataloktól, és a kormányhivatalok on-line elérhető 2023. évi költségvetési beszámolóit is felhasználtuk (a kormányhivatal teljes éves költségvetése). A legfontosabb változásokat a 2. táblázat tartalmazza.

tétel	növekedés	csökkenés
teljes költségvetés változása	A 2 legnagyobb: Csongrád-Csanád, Hajdu-Bihar vármegyék	Borsod-Abaúj-Zemplén, Békés, Pest vármegyék
fogyasztóvédelmi költségvetés változása	A 3 legnagyobb: Pest, Somogy, Zala vármegyék	Baranya, Békés vármegyék

2. táblázat: Teljes és fogyasztóvédelmi költségvetések változása 2022/2023, forrás: saját szerkesztés.

A legfigyelemreméltóbb változás Pest vármegyéhez kapcsolódik, ahol a teljes költségvetés visszaesése mellett figyelhetjük meg a fogyasztóvédelmi költségvetés jelentős emelkedését. A legfontosabb adat azonban a végösszeg, amelyből az derül ki, hogy a 2023. év során a kormányhivatalok közel 2,21 mrd Ft összeget fordítottak a fogyasztóvédelmi osztályok/főosztályok üzemeltetésére, ami a 2022. évhez képest 11%-os növekedést jelent.

6.7. A kutatás további lehetséges irányai

Természetesen, ahogy azt már a bevezetőben is jeleztük, a tárgyalt kormányhivatali tevékenység csupán a fogyasztóvédelem egyik területe, a későbbiekben tervezzük a közgazdasági összefüggések vizsgálatának kiterjesztését más, országos jelentőségű szervezetekre is, mint például a GVH, az MNB, a Nébih, az NMHH tekintetében.

⁵⁶⁴ Vö. pl. lakosság- és vállalkozásszám, valamint feladat- és hatásköri szabályok.

A jelen kutatás is felvetett olyan sajátosságokat, amelyekre érdemes lehet a későbbiekben részletesen kitérni, például a legkisebb és a legmagasabb értékű területek mélyebb vizsgálata, vagy a fentebb említett háromszoros eltérés mögött álló mélyebb okok feltárása.

Szintén egy lehetőség a kutatás elmélyítésére – az időbeli kiterjesztésen túl – további adatok bevonása az elemzésbe, így például az ügyszám, a feltárt ügyek, vagy a kiszabott bírságok további elemzési lehetőséget biztosítanak.

7. Összefoglalás

A jelen fejezetben a fogyasztóvédelem kormányhivatali részének mintegy tizennégy évébe szerettünk volna betekintést nyújtani az egyes szervezeti változásokon keresztül – a jogszabályi háttér bemutatása mellett – úgy, ahogyan azt meglátásunk szerint a kormányhivatal fogyasztóvédelmi szakterületén szolgáló kollégák látták. Az alábbiakban néhány pontban kiemeljük a javasatainkat, a problémák megoldási lehetőségeit.

Véleményünk szerint a szakmai irányítónak szakmai szempontból jobban kellene segítenie, irányítania a kormányhivatalokat.

Egy másik lényeges pontnak azt tartjuk, hogy az EVP-tervezetek eljussanak a kormányhivatalokhoz, hogy azok érdemben reagálhassanak, javaslatokat tehessenek, és felkészülhessenek az esetleges változásokra.

Fontosnak véljük a szakmai partneri együttműködést a kormányhivatalok szakemberei tekintetében, és az ott felhalmozódó tudás, tapasztalat megfelelő hasznosítását; például egy-egy témavizsgálat esetében közös munkacsoportokat lehetne kialakítani, ahol az elméletet a gyakorlati tapasztalatokkal lehetne ötvözni.

Azt is megemlítenédnek tartjuk, jelentős fordulat, hogy volt olyan minisztérium, amelyik szerette volna átvenni ezt a területet, nevezetesen az NGM, és ez 2024. augusztus 1. napjával be is teljesedett. Az NGM annak érdekében, hogy a fogyasztóvédelem minél magasabb színvonalon lássa el a fogyasztók és a kormányzat részéről megjelenő egyre nagyobb elvárásokból fakadó feladatokat, a fogyasztók megfelelő, korunk követelményeihez igazodó széleskörű védelmét, megtette a szükségesnek tartott, ismertetett lépéseket.⁵⁶⁵

Zárszóként a 2025. évi változásokkal kapcsolatban két érdeklődésre számotartó kérdést szeretnénk kiemelni. Az egyik, amely ezt a változást nagyban megkülönbözteti az előzőekben bemutatott szakaszoktól, hogy azok minden esetben egy-egy közigazgatási reformhoz kapcsolódtak, nem csupán a fogyasztóvédelmet érintették, kiterjedtek szinte minden szakterületre. A 2025. január 1. napjától bekövetkezett átalakítás azonban kifejezetten a fogyasztóvédelmet célozza. Véleményünk szerint látható, hogy a Kormány e területen is igyekszik a problémákat feltérképezni, és megoldást keres azok korrekciójára.

A másik érdekesnek tűnő kérdés, amely a fogyasztóvédelemben foglalkoztatottakat, illetve a témával foglalkozó szakembereket az NKFH létrejövele hírének felröppenésétől kezdve izgatta, hogy a központi hivatal visszatérésével vajon a fellebbezés lehetősége is visszatér-e a fogyasztóvédelembé. Mint azt a kihirdetett jogszabályok alapján látjuk, nem tért vissza.

⁵⁶⁵ Ld. Magyar Közlöny 2024. évi 114., 2024. november 14. napján megjelent számában szereplő, említett jogszabályok.

Vadál Ildikó A közigazgatás bírósági kontrollja Magyarországon című, 2020-ban megjelent írásában a következőket írja azzal kapcsolatban, hogy hazánkban az Ákr.-rel a bírósági felülvizsgálat került előtérbe: „A törvényalkotó ezt azzal indokolta, hogy az európai tendenciáknak és a jogállamiság követelményének a bírósági felülvizsgálat lehetősége felel meg. A közigazgatási szervezeten kívüli felülvizsgálat révén jobban biztosítható az objektivitás, mert nem jelenik meg az elfogultság és a szervezeti önérték. Az anyagi jogerő előbb bekövetkezik, hiszen a bíróság ítélete mindenkire nézve kötelező. A bírósági eljárás nyilvánossága révén egységesebb joggyakorlat alakul ki. Azért amellet sem mehetünk el szó nélkül, hogy a közigazgatás keretein belül maradó fellebbezést felváltó bírósági felülvizsgálatnak a polgárok szempontjából nem csak előnyei vannak. A bírósági keresetlevél benyújtása olyan ismereteket kíván, amelyekkel az átlag polgár nem rendelkezik. A fellebbezés benyújtása nem igényelt különösebb ismereteket, nem kellett indokolni, elég volt jelezni, hogy az ügyfél számára sérelmes a hatóság döntése. Új tények és bizonyítékok is felhozhatók voltak, gyorsabb, egyszerűbb, olcsóbb volt az eljárás. A végrehajtásra pedig halasztó hatálya volt a fellebbezés benyújtásának.”⁵⁶⁶

8. Forrás- és irodalomjegyzék

- 2024. évi L. törvény egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról.
- 2023. évi CIII. törvény a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól 116. § (2) bekezdés, 121. §.
- 2018. évi CXXV. törvény a kormányzati igazgatásról.
- 2016. évi CL. törvény az általános közigazgatási rendtartásról 143. § (2a) bekezdés.
- 2015. évi CCXXII. törvény az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól.
- 2015. évi CXCV. törvény az árubemutatóval egybekötött termékértékesítés során a fogyasztók védelme érdekében szükséges egyes törvények módosításáról.
- 2014. évi CII. törvény a kiskereskedelmi szektorban történő vasárnapi munkavégzés tilalmáról.
- 2013. évi CCXXXVII. törvény a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról 265. §.
- 2012. évi LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről.
- 2010. évi CXXVI. törvény a fővárosi és megyei kormányhivatalokról, valamint a fővárosi és megyei kormányhivatalok kialakításával és a területi integrációval összefüggő törvénymódosításokról preambulum, 2-8. §, 14-15. §.
- 2010. évi XLIII. törvény a központi államigazgatási szervekről, valamint a Kormány tagjai és az államtitkárok jogállásáról.
- 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól 12. §.
- 2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről 2. §, 5/C-5/D. §, 28a. pont.

⁵⁶⁶ Vadál, 2020, 96-97.

- 2004. évi CXL. törvény a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól 26.§, 29. §, 32-33. §, 71/A. §, 98. §, 104. §.
- 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről 38-38/G. §, 40. §, 46. §.
- 329/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet az árfigyelő rendszer létrehozásáról és működéséről szóló 163/2023. (V. 8.) Korm. rendeletnek és az élelmiszer-infláció csökkentése érdekében szükséges intézkedésekről szóló 1/2024. (I. 9.) Korm. rendeletnek a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő módosításáról.
- 328/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság létrehozásával összefüggő kormányrendeletek módosításáról.
- 326/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről.
- 325/2024. (XI. 14.) Korm. rendelet a Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóságról.
- 163/2023. (V. 8.) Korm. rendelet az árfigyelő rendszer létrehozásáról és működéséről.
- 162/2023. (V. 5.) Korm. rendelet a háborús élelmiszerár-infláció csökkentése érdekében szükséges intézkedésekről.
- 182/2022. (V. 24.) Korm. rendelet a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről 103. § (1) bekezdés 20. pont, 111/D. §, 111/K. § (1)–(2) bekezdés, 119. § 6. pont, 127. § (1)–(2) bekezdés.
- 6/2022. (I. 14.) Korm. rendelet az árak megállapításáról szóló 1990. évi LXXXVII. törvény veszélyhelyzet ideje alatt történő eltérő alkalmazásáról.
- 270/2020. (VI. 12.) Korm. rendelet az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról szóló 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet, valamint az egyes javító-karbantartó szolgáltatásokra vonatkozó kötelező jótállásról szóló 249/2004. (VIII. 27.) Korm. rendelet módosításáról.
- 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről.
- 378/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet egyes központi hivatalok és költségvetési szervek formában működő minisztériumi háttérintézmények felülvizsgálatával összefüggő jogutódlásáról, valamint egyes közfeladatok átvételéről 27. §.
- 288/2010. (XII. 21.) Korm. rendelet a fővárosi és megyei kormányhivatalokról 2. § (1) bekezdés 13. pont.
- 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről 6. § (2b) bekezdés, 20/A. § (1)–(6) bekezdés.
- 225/2007. (VIII. 31.) Korm. rendelet a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságról.
- 151/2003. (IX. 22.) Korm. rendelet az egyes tartós fogyasztási cikkekre vonatkozó kötelező jótállásról 1. § (1) bekezdés, 2. § (1) bekezdés *a)-b)* pont.
- 191/1996. (XII. 17.) Korm. rendelet a fővárosi, megyei közigazgatási hivatalokról.
- 61/1988. (VII. 22.) MT rendelet a kereskedelmi és piacfelügyelőségekről.
- 10/2024. (VI. 28.) IM rendelet a kötelező jótállás alá tartozó tartós fogyasztási cikkek körének meghatározásáról.

- 18/2020. (VI. 12.) ITM rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól szóló 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet módosításáról.
- 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól.
- 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat a fogyasztóvédelmi politikáról.
- 1312/2016. (VI. 13.) Korm. határozat a központi hivatalok és a költségvetési szervek formájában működő minisztériumi háttérintézmények felülvizsgálatával kapcsolatos intézkedésekről 1. melléklet 10. d) pont.
- Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2018-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 2011/2015. (XII. 29.) Korm. határozat.
- Magyarország IV. középtávú fogyasztóvédelmi politikájának megvalósítására irányuló, 2014-ig szóló feladatterv végrehajtásához szükséges kormányzati intézkedésekről szóló 1011/2012. (I. 23.) Korm. határozat.
- Magyarország 2014-ig szóló IV. középtávú Fogyasztóvédelmi Politikája.
- 7/2015. (III. 31.) MvM utasítás a fővárosi és megyei kormányhivatalok szervezeti és működési szabályzatáról 2-21. függelék.
- Palkovics, L. (miniszter). Fogyasztóvédelmi szakmapolitikai program, 2021, pp. 110.
- Országgyűlés Hivatalának infójegyzete a Kormány T/11907 számon benyújtott, a központi hivatalok felülvizsgálatával összefüggő törvényjavaslatához (https://www.parlament.hu/documents/10181/595001/Infójegyzet_2016_39_kozponti_hivatalok.pdf/7b2a2815-ae67-43d5-ae93-1c37b921ea9a).
- Kormányhivatal-honlapja (2023). DOKUMENTUMOK (kormanyhivatal.hu) (2023. június).
- Kormányhivatalok-honlap (2024). Dokumentumok, nyomtatványok | Kormányhivatalok (kormanyhivatalok.hu) (2024. január).
- KSH (2024). 22.1.2.1. A lakónépesség nem, vármegye és régió szerint, január 1. (ksh.hu) (2024. március).
- Magyar Zoltán Közigazgatás-fejlesztési Program (MP 11.0), A haza üdvére és a közszolgálatában, Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium, 2011. június 10. (<https://2010-2014.kormany.hu/download/8/d0/40000/Magyar%20K%C3%B6zigazgat%C3%A1s-fejleszt%C3%A9si%20Program.pdf>).
- FEOSZ (2018). Levél Dr. Palkovics László miniszternek, 2018. december 20. (https://feosz.hu/wp-content/uploads/itm%20lev%C3%A9l-2018_12_20.pdf).
- Datawrapper (2024). <https://app.datawrapper.de> (2024. március).
- Árva, Zs. (2018). Fogyasztóvédelem a közigazgatási reformok keresztmetszetében. In Szikora, V. & Árva, Zs. (szerk.), *A fogyasztók védelmének új irányai és kihívásai a XXI. században*. (pp. 295-312). Debrecen, Debreceni Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar.

- Barta, A. (2021). Fővárosi és megyei kormányhivatalok. Egy évtized margójára. *Közigazgatás-Tudomány*, 1(2), 4-15. <https://doi.org/10.54200/kt.v1i2.12>
- Barta, A. (2020). Járási Hivatalok újratöltve? Változások a magyar területi államigazgatásban 2018 után (<https://www.irisro.org/tarstud2020junius/12BartaAttila.pdf>).
- Bencsik, A. (2021). Rekviem egy ágazatért – a fogyasztóvédelmi igazgatás alakváltozatai. *Közigazgatás-Tudomány*, 1(2), 16-28. <https://doi.org/10.54200/kt.v1i2.13>
- Vadál, I. (2020). A közigazgatás bírósági kontrollja Magyarországon. *Pólusok*, 1(2), 86-103. (<https://journals.lib.pte.hu/index.php/polusok/article/view/3653/3391>). <https://doi.org/10.15170/PSK.2020.01.02.05>
- Zöld-Nagy, V. & Virág, R. (2013). A területi államigazgatás integrációja. Budapest, Nemzeti Köszolgálati és Tankönyvkiadó.

VII. Fejezet. A pénzügyi fogyasztóvédelem alapjai. A szabályozás rendszere és az érvényesülés garanciái (intézményrendszer és fogyasztói jogok)

1. Bevezetés
2. A pénzügyi fogyasztóvédelem mibenlétéről és lehetséges tárgyköreiből. Elhatárolási kérdések és kapcsolódási pontok
 - 2.1. Néhány általános alapvetés
 - 2.2. A pénzügyi fogyasztóvédelem alapkérdései: a pénzügyi szektor fogalmáról, a lehetséges szabályozási tárgykörökről és jogági kapcsolatokról
 - 2.2.1. A pénzügyi szektor fogalmáról
 - 2.2.2. A pénzügyi fogyasztóvédelem szabályozási tárgykörei és kapcsolódó területei
3. A szabályozás rendszere
 - 3.1. Európai uniós aktusok
 - 3.2. Magyar jogszabályok
 - 3.3. Jogalkalmazó szervek aktusai
 - 3.3.1. Bírósági döntések
 - 3.3.2. Felügyeleti aktusok
 - 3.3.3. Egyéb szervek döntései
 - 3.4. Soft law
4. A pénzügyi fogyasztóvédelem érvényesülésének garanciái: a fogyasztói jogok és a jogérvényesítési lehetőségek, különös tekintettel a tájékoztatáshoz való jogra és a megtévesztés tilalmára
 - 4.1. A fogyasztók jogai általában és egyes pénzügyi jogviszonyokban
 - 4.1.1. A fogyasztók jogai általában
 - 4.1.2. A fogyasztók jogai és a pénzügyi fogyasztóvédelem
 - 4.2. A tájékoztatáshoz való jog és a megtévesztés elleni védelem
 - 4.2.1. Tájékoztatási szabályok az egyes pénzügyi piacokon
 - 4.2.2. A megtévesztés elleni védelem
 - 4.3. A pénzügyi fogyasztók rendelkezésére álló jogérvényesítési lehetőségek Magyarországon
5. A pénzügyi fogyasztóvédelem előtt álló egyes kihívásokról
 - 5.1. Digitalizáció, digitális pénzügyi eszközök és szolgáltatások
 - 5.1.1. A digitalizációról
 - 5.1.2. Digitális pénzügyi eszközök, szolgáltatások
 - 5.2. Új szereplők megjelenése: FinTech, BigTech cégek a pénzügyi piacokon
 - 5.3. A közösségi finanszírozás, mint a FinTech-forradalom egyik sikertörténete
6. Összefoglalás
7. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A jelen fejezet célja a pénzügyi fogyasztóvédelem szabályozási tárgyköreinek, alapfogalmainak, jogrendszeren belüli elhelyezkedésének, kapcsolódási pontjainak, fontosabb normáinak, néhány alapvető szabályának bemutatása. Tekintettel arra, hogy a fogyasztók jogai közül – különösen a pénzügyi jogban – kiemelkedően fontos a tájékoztatáshoz való jog, erről és a tájékoztatás mintegy visszaélésszerű gyakorlásáról, a megtévesztésről részletebben esik szó. A fogyasztói jogok érvényesülésében kiemelkedő szerepe van a megfelelő intézményrendszernek, ezért áttekintésre kerül, hogy mely szervezeteknek lehet kiemelt feladata a fogyasztói jogok érvényesítése. A közeljövő, sőt, napjaink egyes – gyakorlatilag a digitalizáció terjedésével összefüggő – jelenségei megfelelő szabályozói válasz kialakítását teszik szükségessé, ezért röviden ezekre is kitérek, bemutatva, hogy eddig milyen kísérletek, kezdeményezések történtek a felvetett problémák rendezése érdekében. Bár a fejezet hangsúlyozottan jogi fókuszú, fontos kiemelni, hogy a pénzügyi fogyasztóvédelem körébe tartozó problémák sem tekinthetők csupán jogi eszközökkel kezelhető területnek, azonban a tárgyalt téma ezen túlmutató, egyébként igen jelentős (pl. gazdasági, etikai, pszichológiai, szociológiai, technológiai) vonatkozásainak bemutatása meghaladná a rendelkezésre álló kereteket.

2. A pénzügyi fogyasztóvédelem mibenlétéről és lehetséges tárgyköreiről. Elhatárolási kérdések és kapcsolódási pontok

2.1. Néhány általános alapvetés

„A fogyasztók védelme, fokozott oltalma napjainkban különösen aktuális, mindenkit érintő, rendkívül komplex, szerteágazó és hatalmas [...] gyakran módosításra kerülő joganyagot magában foglaló, igen jelentős, fontos téma, amelynek jogirodalma is óriási méretekre duzzadt.”⁵⁶⁷ Hámori Antal idézett sorai is jól érzékeltetik, milyen nagy munkát vállal magára, aki a fogyasztóvédelemmel, vagy annak valamely részterületével kapcsolatban vállalkozik valamely téma kifejtésére, fokozottan áll ez a pénzügyi jog körében, amely területen rendkívül bonyolult, nehezen átlátható konstrukciók állnak rendelkezésre.

Bár jelen fejezet tárgya a pénzügyi fogyasztóvédelemként aposztrofálható joganyag – említettek szerinti, meghatározott vezérlő elvek mentén történő, rendszerezett – bemutatása, előljáróban szükségesnek mutatkozik néhány, a fogyasztóvédelemre általánosságban, de akár a pénzügyi fogyasztóvédelemre is igaz alapvetés rögzítése.

Mellőzve a fogyasztóvédelem történetében történő visszatekintést, utalok arra, hogy a kereskedők túlkapásaival szemben védelmet adó normák, amelyek jóformán egyidősek a jog megjelenésével, és olyan ősi forrásokban is megtaláljuk nyomait, mint a Szentírás,⁵⁶⁸

⁵⁶⁷ Hámori, 2016a, p. 175.

⁵⁶⁸ A fogyasztóvédelem történeti gyökereivel kapcsolatos polémiák kapcsán szinte már klasszikussá vált Lábady Tamás megkapóan szép gondolata, miszerint „még ha több ezer éves – ótestamentumi (Lev 19,35–36) – ősoket is keres, valójában csak a múlt század 60-as éveiben tűnt fel »szivárványként« az állami politika és a jog horizontján egy újfajta jogintézményi »fenomén«: az ún. fogyasztóvédelem”; idézi Hámori, 2016, p. 6.

pénzügyi jogi szempontból sem jelentéktelenek. Hoffmann Istvánné a társadalom fejlődésének szükségszerű lépéseként értékeli a fogyasztóvédelem megjelenését, rámutatva, hogy a piaci csere „gyakran érdekeket sért, illetőleg szolgál, s kikényszeríti a korszerű védekező és támogató intézmények létrejöttét, a piacon kiszolgáltatottá váló fogyasztó érdekében.”⁵⁶⁹

A fentiekből is látható, hogy a piaci visszaélésekkel szemben a piac szabályozása, ellenőrzése szükséges, a klasszikus közgazdaságtan atyjának tekintett Adam Smith (1723–1790) által vizionált „láthatatlan kéz”⁵⁷⁰ ugyanis nem minden esetben rendezi el megfelelően a viszonyokat.

A gazdaságba történő állami beavatkozás létjogosultsága a fentiek okán mára elfogadottnak tekinthető, a beavatkozás milyensége (pl. irányai, mélysége, erőssége) azonban napjainkban is vita tárgyát képezi. Ebből a szempontból is lényeges kérdés, hogy miként tekintünk a védelem alanyára, azaz magára a fogyasztóra: egy tudatos, racionális személyként (*bonus et diligens pater familias, reasonable men*) képzeljük-e el, vagy egy kiszolgáltatott, sérülékeny, az erőfölénnyel rendelkező piaci szereplők manipulációinak kitett félként? A fogyasztóról alkotott kép leírásához nyújtanak segítséget a fogyasztóvédelmi elméletek. Ezek két szélső pontját egyfelől a paternalista (*intervencionista*), másfelől a liberális (*laissez faire*) modell jelenti. A paternalista modell a fogyasztóra gyenge, kiszolgáltatott félként tekint, így erőteljesebb állami beavatkozás mellett érvel, feltételezve egyúttal, hogy szabályozás révén az egyenlőtlen pozícióból fakadó hátrányok kiküszöbölhetők. A liberális megközelítés a fogyasztót döntésképes személynek tekinti, így az állam helyett a piaci önszabályozásnak juttatja a nagyobb szerepet.⁵⁷¹

Az elméleti megközelítések áttekintését követően indokolt megvizsgálni, hogy a jogalkotó miként tekint a fogyasztóra, azaz milyen normatív meghatározások léteznek a fogyasztó fogalmával kapcsolatban. Az 1990-es és a 2000-es évek szabályozását tekintve, a kép meglehetősen felemás, és a 2008-ban bekövetkezett nagymértékű egységesítés és természetes személyre szűkítés ellenére ma sem egységes (ld. pl. az Fgytv. fogyasztófogalmának számos módosítását és a Ptk. definícióját).⁵⁷² A jelen fejezet szempontjából kiemelésre érdemes a régi Hpt., amelynek 2008-tól létezett fogalom meghatározása szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró *természetes* személy.⁵⁷³ Ehhez hasonlóan, a Tpv. is 2008-tól tartalmazott – 2014. június 30-ig – definíciót, amely szerint e törvény alkalmazásában fogyasztó az Fttv. alapján fogyasztónak minősülő megrendelő, vevő és felhasználó.⁵⁷⁴ Az Fttv. pedig az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró *természetes* személyt tekinti fogyasztónak.⁵⁷⁵

⁵⁶⁹ Hoffmann, 2004.

⁵⁷⁰ Adam Smith a *Nemzetek gazdagsága* című művében (1776) így írt: „[...] minden egyén [...] általában nem a közösség érdekét akarja előmozdítani [...], csak saját nyereségét keresi [...], és ebben is mint sok más esetben láthatatlan kéz vezeti őt egy cél felé, melyet ő nem is keresett.”; idézi Farkasné, 2007, p. 250.

⁵⁷¹ Fekete, 2011, pp. 54–56.

⁵⁷² Részletesen ld. pl. Hámori, 2013, pp. 28–32., 2009, pp. 88–97.

⁵⁷³ Régi Hpt. 2. sz. melléklet III. 4. pont.

⁵⁷⁴ Tpv. 2/A. § (1) bekezdés.

⁵⁷⁵ Fttv. 2. § a) pont.

Összegzésképpen megállapítható, hogy bár a fogyasztófogalom határvonalai az idők során és jogviszonyonként változhatnak (ld. pl. átlagfogyasztó kérdése), a fogyasztói minőség szempontjából lényeges elhatároló ismérvnek tekinthető, hogy a nem magáncélú felhasználás nem esik a fogyasztói többletvédelem körébe.⁵⁷⁶ Az e körben időnként fellángoló jogelméleti viták keretében pedig leginkább az a dilemma áll, hogy a fogyasztóvédelem védőernyője alá csak a természetes személyek, vagy bizonyos körben jogi személyek, illetve egyéb jogalanyok is beférjenek-e.⁵⁷⁷

2.2. A pénzügyi fogyasztóvédelem alapkérdései: a pénzügyi szektor fogalmáról, a lehetséges szabályozási tárgykörökről és jogági kapcsolatokról

A fogyasztóvédelem néhány általános elemének említését követően adódik a kérdés, hogyan határozható meg ehhez képest a pénzügyi fogyasztóvédelem? A választ legegyszerűbben talán *alanyi oldalról* közelítve adhatjuk meg, azaz azon jogviszonyokat tekinthetjük pénzügyi fogyasztóvédelmi jogviszonyoknak, amelyek esetében a fogyasztóval szerződő fél a pénzügyi szektorba tartozó szervezet. Ennek rögzítése után szükséges a pénzügyi szektor, illetve a pénzügyi szervezet fogalmának meghatározása. Egy másik kínálkozó lehetőség a pénzügyi fogyasztóvédelem lehatárolására a szabályozási tárgykörök meghatározása, ez azonban nehezen lenne elvezethető a kapcsolódó területek említése nélkül.

2.2.1. A pénzügyi szektor fogalmáról

Máté Domicián tanulmányában a *pénzügyi szektorok* alatt a következőket különbözteti meg: pénzügyi szolgáltatások; biztosítás, nyugdíjalapok, kiegészítő szolgáltatások.⁵⁷⁸ Botos Katalin a magyar pénzügyi szektor EU-s beágyazottságát vizsgálva a bankszektor, a biztosítótársaságok és a tőzsde tulajdonosi háttéréről szól,⁵⁷⁹ Vigvári András *funkciók alapján* eszközölt felosztása szerint pedig finanszírozó, szabályozó, ellenőrző és monitorszerveket különböztethetünk meg.⁵⁸⁰ Vértessy László a *pénzügyi ágazatok* kifejezést használja, értve ez alatt a pénz-, a tőke- és a biztosítási piacot, annak szereplőit, továbbá az általuk nyújtott egyes ügyleteket.⁵⁸¹ Összegezve, a pénzügyi szektort – a fenti forrásoknál tágabb értelemben véve – olyan *rendszernek* tekintem, amelyben különböző szereplők vesznek részt, ezeket a klasszikus piaci modell alapján kínálati és keresleti oldal szerint rendezhetjük, a rendszer egészét pedig a szabályozást és felügyeletet ellátó állami szervek fogják keretbe (ld. 1. ábra).

⁵⁷⁶ Dreher, 1997, p. 167.; hivatkozva Gyekiczky, 2011, pp. 288-297.

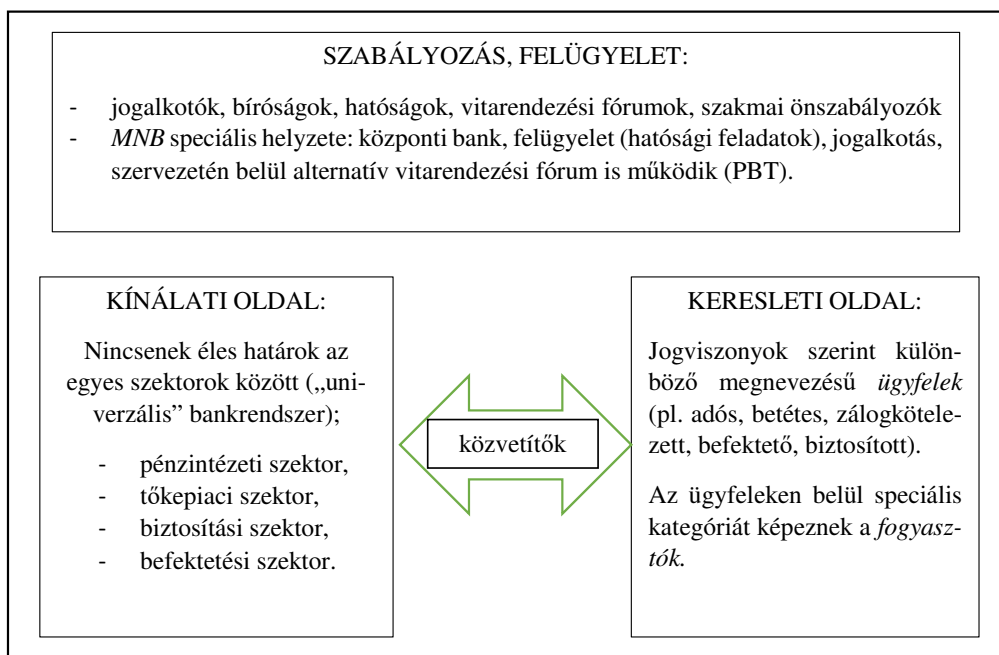
⁵⁷⁷ A fogyasztófogalom dilemmáival kapcsolatosan ld. még pl. Veres, 2018a, pp. 22-30.

⁵⁷⁸ Máté, 2015, pp. 88-105.

⁵⁷⁹ Botos, 2010, pp. 1-2.

⁵⁸⁰ Vigvári, 2008, pp. 61-62.

⁵⁸¹ Vértessy, 2019, p. 5.



1. ábra: a pénzügyi szektor szereplői, forrás: saját szerkesztés.

2.2.2. A pénzügyi fogyasztóvédelem szabályozási tárgykörei és kapcsolódó területei

A pénzügyi szektor kínálati oldalán álló szereplők, illetve az általuk kínált termékek, szolgáltatások számos *speciális tulajdonsággal* rendelkeznek. Ezek közül kiemelendő, hogy a kínált konstrukciók gyakran annyira összetettek, bonyolultak, több szakterületet érintenek, hogy még részletes és pontos tájékoztatás esetén is súlyos problémát jelent ennek az információnak a megértése. Másik jellegzetesség, hogy ezen ügyletek egyes hatásait gyakran csak jóval később, a jövőben tapasztalják a fogyasztók⁵⁸² (mint például a devizahitelezésnél az árfolyamkockázat hatásait). Mindezekre a jellegzetességekre, az általuk jelentett kockázatokra a szabályozásnak is reagálnia szükséges.

Az ezredfordulón Dorkó Katalin lakossági bankügyletekről (ebben a kontextusban a lakossági ügyfél a laikus, nem szakmai ügyfelet jelenti,⁵⁸³ így a megnevezés a fogyasztóhoz nagyon hasonló kört fed le) szóló művében az alábbi szabályozási tárgyköröket azonosította: tisztességes ügyfélszerzés követelménye, azaz a *hirdetésekre, reklámokra* vonatkozó előírások; fogyasztók *tájékoztatására* vonatkozó szabályok; a *szerződések* megkötésével, tartalmával, formájával kapcsolatos rendelkezések; *jogérvényesítés, panaszkezelés*.⁵⁸⁴

⁵⁸² Cartwright, 1999; idéz Vincze, 2012, pp. 239-258.

⁵⁸³ Ld. még Bszt. 4. § (2) bekezdés 41. pont.

⁵⁸⁴ Dorkó, 2000, pp. 20-21.

Bár a megjelenő újabb kihívások alapján a szakirodalom korábban ismeretlen kockázatok és jelenségeket is azonosított, bővítve a szabályozási tárgyköröket,⁵⁸⁵ a fenti felsorolás jó alapot nyújt egy szerződés teljes létszakának végig követéséhez, így alkalmas vezérfonal lehet a vonatkozó szabályok rendszerezéséhez is.

Az említettek alapján is érzékelhető, hogy a pénzügyi szektor, illetve az itt kínált termékek, szolgáltatások komplexitása folytán a fogyasztók minél hatékonyabb védelme több jogterület, sőt, számos más tudományterület által kínált eszközök, eredmények igénybevételét is megköveteli. Ennek megfelelően azt tapasztaljuk, hogy az egyes konkrét pénzügyi fogyasztóvédelmi előírások hazánkban több jogszabályban és egyéb előírásokban találhatók. Tulajdonképpen azt is mondhatjuk, hogy a pénzügyi fogyasztóvédelemről tág, szűk és még szűkebb értelemben is beszélhetünk: *tág értelemben* a soft law, sőt, egyéb tudományterületek eredményei is ide sorolhatók; *szűk, kimondottan jogi értelemben* a pénzügyi fogyasztóvédelem több jogág normáiban megtalálható norma-együttesként írható le; *még szűkebben* a kimondottan pénzügyi tárgyú viszonyokat szabályozó aktusok fogyasztóvédelmi rendelkezései tartoznak ide.⁵⁸⁶

Ami a *jogági kapcsolatokat* illeti, már maga az általános fogyasztóvédelmi jog is „egyfajta vegyes szakjog, amely a közjog és magánjog határán helyezkedik el. Számos szabályt tartalmaz a közigazgatási jog, a polgári jog, illetve a büntetőjog területén, anyagi jogi és eljárásjogi szabályokat egyaránt.”⁵⁸⁷ Ugyanígy megállapítható, hogy a pénzügyi fogyasztóvédelem szempontjából releváns normák jelen vannak a magánjog, a közigazgatási jog és a büntetőjog klasszikus tárgykörébe tartozónak tekintett szabályanyagában is.⁵⁸⁸ Ezt az alábbiakban a teljesség igénye nélkül néhány példával illusztrálom (az alkotmányjogi vonatkozásokat a fogyasztói jogok kapcsán érintem).

A magánjog, polgári jog és a fogyasztóvédelem szoros kapcsolatát mutatja, hogy az utóbbi bizonyos intézményei egyenesen a polgári jogi szabályozás fejlődésének eredményeként születtek meg. A fogyasztóvédelem látványos „betörését” a polgári jogba jól szemlélteti a fogyasztói szerződés fogalmának bekerülése az 1959. évi Polgári Törvénykönyvbe,⁵⁸⁹ amely felváltotta a „gazdálkodó szervezet és a fogyasztó közötti szerződés” szövegrészt. A Kódex azonban már ezt megelőzően, az 1959. évi szöveggel szabályozta a hibás teljesítés jogkövetkezményeit (szavatossági jogok, 305-308. §), a jótállást, mint a szavatosságnál szigorúbb szerződést biztosító mellékkötelezettséget (248. §), valamint a

⁵⁸⁵ Ld. Czajlik, Horváth & Sz. Pap, 2013, p. 434. A szerzők a Világbank által 2012-ben kiadott hatályos jogyakorlat-gyűjteményre hivatkozással a hatékony pénzügyi fogyasztóvédelmi szabályozás építőköveit az alábbiakban jelölik meg: 1. a *fogyasztók tájékoztatására* és a pénzügyi *termékek értékesítésére, az ügyfélkérdések felmérésére* vonatkozó szabályok; 2. a pénzügyi fogyasztóvédelem *intézményrendszerére* vonatkozó szabályok; 3. az *ügyfélkezelésre* vonatkozó szabályok, magatartási kódexek; 4. a számlavezetésre, a fogyasztók nyilvántartására vonatkozó szabályok; 5. a *banktitokra, adatvédelemre* vonatkozó szabályok; 6. a *védőhálóra* (pl. betétbiztosítás) vonatkozó szabályok; 7. a fogyasztói *jogviták* rendezésének szabályai.

⁵⁸⁶ Veres, 2018a, 182.

⁵⁸⁷ Hajnal, 2009a, pp. 1-12.

⁵⁸⁸ Ld. pl. Nagy, 2022, pp. 605-622. (Nagy Zoltán magát a pénzügyi fogyasztóvédelmet osztja két fő részre: pénzügyi fogyasztóvédelmi közjogra és magánjogra).

⁵⁸⁹ Ld. a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény, valamint egyes törvények fogyasztóvédelemmel összefüggő jogharmonizációs célú módosításáról szóló 2002. évi XXXVI. törvény.

szerződés megtámadásának okai között a tévedést, a megtévesztést és a fenyegetést (210-211. §). Fontos lépés volt az 1977. évi Novella is, amely szabályozta azon általános szerződési feltételek megtámadásával kapcsolatos lehetőségeket, amelyek a jogi személyeknek egyoldalú előnyt biztosítottak. Éppen húsz évvel később, az 1997. évi módosítás⁵⁹⁰ eredményeként a 209/C. § meghatározta az általános szerződési feltétel fogalmát, és számos garanciális, fogyasztót védő rendelkezés rögzítésre került. A 2014. március 15-én hatályba lépett Ptk. tovább bővítette a fogyasztókat védő rendelkezések körét (ld. pl. fogyasztói zálogszerződés, fogyasztó által vállalt kezesség⁵⁹¹). A polgári jog, különösen a fogyasztóvédelmi magánjog, a fogyasztói szerződések joga alapvető fontosságú rendelkezéseket tartalmaz a pénzügyi fogyasztóvédelem szempontjából, főként a pénzügyi szervezetek és ügyfelek közötti szerződések vonatkozásában.

A szakirodalom nem egységes a közigazgatás feladatait illetően, így a közigazgatási jog és a fogyasztóvédelem kapcsolata is többféle nézőpontból közelíthető meg: a fogyasztók védelme a közszolgáltatásokat nyújtó állami szervekkel szemben (ld. pl. egészségügy, oktatás, közbiztonság); fogyasztóvédelem a közigazgatás gazdaságszervező feladatkörében (ld. pl. versenyfelügyelet, pénz- és tőkepiacfelügyelet, árszabályozás); a közigazgatás, mint a fogyasztóvédelmi rendelkezések érvényre juttatója (ld. pl. kormányhivatal, GVH, MNB, Nébih, NMHH).⁵⁹² A különböző megközelítési módoktól függetlenül, közigazgatási szempontból az egyik legfontosabb kérdés a pénzügyi fogyasztóvédelem szempontjából a pénzügyi közvetítőrendszer felügyelete. A magyar szabályozás az idők folyamán többféle modellre is példát szolgáltatott (szektorspecifikus, központi bankon kívül integrált), 2013 októberétől azonban ezt a feladatot az MNB látja el.

A fogyasztóvédelem büntetőjogi eszköztárának megalkotása során nem szabad szem elől téveszteni a büntetőjog *ultima ratio* jellegét, így a büntetőjogot csak akkor alkalmazzuk, ha a többi jogág szankciói eredménytelenek maradnak. Mindazonáltal a fogyasztók büntetőjogi védelmére szolgáló egyes tényállások alkotmányosságát, létjogosultságát az Alkotmánybíróság is megerősítette.⁵⁹³ A büntetőjog fogyasztóvédelmi szerepének elismertségét jelzi, hogy a szakirodalomban előfordul a „fogyasztóvédelmi büntetőjog” kifejezés,⁵⁹⁴ illetve a jelenleg hatályos Btk. külön fejezetet szentel a „Fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények”-nek. E fejezetben az alábbi deliktumok nyertek elhelyezést: Rossz minőségű termék forgalomba hozatala (415. §), Megfelelőség hamis tanúsítása (416. §), Fogyasztók megtévesztése (417. §), Üzleti titok megsértése (418. §), Versenytárs utánzása (419. §), Versenyt korlátozó megállapodás közbeszerzési és koncessziós eljárásban (420. §). Fontos látni, hogy főként a pénzügyi fogyasztóvédelem

⁵⁹⁰ 1997. évi CXLIX. törvény a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény módosításáról.

⁵⁹¹ Ptk. 5:90. §, 6:430. §.

⁵⁹² Veres, 2018a, 77-80.

⁵⁹³ A 334/B/2004. sz. AB határozat az 1978. évi Btk. 292-294. §-át, illetve 296/A. §-át vizsgálta. A testület rámutatott, hogy e tényállások által az állam a fogyasztókat védi, azonban csak részben a büntetőjog eszközeivel, hiszen a társadalomra veszélyesség alacsonyabb fokát elérő cselekmények elkövetőit a szabálysértési jog szerint vonják felelősségre.

⁵⁹⁴ Ld. pl. Karsai, 2011.

szempontjából egyéb tényállásoknak is meghatározó szerepe lehet (ld. pl. csalás, uzso-rabűncselekmény, titoksértéssel kapcsolatos bűncselekmények, jogosulatlan pénzügyi te-vékenység).⁵⁹⁵

3. A szabályozás rendszere

A hazai pénzügyi fogyasztóvédelem körébe tartozó joganyag tételes felsorolása számos nehézségbe ütközik, hiszen a pénzügyi fogyasztóvédelem határvonalai képlékenyek. Ezért ehelyett a joganyag csoportosítására teszünk kísérletet; a kibocsátó, illetve a norma kötelező ereje szerint az alábbi kategóriákat különböztethetjük meg: az Európai Unió jogi aktusai, magyar jogszabályok, jogalkalmazó szervek döntései, soft law normák.⁵⁹⁶

3.1. Európai uniós aktusok

Az Európai Unió ún. másodlagos jogforrásai közül kötelező erővel bírnak a rendeletek, az irányelvek és a határozatok, a vélemények és az ajánlások pedig nem rendelkeznek köte-lező erővel. Ami a kötelező erejű aktusokat illeti, közülük a rendeletet teljes egészében, közvetlenül kell alkalmazni az Unió egész területén, az irányelv pedig kötelezően elérendő célokat tűz ki a címzett tagállamok számára, az egyes tagországok azonban saját maguk dolgozzák ki azokat a jogszabályokat, amelyek meghatározzák, hogyan fogják megvalósí-tani a kitűzött célokat (azaz az irányelvet a nemzeti jogba át kell ültetni, implementálni szükséges). A határozat olyan uniós jogszabály, amely a címzettjeire (pl. egy uniós tagál-lamra vagy egy adott vállalatra) nézve kötelező, és közvetlenül alkalmazandó.⁵⁹⁷

A magas szintű fogyasztóvédelem az Unió fontos célkitűzése. Pénzügyi fogyasztóvé-delmi szempontból példálózó jelleggel az alábbi, kimondottan a pénzügyi piacok egy-egy szegmensét érintő jelentősebb jogi aktusok említhetők meg (a legújabb, digitalizációval kapcsolatos szabályozásokat az 5. pontban mutatom be):

- az Európai Parlament és a Tanács 2008/48/EK irányelve (2008. április 23.) a *fogyasz-tói hitelmegállapodásokról* és a 87/102/EGK tanácsi irányelv hatályon kívüli elhelyezéséről, amely irányelvet felváltja 2026. november 20-tól az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2023/2225 irányelve (2023. október 18.) a fogyasztói hitelmegállapodásokról és a 2008/48/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről;
- az Európai Parlament és a Tanács 2002/65/EK irányelve (2002. szeptember 23.) a *fogyasztói pénzügyi szolgáltatások távértékesítéssel történő forgalmazásáról*, valamint a 90/619/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK irányelv és a 98/27/EK irányelv módosításáról;
- az Európai Parlament és a Tanács 2014/49/EU irányelve (2014. április 16.) a betétbiz-tosítási rendszerekről;
- az Európai Parlament és a Tanács 2009/138/EK irányelve (2009. november 25.) a biz-tosítási és viszontbiztosítási üzleti tevékenység megkezdéséről és gyakorlásáról (Szolven-cia II.);

⁵⁹⁵ Részletesebben ld. Veres, 2018a, pp. 58-71.

⁵⁹⁶ További csoportosítási szempontokhoz ld. pl. Veres, 2018a, pp. 182-185.

⁵⁹⁷ EU.eu: Jogszabálytípusok; https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/law/types-legislation_hu (2024.07.15).

– az Európai Parlament és a Tanács 97/9/EK irányelve (1997. március 3.) a befektető-kártalanítási rendszerekről.

3.2. Magyar jogszabályok

Az Alaptörvény T) cikk (2) bekezdése taxatív módon meghatározza a jogszabályok – mint általános, mindenkire nézve kötelező magatartásszabályok – körét. Eszerint jogszabály a törvény, a kormányrendelet, a miniszterelnöki rendelet, a miniszteri rendelet, az MNB elnökének rendelete, az önálló szabályozó szerv vezetőjének rendelete és az önkormányzati rendelet. A fogyasztóvédelem jogági kapcsolatainak áttekintése során hivatkozott normák mellett megállapítható, hogy a pénzügyi szektorokat szabályozó alapvető jogszabályok mindegyike tartalmaz pénzügyi fogyasztóvédelmi relevanciával rendelkező szabályokat. Ezeket a jobb áttekinthetőség érdekében az 1. táblázat mutatja be.

Szektor	Jogszabály	Néhány fogyasztóvédelmi szempontból releváns tárgykör
Pénzinté- zeti	Hpt.	szerződésre vonatkozó szabályok, egyoldalú szerződésmódosítás feltételei, tájékoztatás, panaszkezelés, betétbiztosítás
	Fht.	előzetes tájékoztatás, elállási jog, előtörlesztés
Befektetési	Tpt.	szabályozott piacra bevezetett értékpapír kibocsátójának tájékoztatási kötelezettsége, befektetővédelem
	Bszt.	reklámtevékenységre vonatkozó szabályok, ügyfelek tájékoztatása, szerződéskötés szabályai, panaszkezelés
Biztosítási	Bit.	tájékoztatás, szerződés elemei, panaszkezelés

1. táblázat: az egyes pénzügyi szektorokat szabályozó főbb jogszabályok tipikus szabályozási tárgykörei, forrás: saját szerkesztés.

3.3. Jogalkalmazó szervek aktusai

Míg a jogszabályok általánosságban, előre meg nem határozható számú esetre irányadók, addig a most tárgyalásra kerülő aktusok többnyire csak az adott ügyfelek számára tartalmaznak kötelező erejű rendelkezéseket (némi kivételt képeznek ez alól a Kúriának a joggyakorlat egységességét biztosító döntései).

3.3.1. Bírószági döntések

A felek közötti szerződésből fakadó vitás ügyeket főszabályként a bíróságok polgári peres eljárásban bírálják el. A bíróságok közül kiemelkedik a Kúria, amely számos, pénzügyi fogyasztóvédelmet érintő elvi jelentőségű döntést hozott. Bár hazánkban nincs precedens-jog (korlátozott precedens rendszer érvényesül), a bírósági jogalkalmazás egységének biztosítása a Kúria feladata, így az e körbe tartozó döntései kiemelkedő jelentőséggel bírnak.

A Kúria e feladatának ellátása körében *jogegységi határozatokat* hoz, valamint *kollégiumi véleményeket* fogad el és *elvi bírósági határozatokat*, *elvi bírósági döntéseket* tesz közzé.

A jogegységi határozatok közül pénzügyi fogyasztóvédelmi szempontból kiemelés érdemel a 6/2013. *Polgári jogegységi határozat*, amely a deviza alapú kölcsönszerződésekkel kapcsolatos perekben felmerült egyes elvi kérdések tárgyában rögzített fontos megállapításokat. Így mindenek előtt kimondta, hogy a deviza alapú kölcsönszerződés mint szerződés-típus önmagában amiatt, hogy a kedvezőbb kamatmérték ellenében az árfolyamkockázat az adósnál jelentkezik, nem ütközik jogszabályba, nem ütközik nyilvánvalóan a jóerkölcsbe, nem uzsorás szerződés, nem irányul lehetetlen szolgáltatásra és nem színlelt szerződés. Rögzítette továbbá, hogy a *bírói szerződésmódosítás* „arra szolgáló jogi eszköz, hogy egy-egy konkrét szerződés esetében orvosolja a felek tartós jogviszonyában a szerződéskötés után bekövetkezett körülményváltozások valamelyik fél lényeges jogos érdekét sértő hatását. Nem alkalmas jogi eszköz azonban arra, hogy társadalmi méretű gazdasági változásoknak azonos típusú szerződések nagy tömegét hasonlóan – csak az egyik fél számára hátrányosan – érintő következményeit orvosolja.” A deviza alapú fogyasztói kölcsönszerződések esetén a felek között *információs egyensúlyhiány* áll fenn. Ezt ellensúlyozandó a régi Hpt. speciális többlet tájékoztatási kötelezettséget írt elő a pénzügyi intézmények számára. Ahogy arra a Legfelsőbb Bíróság a BH2012/7/G.4. számon közzétett elvi határozatában már rámutatott, a pénzügyi intézménynek nem kellett arról nyilatkoznia, hogy a hosszabb távra kötött szerződés ideje alatt mi lehet az árfolyamváltozás felső határa, mert az árfolyam emelkedésének, csökkenésének nincs pontosan előre látható, kiszámítható mértéke.

Fontos megállapítást tett a Kúria a jogszabályi és bíróság általi szerződésmódosítás kapcsán is. Rögzítette, hogy ha „a jogalkotó a társadalmi méretű változásoknak a szerződések nagy tömegét hasonlóan érintő következményeit jogszabályi eszközökkel rendezte (pl. végtörlesztés, árfolyamrögzítés), a jogalkotói beavatkozás e körben az egyedi bírói mérlegelést kizárja. A jogszabályokkal érintett szerződések tekintetében egyedi esetekben a bírói konkrét módosítás azt eredményezné, hogy a jogszabályi formában megjelenő össztársadalmi mérlegelést az egyedi bírói döntések felülírnák.”

Mintegy a 6/2013-as PJE „folytatásaként”, a 2/2014. *Polgári jogegységi határozat* további megállapításokat tett a deviza alapú fogyasztói kölcsönszerződések (értve ezalatt a hitel-, kölcsön- és pénzügyi lízingszerződések) egyes rendelkezéseinek – a 6/2013. PJE által el nem bírált – tisztességtelensége tárgyában. Ezek közül kiemelendő, hogy az *árfolyamváltozás hatásait a fogyasztókra hárító rendelkezés tisztességtelensége* csak akkor állapítható meg, ha az általánosan tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő *átlagos fogyasztó* számára annak tartalma a szerződéskötéskor – figyelemmel a szerződés szövegére, valamint a pénzügyi intézménytől kapott tájékoztatásra is – nem volt világos, nem volt érthető.

Az *egyoldalú szerződésmódosítást* lehetővé tevő szerződéses rendelkezés akkor tisztességtelen, ha az nem felel meg a fogyasztói kölcsönszerződésben pénzügyi intézmény által alkalmazott általános szerződési feltételekben szereplő egyoldalú szerződésmódosítási jog tisztességtelenségéről szóló 2/2012.(XII.10.) PK véleményben felsorolt elveknek (egyszerű és érthető megfogalmazás elve, tételes meghatározás elve, objektivitás elve, ténylegesség és arányosság elve, átláthatóság elve, felmondhatóság elve, szimmetria elve).

A folyósításkor a pénzügyi intézmény által meghatározott vételi, a törlesztésekor pedig az eladási árfolyamok (*különnemű árfolyamok*) alkalmazása tisztességtelen, mert ezekkel szemben nem áll a fogyasztónak közvetlenül nyújtott szolgáltatás, így az számára indokolatlan költséget jelent; helyettük MNB-árfolyam alkalmazandó.

3.3.2. Felügyeleti aktusok

Ha az MNB megállapítja a fogyasztóvédelmi rendelkezések vagy a fogyasztóvédelmi ellenőrzés során hozott határozatának megsértését, az MNB törvényben meghatározott jogkövetkezmények alkalmazására, így akár fogyasztóvédelmi bírság kiszabására is sor kerülhet, sőt, bizonyos esetekben (pl. a fogyasztók széles körét érintő jogsértés esetén) e bírság kiszabása kötelező.⁵⁹⁸ Ennek összege 15 ezer Ft-tól akár 100 millió Ft-ig terjedhet,⁵⁹⁹ és kiszabására a legkülönbözőbb rendelkezések megsértése miatt került sor.⁶⁰⁰ Érdekes kérdést vet fel az alkalmazás köre, mivel a törvény „fogyasztóvédelmi rendelkezések” megsértése esetén teszi lehetővé a bírság kiszabását, azonban elméleti síkon nehezen behatárolható, hogy pontosan mely rendelkezések tartoznak e körbe. Az így keletkező jogbizonytalanság elkerülése érdekében az MNB tv. kísérletet tesz annak definiálására, hogy alkalmazása során mely rendelkezések tartoznak ide.⁶⁰¹ Egy ilyen tételes felsorolás azonban veszélyeket rejt magában, az így meghatározott lista nem tartalmazza például a fogyasztónak nyújtott hitellel kapcsolatos egyes tájékoztatási szabályokról szóló 56/2014. (XII. 31.) NGM rendeletet.

⁵⁹⁸ MNB tv. 88. § (1)–(4) bekezdések.

⁵⁹⁹ MNB tv. 89. §.

⁶⁰⁰ Így pl. a kamat, díj és egyéb költség vagy feltétel pénzügyi szolgáltatásra irányuló szerződésben való egyértelmű meghatározására vonatkozó jogszabályi rendelkezések be nem tartása miatt (MNB H-FH-I-B-3/2022. sz. határozat a CIB Bank Zrt.-vel szemben).

⁶⁰¹ Ld. MNB tv. 81. § (1) bekezdés. Az MNB kérelemre vagy hivatalból indított eljárás keretében ellenőrzi a) a 39. §-ban meghatározott törvények hatálya alá tartozó személy vagy szervezet által nyújtott szolgáltatást igénybe vevő fogyasztóval szemben tanúsítandó magatartásra vonatkozó kötelezettséget megállapító, a 39. §-ban meghatározott törvények vagy az azok végrehajtására kiadott jogszabályban, továbbá az Európai Unió általános hatályú, közvetlenül alkalmazandó jogi aktusában előírt rendelkezések, b) a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény rendelkezéseinek, c) a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló törvény rendelkezéseinek, d) az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló törvény rendelkezéseinek [az a)–d) pont a továbbiakban együtt: *fogyasztóvédelmi rendelkezések*], továbbá e) az e törvény szerinti pénzügyi fogyasztói jogvitával kapcsolatos kötelezettség betartását, és – ide nem értve a szerződés létrejöttének, érvényességének, joghatásainak és megszűnésének, továbbá a szerződésszegésnek és annak joghatásainak megállapítását – eljár e rendelkezések megsértése esetén (a továbbiakban: fogyasztóvédelmi eljárás).

3.3.3. Egyéb szervek döntései

A GVH jár el minden olyan, a Tptv. hatálya alá tartozó ügyben, amely nem tartozik a bíróság hatáskörébe,⁶⁰² továbbá a piaci verseny érdemi érintettsége esetén számos egyéb jogszabály által szabályozott jogviszony esetében.⁶⁰³ Ezek közül témánk szempontjából az Fttv.-nek lehet jelentősége.⁶⁰⁴

Hazánkban – igaz meglehetősen rövid ideig – számos más országhoz hasonlóan létezett kifejezetten *pénzügyi ombudsman*,⁶⁰⁵ azonban ezen ombudsman és a PBT hatásköre átfedéseket mutatott, így e párhuzamosságok fenntartása nem volt indokolt.

Ugyanakkor a klasszikus ombudsman, az *alapvető jogok biztosa* is számos esetben foglalkozott a pénzügyi fogyasztóvédelemmel. A hajléktalanná válás és a hajléktalan lét kérdéseit érintő projekt keretében vizsgálta a pénzügyi szolgáltatók ügyfeleinek jogvédelmét, és több problémát is összegzett. Ezek egyike, hogy a jogbiztonság követelménye, valamint a tisztességes eljáráshoz való jog sérelmét állapította meg azzal kapcsolatban, hogy a PSZÁF és az NFH egyike sem jár el a pénzügyi szolgáltatók által okozott fogyasztói jog-sérelmek esetén, ugyanis hatásköreik átfedik egymást. Másrészt rögzítette, hogy véget kellene vetni annak a gyakorlatnak, amelyben árverezéskor a lakóingatlanok a valódi értéknél lényegesen alacsonyabb áron kelnek el, miközben az adós elveszti a lakását, de megmarad a tartozása.⁶⁰⁶

3.4. Soft law

Ellentétben a jogszabályokkal és a jogalkalmazói döntésekkel, a *soft law* körébe tartozó normák jogi úton közvetlenül nem kikényszeríthetők. Jelentőségüket az adja, hogy egyrészt a jog nem alkalmas minden szituáció teljeskörű szabályozására, másrészt az egyes szakmai szervezetek által megalkotott előírásokat a tagok többnyire önként betartják. Sokszor piaci/marketing értéke is van annak, ha egy szervezet a jogi előírásokon túlmutatóan is élen jár valamely területen.

⁶⁰² Ld. pl. Vj-32/2009/15. sz. határozat, amelyben a Versenytanács megállapította, hogy a szolgáltató a Posta HozamÖr Plusz termékének biztonságosságával és a termék ajánlott befektetési időtartamával kapcsolatosan a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított. A Vj-21-025/2009. sz. határozatában a Versenytanács megállapította, hogy a Kereskedelmi és Hitelbank Zrt. a lakáscélú hitelek és az ingatlanfedezet mellett nyújtott személyi hitelek kapcsán az ún. otthonvédelmi programról a 2006. áprilisi, 2006. augusztusi, 2007. februári és a 2007. áprilisi reklámkampány során adott, továbbá a kampányidőszakokon kívül is a honlapján szereplő egyes tájékoztatásaival a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított.

⁶⁰³ https://www.gvh.hu/fogyasztoknak/mikor_forduljon_a_gvh-hoz

⁶⁰⁴ A GVH a VJ/18/2017. sz. ügyben meghozott – kötelezettségvállalás teljesítésére kötelező – határozatában rögzítette: a GVH észlelte, hogy „a PayPal (Europe) S.à r.l. et Cie, S.C.A. valószínűsíthetően időszerűtlen módon tájékoztatja felhasználóit a szolgáltatásai igénybevétele során az általa bonyolított tranzakciók esetében alkalmazott alapértelmezett árfolyam beállításáról, illetve annak módosítási lehetőségeiről, módjáról. A fenti magatartás vonatkozásában felmerül, hogy a PayPal az Fttv. 7. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

⁶⁰⁵ Részletesen ld. Veres, 2018b.

⁶⁰⁶ Szabó, 2008; további fontos megállapításokat tett az ombudsman az ún. pénzügyi jogi projekt keretében: ld. Hajas, 2011.

E körben meg kell említeni a pénzügyi szektor egyes területein létrejött szakmai szervezetek által megalkotott kódexeket (pl. Magyar Biztosítók Szövetsége,⁶⁰⁷ Magyar Bankszövetség⁶⁰⁸), valamint a pénzügyi szolgáltatók által önkéntesen tett vállalásokat, amelyeket gyakran az ún. vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR)⁶⁰⁹ jegyében tesznek.

4. A pénzügyi fogyasztóvédelem érvényesülésének garanciái: a fogyasztói jogok és a jogérvényesítési lehetőségek, különös tekintettel a tájékoztatáshoz való jogra és a megtévesztés tilalmára

4.1. A fogyasztók jogai általában és egyes pénzügyi jogviszonyokban

4.1.1. A fogyasztók jogai általában

Az Alaptörvény M) cikk (2) bekezdés második mondata értelmében Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és *védi a fogyasztók jogait*. Kétségtelen, hogy e rendelkezés által a fogyasztóvédelem szó szerint is alkotmányos szintre emelkedett, azonban ezen utalás inkább ún. *államcél*⁶¹⁰ tekinthető, amelyből konkrét közhatalmi aktus megtételének kötelezettsége nem keletkezik, de a védelmi szint csökkentése alaptörvényellenes lehet. Ehhez képest Salamon László alkotmánybíró úgy foglalt állást, hogy a fogyasztók jogai „az M) cikkben államcélként megfogalmazott alaptörvényi védelem alatt állnak, amely körülmény az állam beavatkozása számára önmagában is alkotmányos lehetőséget teremt”.⁶¹¹ Lenkovics Barnabás alkotmánybíró ennél is tovább ment és hangsúlyozta, hogy „az államnak nem csupán alkotmányos lehetősége, hanem alkotmányos kötelessége is, hogy biztosítsa a tisztességes gazdasági verseny feltételeit, hogy fellépjen az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védje a fogyasztók jogait”.⁶¹²

Tény mindenesetre, hogy a fogyasztók jogait az Alaptörvény konkrétan nem nevesíti, a kollektív fogyasztói jogok a hatályos rendelkezés szerint alkotmányos alapjognak nem tekinthetők.

⁶⁰⁷ Magyar Biztosítók Szövetségének Etikai és Versenykódexe (2011. március 25.); <https://mabisz.hu/wp-content/uploads/2018/09/etikai-es-versenykodex.pdf>

⁶⁰⁸ Magyar Bankszövetség, Magatartási Kódex. Ajánlás a pénzügyi szervezetek ügyfelekkel és partnereikkel szembeni magatartásáról (2015. november 2.); https://www.bankszovetseg.hu/Content/alapdokumentumok/Magatartasi-Kodex_20151021_Honlapra.pdf

⁶⁰⁹ A vállalati társadalmi felelősségvállalás azt jelenti, hogy a vállalatok felelősséget vállalnak viselkedésükért és annak a társadalomra gyakorolt hatásáért. A CSR a versenyképesség tekintetében jelentősnek minősül, és bebizonyosodott, hogy a kockázatkezelés, a költségmegtakarítás, a tőkéhez való hozzáférés, az ügyfélkapcsolatok, az emberierőforrás-menedzsment és az innovációs kapacitás tekintetében is előnyökkel jár. Az Európai Bizottság 2011-es CSR-stratégiája arra ösztönzi a vállalatokat, hogy az érintett felekkel történő szoros együttműködésben alakítsanak ki „a társadalmi, környezeti, etikai, emberi jogi és fogyasztói kérdések üzleti tevékenységükbe és alapstratégiájukba való beépítését szolgáló folyamatokat”; https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=LEGISSUM:corporate_social_responsibility

⁶¹⁰ Az államcélok olyan, az alkotmányokban szereplő, az állam számára irányt mutató célkitűzések, amelyekből alanyi jogi jogosultság nem következik, és amelyek alapján a törvényhozás sem kötelezhető semmiféle alanyi jogi jogosultságot biztosító törvény meghozatalára. Az államcélokhoz közjogi felelősség nem kapcsolódik, csupán politikai. Közzolgálati Online Lexikon; <https://lexikon.uni-nke.hu/szocikk/allamcel/>

⁶¹¹ 33/2015. (XII. 3.) AB határozat, Salamon László alkotmánybíró párhuzamos indokolása.

⁶¹² 8/2014. (III. 20.) AB határozat, Lenkovics Barnabás alkotmánybíró párhuzamos indokolása.

Adódik a kérdés, *mik is a fogyasztói jogok/alapjogok?* Ezzel kapcsolatban leggyakrabban Kennedy amerikai elnök 1962-ben megfogalmazott katalógusára szokás hivatkozni, amely a következő fogyasztói jogokat tartalmazta: a fogyasztók egészségének és biztonságának védelme; a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme; a fogyasztók tájékoztatása és oktatása; a fogyasztói kárigények érvényesíthetősége (jogorvoslathoz való jog); a fogyasztók képviselése.⁶¹³

Európában, az EGK 1975. április 14-én elfogadta a Fogyasztói Jogok Közös Piaci Magna Chartáját, amely a következő fogyasztói jogokat rögzítette: az egészség és biztonság védelméhez, a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelméhez, a kárigény érvényesítéséhez, az információhoz és az oktatáshoz, illetve a képviselőhöz való jog.⁶¹⁴

Az ENSZ az 1985-ben hatályba lépett Fogyasztóvédelmi Irányelveiben a következő fogyasztói alapjogokat nevesítette: alapvető szükségletek kielégítéséhez való jog; veszélyes termékek és eljárások ellen való tiltakozás joga (biztonsághoz való jog); megfontolt választáshoz szükséges tények ismeretének joga (tájékoztatáshoz való jog); különféle termékek és szolgáltatások közötti választás joga (választáshoz való jog); a kormány irányelveinek meghatározásába és a végrehajtásba való beleszólás joga (képviselethez való jog); a jogos panaszok tisztességes rendezéséhez való jog (jogorvoslathoz való jog); a tájékozott és tudatos fogyasztóvá váláshoz szükséges ismeretek és tudás elsajátításához való jog (oktatáshoz való jog); jog az egészséges és elviselhető környezetben való élethez (tisztá környezethez való jog).

4.1.2. A fogyasztók jogai és a pénzügyi fogyasztóvédelem

A fent írt fogyasztói jogok többségének pénzügyi szempontból is van relevanciája. Így például a fogyasztók biztonságának védelme megköveteli, hogy az egyébként is veszélyes üzemnek minősülő piacokon⁶¹⁵ nem megfelelő termékek ne kerülhessenek forgalmazásra, vagy azok értékesítését a megfelelő szervek tiltsák be. A fogyasztók tájékoztatáshoz való joga kiemelkedő jelentőségű, így erről a 4.2. pontban szólnunk részletesebben, míg a jogorvoslathoz való jogot a 4.3. pont alatt tárgyalom.

Az Alkotmánybíróság is több határozatában foglalkozott pénzügyi fogyasztóvédelmet érintő kérdésekkel, jórészt a devizahitelezéssel kapcsolatban, de ezen problémát megelőzően is. Az indítványozók rendre a *jogállamiság és a pacta sunt servanda elvének sérelmét* állították, valamint a *visszaható hatályú jogalkotást* vélelmezték e körben.

Egy adott ügyben az indítványozók az otthonvédelemmel összefüggő egyes törvények módosításáról szóló 2011. évi CXXI. törvény (végtörlesztési törvény), valamint a régi Hpt. egyes rendelkezései alaptörvény-ellenességének megállapítását és kihirdetésükre visszamenőleges hatályú megsemmisítését kérték. Álláspontjuk szerint a szerződési szabadság elvébe ütközik a régi Hpt. támadott rendelkezése, mivel nem felel meg a magánjogi jogviszonyokba való állami beavatkozással szemben felállított alkotmányos, valamint észszerűségi követelménynek, hiszen a devizaadósok egy kisebb, kevésbé támogatásra szoruló csoportját hozta előnyös helyzetbe. A támadott jogalkotás a kivételes beavatkozás elvével sem

⁶¹³ Kennedy, 1962.

⁶¹⁴ Rösler, 2003, pp. 13., 15.; hivatkozta: Bencsik, 2012, p. 31. (91. lj.).

⁶¹⁵ Nemec & Wright, 2000, pp. 29-32.; hivatkozta: Lovas & Horváth, 2018.

összeegyeztethető. A testület álláspontja szerint a jogalkotó a végtörlesztési törvénnyel „egy nemzetközi válság következtében Magyarországon előállt *jelentős, kivételes és súlyos helyzetre reagált*. Mindebből nem lehet azt a következtetést levonni, hogy egyébként ne tartaná tiszteletben a magánjogi viszonyokat.”⁶¹⁶ Az Alkotmánybíróság megítélése szerint „a devizaárfolyamoknak az állami intervenciót kiváltó mértékű változása olyan előre nem látható körülmény volt, melynek bekövetkezésére megalapozottan számítani nem lehetett.”

4.2. A tájékoztatáshoz való jog és a megtévesztés elleni védelem

A fogyasztók jogai közül kiemelkedő jelentőséggel bír a tájékoztatáshoz való jog, ezt a Fogyasztóvédelmi Portál is hangsúlyozza, amikor úgy fogalmaz, hogy a fogyasztóvédelem „esszenciális magja a tájékoztatáshoz való jog.”⁶¹⁷ A szakirodalom álláspontja egyértelmű abban a tekintetben, hogy a tájékoztatási szabályok *kiemelkedő fontosságú részét képezik a pénzügyi fogyasztóvédelemnek is*. Hajnal Zsolt 2009-ben adott a szektor egészére vonatkozó áttekintést,⁶¹⁸ amelyben hangsúlyosan megjelenik, hogy a felmerülő fogyasztóvédelmi problémák „elsősorban a nem megfelelő tájékoztatásnak és a fogyasztói informátlanságnak voltak köszönhetőek.” Jó tíz évvel később, több szektorra, illetve a pénzügyi fogyasztóvédelemre általánosságban kiterjedő perspektívából vizsgálja a kérdéskört az azóta keletkezett kutatási eredmények felhasználásával Nagy Zoltán és Csák Csilla tanulmánya,⁶¹⁹ kiemelve, hogy „a pénzügyi piacok szabályozásának oka és célja lett tehát az ügyfelek védelme, a pénzügyi rendszer zavartalan működése, az információs aszimmetria csökkentése és a tisztességes versenyfeltételek biztosítása.” Egy másik, a pénzügyi fogyasztóvédelmi szabályozás három fő irányát megkülönböztető tanulmány az információs szabályozást külön irányként nevesíti.⁶²⁰ E jog fontossága ellenére annak tényleges tartalmával, a tájékoztatás megfelelőségével (pl. mikor tekinthető közérthetőnek, világosnak, átláthatónak) a szakirodalom részletesen nem foglalkozik, noha a vonatkozó joganyag és joggyakorlat a rendszerváltozás óta számottevő gyarapodáson esett át.⁶²¹

Az egyes pénzügyi ágazatokban irányadó tájékoztatási szabályok tárgyalása előtt kiemelendő, hogy már az 1959. évi Polgári Törvénykönyv valamennyi szerződésre vonatkozóan rögzítette, hogy a felek a szerződés megkötésénél kötelesek együttműködni, és figyelem-

⁶¹⁶ 3048/2013. (II. 28.) AB határozat, Indokolás [36] bekezdés.

⁶¹⁷ Fogyasztóvédelmi Portál: *Hová fordulhatok panaszommal?* 2022. augusztus 25-én közzétett bejegyzés; https://fogyasztovedelem.kormany.hu/#/hova_fordulhatok_vasarlokent_panaszommal

⁶¹⁸ Hajnal, 2009b, pp. 11-23.

⁶¹⁹ Nagy & Csák, 2021, pp. 226-237.

⁶²⁰ Lovas & Horváth, 2018, pp. 223-252.

⁶²¹ Jól szemlélteti mindezt a pénzügyi szektor szabályozásának fejlődése. Amíg a pénzügyi szektorról és a pénzügyi tevékenységről szóló 1991. évi LXIX. törvény mindössze egyetlen szakaszban foglalta össze az ügyfelek tájékoztatására vonatkozó szabályokat, addig az új Hpt. önálló fejezetet szentel az ügyfelek védelmének. A fogyasztónak nyújtott hitelek ráadásul külön törvény vonatkozik, és alsóbb szintű jogszabályok is születtek a témában, ld. pl. a fogyasztónak nyújtott hitellel kapcsolatos egyes tájékoztatási szabályokról szóló 56/2014. (XII. 31.) NGM rendelet. Hasonló gyarapodás a többi szektorban is megfigyelhető. Az egyes szektorokra vonatkozó szabályozás fejlődésével kapcsolatban ld. Veres, Z. (2024).

mel kell lenniük egymás jogos érdekeire, valamint a *szerződéskötést megelőzően is tájékoztatniuk kell egymást* a megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről [205. § (3) bekezdés].

4.2.1. Tájékoztatási szabályok az egyes pénzügyi piacokon

A *pénzügyi szektorban* a szabályozás gerincét az új Hpt. képezi, amelyben az ügyfelek (valamennyi ügyfél, nemcsak a fogyasztók) tájékoztatására vonatkozó rendelkezéseket a jogalkotó „Az ügyfelek védelme” címet viselő XIII. Fejezetben helyezte el. A tájékoztatás kapcsán az új Hpt. garantálja az üzletszabályzatok, szerződési feltételek és a kamatok, díjak, költségek megismerhetőségét.⁶²² A fejezet külön szabályokat tartalmaz a kereskedelmi kommunikációra, a betétesek tájékoztatására, az időszakos tájékoztatásra és az ügyfelek tájékozódása szempontjából kiemelkedő jelentőségű üzletszabályzatra. Amíg az új Hpt. szabályai általánosságban minden ügyfél tájékoztatására vonatkoznak, az Fht. a fogyasztónak minősülő (*quasi laikus*) ügyfelek tekintetében tartalmaz többlet követelményeket. Az Fht. hatálya főszabályként a fogyasztónak nyújtott hitelre terjed ki, függetlenül attól, hogy azt a hitelező pénzügyi szolgáltatásként nyújtja-e vagy nem. A törvény uniós jogi aktusoknak való megfelelés érdekében született,⁶²³ és számos olyan előremutató előírást tartalmaz, amely a pénzügyi fogyasztóvédelem fontos intézményévé vált (pl. hitelszerződés tartalmára vonatkozó követelmények, fogyasztó elállási joga, előtörlesztés, hiteltúllépés).

A *tőkepiaci szektorban* a Tpt. a megjelenése óta számos módosításon átesett. Már a közlönyállapot is rögzítette a rendszeres és rendkívüli tájékoztatás szabályait. A szolgáltatók tevékenységi szabályai keretében szólt a szerződés megkötéséről, amelynek során a szolgáltatót széleskörű tájékoztatási kötelezettség terheli.⁶²⁴ A Tpt. 3. számú melléklete a tájékoztató kötelező tartalmi elemeit, az 5. és a 6. számú melléklet a rendszeres és a rendkívüli tájékoztatások kötelező tartalmi elemeit nevesítette.

A szektorban irányadó másik jogszabály, a Bszt. X. Fejezete „Az ügyfelek tájékoztatására vonatkozó szabályok” címet viseli. A szolgáltató köteles a szerződés teljes időtartama alatt az ügyfeleit tájékoztatni, az alábbiak szerint:

- a XI. Fejezet a szerződéskötés szabályai körében előírja az előzetes tájékoztatási (43. §) és tájékozódási kötelezettséget (44-46. §);

- a XIII. Fejezet a szerződés teljesítése és végrehajtása kapcsán rögzíti, hogy a befektetési vállalkozás megfelelően tájékoztatja ügyfeleit a végrehajtási politikáról; ennek során „*világosan és kellően részletesen, az ügyfelek által könnyen értelmezhető módon* ismerteti, hogy a befektetési vállalkozás hogyan fogja végrehajtani ügyfelei megbízásait”;⁶²⁵

- a szolgáltató a megbízás végrehajtását követően is köteles tájékoztatni az ügyfelet a végrehajtás tényéről és az ahhoz kapcsolódó információkról.⁶²⁶

⁶²² Ld. új Hpt. 271. §.

⁶²³ Ld. mindenekelőtt az Európai Parlament és a Tanács 2008/48/EK irányelve (2008. április 23.) a fogyasztói hitelmegállapodásokról és a 87/102/EGK tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről.

⁶²⁴ Tpt. 115. § (1) bekezdés.

⁶²⁵ Bszt. 63. § (3) bekezdés.

⁶²⁶ Bszt. 67. §.

A *biztosítási szektorban* a hatályos Bit. alapvetően az „Ügyfélforgalommal kapcsolatos szabályok” címet viselő XI. Fejezetben tárgyalja az ügyfelek tájékoztatására vonatkozó szabályokat, de emellett a jogszabály számos pontján találunk elszórta a tájékoztatásra vonatkozó rendelkezéseket.⁶²⁷ Kiindulópont, hogy már a *szerződés megkötése előtt* kellő időben, *bizonyítható és azonosítható módon, világos, pontos, közérthető, egyértelmű, nem félrevezető, tisztességes, részletes és díjmentes írásbeli tájékoztatást kell adni* a szerződést kötni kívánó ügyfél részére a törvényben felsorolt körülményekről.⁶²⁸ Ezen kívül bizonyos esetekben a Bit. további tájékoztatási kötelezettséget ír elő, például csomagban történő értékesítés vagy ún. unit-linked biztosítások (befektetési egységhez kötött életbiztosítási termék) esetén.

Összegzésként a megvizsgált joganyagokban foglalt egyes, tájékoztatásra vonatkozó követelmények értelmezése kapcsán a következőket rögzíthetjük. Az áttekintett jogszabályok bár gyakran eltérő szóhasználattal élve, de lényegében az alábbi fontosabb követelményeket fogalmazták meg a tájékoztatással kapcsolatban: *közérthetőség* (világosság, egyértelműség), *még hozzá az átlagfogyasztó*⁶²⁹ számára, *részletesség* (minden körülményre kiterjedően), *időszerűség*, azaz a szerződés megkötése előtt, a szerződéskötés során és a szerződés valamennyi létszakában fennálló folyamatos tájékoztatás.

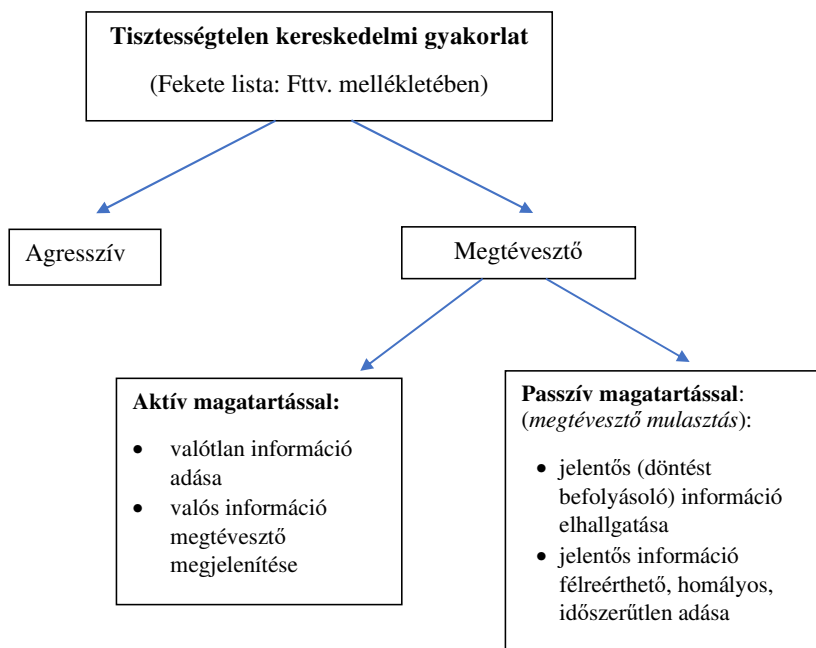
4.2.2. A megtévesztés elleni védelem

Az Fttv. rendelkezései meghatározzák, hogy mi minősül tisztességtelen (3. §), megtévesztő (6-7. §) és agresszív (8. §) kereskedelmi gyakorlatnak (ld. 2. ábra). Ezek kapcsán kiemelt jelentősége van a megfelelő tájékoztatásnak, hiszen az Fttv. elsősorban olyan magatartásokkal szemben kíván védelmet nyújtani, amelyek a fogyasztó megfelelő üzleti döntését torzíthatják. Az Fttv. melléklete 35 db olyan tényállást nevesít, amelyek tisztességtelen gyakorlatnak minősülnek (ún. „fekete lista”). Tekintettel arra, hogy a versenyt érintő jogsértések kapcsán – az Fttv.-ben foglaltak szerint – elsődlegesen a GVH jár el, e szervnek kiemelkedő jelentősége van a megtévesztés elleni védelemben.

⁶²⁷ Ld. pl. Bit. 123/A.§ (kárrendezési tájékoztató), 158/B. § (biztosítási termékismertető), 158/C. § (keresztértékesítéssel kapcsolatos tájékoztatás), 166/B-F. § (biztosítási alapú befektetési termékekre vonatkozó tájékoztatásra vonatkozó követelmények).

⁶²⁸ Bit. 152. § (1) bekezdés, a tájékoztatás részletes tartalmát pedig a Bit. 4. melléklete szabályozza.

⁶²⁹ Az átlagfogyasztó fontos viszonyítási pont a legtöbb jogi normában, jogalkalmazási aktusban, ugyanakkor pontos határait nehéz kijelölni. Ld. pl. az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról (UCP irányelv), (18) preambulumbekkezdés; az átlagfogyasztó megfelelően tájékozott, figyelmes és körültekintő, figyelembe véve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is.



2. ábra: a tisztességtelen, az agresszív és a megtévesztő kereskedelmi gyakorlat fogalomrendszere.

4.3. A pénzügyi fogyasztók rendelkezésére álló jogérvényesítési lehetőségek Magyarországon

A fogyasztók jogait számos állami szerv, szervezet (pl. fővárosi és vármegyei kormányhivatalok, GVH, MNB, Nébih, NMHH) is védi. A pénzügyi szervezetek és fogyasztóik vitás ügyeket elsősorban egymás között kell, hogy megkíséreljék rendezni, tehát a *fogyasztó panaszával elsősorban a pénzügyi szolgáltatóhoz fordulhat*. Az MNB tv. is rögzíti, hogy a fogyasztóvédelmi eljárás kérelemre történő megindításának feltétele, hogy a fogyasztó a szervezetnél azonosítására alkalmas tartalommal, szóban vagy írásban a személy vagy szervezet szolgáltatásával vagy eljárásával kapcsolatos panaszát már korábban előterjesztette. Ha azonban a panaszára nem kapott választ, vagy a panasz kivizsgálása nem a vonatkozó szabályok szerint történt, vagy a szervezet válaszából egyéb, fogyasztói jogot sértő körülményt vélelmez, az *MNB-nél fogyasztóvédelmi eljárás indítható*.⁶³⁰ Az MNB a fogyasztóvédelmi eljárás keretében jogosult az ügyletkötést szabályozó rendelkezések betartását próbäügyletkötés keretében ellenőrizni. Ha az eljárás eredményeként a Felügyelet jogsértést állapít meg, a 88. §-ban felsorolt szankciók alkalmazására jogosult.

Fontos kiemelni, hogy sem az MNB, sem más hatóság (például a verseny érdemi érintettsége esetén a GVH) nem jogosult a fogyasztó és a pénzügyi szolgáltató közötti, szolgáltatás igénybevételére vonatkozó jogviszony létrejöttével és teljesítésével kapcsolatos vitás ügy (ún. *pénzügyi fogyasztói jogvita*) eldöntésére. Ez ugyanis elsődlegesen *bírósági* útra tartozik. Ehelyett lehetőség van alternatív vitarendezési módok valamelyikét is igénybe

⁶³⁰ Ld. MNB tv. 81. § (3) bekezdés.

venni. Ilyen vitarendezési lehetőség a *választottbíróság* (kereskedelmi jogviszonyokban felmerült jogvitáknak állami bírósági peres eljárás helyett a felek által választott eljárásban történő eldöntése),⁶³¹ vagy a 2011-ben létrejött PBT. Mivel a választottbírószági út igénybevétele minden fél beleegyezését feltételezi, fogyasztóvédelmi szempontból nagyobb jelentősége van a PBT előtti eljárásnak, amelynek szabályait az MNB tv. VIII. Fejezete tartalmazza. Az eljárás *előnye* röviden, hogy a bírósági útnál olcsóbb (eljárása ingyenes és nincs jogi képviselő igénybevitelére irányuló kötelezettség sem, csupán az esetleges postais és fénymásolási költségeket kell a feleknek viselniük) és gyorsabb (fő szabály szerint 90 nap az eljárás befejezésének határideje),⁶³² *hátránya*, hogy csak korlátozott körben eredményezhet kötelező erejű határozatot.⁶³³

5. A pénzügyi fogyasztóvédelem előtt álló egyes kihívásokról

Miként arra Halász Zsolt rámutat, a szabályozási rendszer változásait az éppen aktuális problémákra adandó jogalkotási válaszok határozzák meg. A pénzügyek területén a 2000-es évek elején a kockázatok megfelelő kezelésére, majd a 2008-ban kezdődött pénzügyi válság által felvetett prudenciális és fogyasztóvédelmi kérdésekre kellett a jogalkotónak válaszokat adnia,⁶³⁴ ezt követően pedig egyre erőteljesebben szembesül a *digitalizáció* kihívásaival. Részben ezzel összefüggésben *új szereplők* jelentek és jelennek meg a pénzügyi piacokon, amelyek nehezen illeszthetők az eddigi szabályozási keretrendszerbe, számos bizonytalanságot és ezáltal kockázatot generálva. Az új szolgáltatók természetesen *új termékeket, szolgáltatásokat* kínálnak az ügyfelek részére, amelyeket ugyancsak szabályozni szükséges. A szabályozással szembeni egyik fő kihívás, hogy egy ilyen gyorsan változó környezetben „a túlzottan normatív, ugyanakkor felületes szabályozás nem kívánt hatásokat eredményezhet. Ezzel egyidejűleg annak a kockázata is fennáll, hogy a szakpolitikai és szabályozási keretek aktualizálásának elmulasztása az egyre globalizálódó piacon hátrányos helyzetbe hozza az uniós pénzügyi szolgáltatókat. Lehetséges továbbá, például a kiberbiztonság esetében, hogy kulcskockázatok maradnak kezeletlenül.”⁶³⁵

⁶³¹ Ennek szabályait a 2017. évi LX. törvény a választottbíráskodásról tartalmazza.

⁶³² Ld. MNB tv. 112. § (5) bekezdés. Ld. még pl. MNB (2023). *Pénzügyi Békéltető Testület. Pénzügyi Navigátor 2023*. (<https://www.mnb.hu/letoltes/penzugyi-bekelteto-testulet.pdf>).

⁶³³ Ld. MNB tv. 113. § (1)–(2) bekezdés. *Egyezség hiányában* a tanács az ügy érdemében *a)* kötelezést tartalmazó határozatot hoz, ha a kérelem megalapozott, és a 39. §-ban meghatározott törvények hatálya alá tartozó személy vagy szervezet általános alávetési nyilatkozatában, kereskedelmi kommunikációjában közölt vagy az eljárás kezdetekor vagy legkésőbb a döntés meghozataláig tett nyilatkozatában a Pénzügyi Békéltető Testület döntését magára nézve kötelezőként elismerte, vagy *b)* ajánlást tesz, ha a kérelem megalapozott, azonban a 39. §-ban meghatározott törvények hatálya alá tartozó személy vagy szervezet az eljárás kezdetekor úgy nyilatkozott, hogy a tanács döntését kötelezőként nem ismeri el, illetve ha a tanács döntésének elismeréséről egyáltalán nem nyilatkozott. (2) A tanács egyezség hiányában akkor is kötelezést tartalmazó határozatot hozhat, ha a 39. §-ban meghatározott törvények hatálya alá tartozó személy vagy szervezet alávetési nyilatkozatot nem tett, de a kérelem megalapozott és a fogyasztó érvényesíteni kívánt igénye – sem a kérelemben, sem a kötelezést tartalmazó határozat meghozatalakor – nem haladja meg a kétmillió forintot.

⁶³⁴ Halász, 2022, 75–83.

⁶³⁵ Európai Bizottság, 2018, p. 109.

5.1. Digitalizáció, digitális pénzügyi eszközök és szolgáltatások

5.1.1. A digitalizációról

„A huszonegyedik században a digitalizáció folyamatosan átalakítja a társadalom életét, hétköznapijainkat, a kultúra egészét, az információs és kommunikációs technológiát, a vállalkozások ipari és kereskedelmi tevékenységét, a bankok tevékenységét, a médiát, a versenyképességet, továbbá az oktatást és a szakképzést.”⁶³⁶ A digitalizáció fogalmának meghatározása előtt a *digitalizálás* lényegének megértése szükséges, ugyanis ez teszi lehetővé a digitalizációt. A digitalizálás technikailag analóg jelek, hangok, képek, szövegek digitális jellé alakítására irányuló műveletet jelent, amelynek során más hordozón már megjelent művet (szöveget, képet, hangot) számítógépen olvasható, kódolt formába teszünk át.⁶³⁷ A digitális üzleti transzformáció „olyan potenciált hordoz magában, ami felforgatja, megintgatja a hagyományos szolgáltatók pozícióját, átalakítja a piacokat, méghozzá gyorsabban, mint a történelem során bármikor.”⁶³⁸

Az ún. *digitális átállás* az Európai Uniónak is az egyik legfontosabb prioritása az elkövetkező időszakra, amelynek hatásai a pénzügyi szektorban is számottevőek. Az Unió első *pénzügyi technológiai cselekvési tervét*⁶³⁹ a Bizottság 2018 márciusában terjesztette elő az azzal a céllal, hogy lehetővé tegye az uniós pénzügyi ágazat számára az ágazatot átalakító új technológiákban rejlő előnyök kiaknázását, mivel ezek „lehetővé teszik azt, hogy a pénzügyi technológián alapuló megoldások révén javuljanak a finanszírozáshoz jutás, valamint a pénzügyi integráció feltételei a digitális hálózatokhoz csatlakozó polgárok számára. Mindez irányító szerepet ad az ügyfeleknek, támogatja a működési hatékonyságot, és még versenyképesebbé teszi az Unió gazdaságát.”⁶⁴⁰

Az új technológiák kapcsán elterjedt *FinTech* kifejezés a Financial Technologies szavak rövidítése, amely pénzügyi technológiákat jelent és eleinte a központi pénzügyi rendszerekre, technológiákra utalt. A kifejezés eredete a Citigroup által az 1990-es években kezdeményezett „Pénzügyi Szolgáltatások Technológiai Konzorcium” nevű projekthez köthető, amelynek célja az innovatív megoldások fejlesztésének támogatása volt a pénzügyi szektor szereplői közötti együttműködés erősítésén. Bár általánosan elfogadott, egységes FinTech definícióval nem rendelkezünk – sőt sokszor a megközelítésmódok is eltérőek⁶⁴¹ –, mai értelemben már sokkal inkább a digitális, pénzügyi szolgáltatásokat segítő vagy megújító *megoldásokra* és az azokat *fejlesztő cégekre* használatos gyűjtőfogalomról van szó. Habár a pénzügyi technológiákat hagyományosan az ún. inkumbens vállalatok (a piacon már jelenlevő, hagyományos pénzügyi intézmények)⁶⁴² fejlesztik és üzemeltetik, a FinTech kifejezés elsősorban a harmadik feles, bankoktól sok esetben független szolgáltatókra és technológia vállalatokra utal, akik a banki adatvagyonra rácsatlakozva vagy a banki infrastruktúrát átalakítva, pénzintézetekkel partnerségben vagy velük versenyezve nyújtanak

⁶³⁶ Guellec & Paunov, 2018; hivatkozva Tattay, 2021, pp. 121-140.

⁶³⁷ Dési & Nagy, 2001.

⁶³⁸ Bradley at al., 2015; hivatkozva Sényi, 2021.

⁶³⁹ Európai Bizottság, 2018, p. 109.

⁶⁴⁰ Európai Bizottság, 2018, Bevezetés.

⁶⁴¹ Horváth, 2020, pp. 16-29.

⁶⁴² Ld. Fáykiss, Papp, Sajtos & Törös, 2018, pp. 43-67.

valamilyen pénzügyi szolgáltatást.⁶⁴³ Tágabb értelemben a kifejezés olyan *technológia vezérelt pénzügyi innovációt* jelent, amely „új üzleti modelleket, alkalmazásokat vagy termékeket eredményezhet, amelyek érdemi hatással lehetnek a pénzügyi intézményekre, a pénzügyi szolgáltatásokra és a pénzügyi piacokra.”⁶⁴⁴



3. ábra: a FinTech innovációk csoportosítása, forrás: Christensen (1997) alapján saját szerkesztés.⁶⁴⁵

A fent vázolt jelenségekre már az Európai Unió jogalkotása is reagált: elfogadásra került egy digitális pénzügyi csomag, amely az alábbi elemeket tartalmazta:

– az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2023/1114 rendelete (2023. május 31.) a kriptoeszközök piacairól, valamint az 1093/2010/EU és az 1095/2010/EU rendelet, továbbá a 2013/36/EU és az (EU) 2019/1937 irányelv módosításáról („MiCA rendelet”);

– az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/858 rendelete (2022. május 30.) a megosztott főkönyvi technológián alapuló piaci infrastruktúrák kísérleti rendszeréről, valamint a 600/2014/EU és a 909/2014/EU rendelet, továbbá a 2014/65/EU irányelv módosításáról („DLT rendelet”);

– az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2554 rendelete (2022. december 14.) a pénzügyi ágazat digitális működési rezilienciájáról, valamint az 1060/2009/EK, a 648/2012/EU, a 600/2014/EU, a 909/2014/EU és az (EU) 2016/1011 rendelet módosításáról („DORA rendelet”).

Ezen jogi aktusok fontosabb szabályozási tárgyköreit, a jogalkotói célokat a fejezet végén található 3. táblázat foglalja össze.

⁶⁴³ Hold Lexikon: Fintech (<https://hold.hu/lexikon/fintech-cegek-magyarorszagon-fintech-jelentese/>).

⁶⁴⁴ Fáykiss et al., 2018, p. 45.

⁶⁴⁵ Christensen, 1997.

5.1.2. Digitális pénzügyi eszközök, szolgáltatások

A pénzügyi eszközök kifejezést a köznyelv, de még egyes jogi normák⁶⁴⁶ is többféle értelemben használják; a számunkra releváns fogalmát a Bszt. határozza meg,⁶⁴⁷ leegyszerűsítve ide tartozik minden, amivel kereskedni lehet (pl. értékpapír, határidős ügylet, csereügylet).

A MNB álláspontja szerint mivel a *kriptoeszköz* jelenleg nem szerepel a Bszt. 6. §-a szerinti felsorolásban, az *főszabály szerint nem minősül pénzügyi eszköznek, így digitális pénzügyi eszköznek sem*. Ugyanakkor nem zárható ki, hogy létezik olyan kriptoeszköz, amelynek a tulajdonságait vizsgálva arra lehet jutni, hogy mégis valamely pénzügyi eszközzel egyenértékű lehet.⁶⁴⁸

Mit értünk tehát digitális pénzügyi eszköz alatt? Egy kézenfekvő, ugyanakkor nem teljes körű válaszként kínálkozik a DLT rendelet, amely a *DLT-alapú pénzügyi eszköz* fogalmi kategóriájával operál, ahová a megosztott főkönyvi technológia használatával kibocsátott, rögzített, átruházott és tárolt pénzügyi eszközök tartoznak. Ide sorolhatók: egyrészt egyes részvények; másrészt a kötvények és az értékpapírosított adósság egyéb formái, beleértve az ilyen értékpapírok tekintetében kiadott letéti igazolásokat vagy pénzpiaci eszközöket, egészen 1 milliárd EUR-nál kisebb kibocsátási nagysággal (kivételt képeznek azok az eszközök, amelyek a származtatott eszközöket magukba foglalják, vagy szerkezetükből adódóan az ügyfél számára megnehezítik a fennálló kockázatok felmérését; harmadrészt az átruházható értékpapírokkal foglalkozó kollektív befektetési vállalkozások (ÁÉKBV) befektetési jegyei, a kezelt eszközállomány 500 millió EUR-t meg nem haladó piaci értékéig, kivéve meghatározott strukturált ÁÉKBV-ket.⁶⁴⁹

⁶⁴⁶ Ld. pl. Az Európai Parlament és a Tanács (EU, Euratom) 2018/1046 rendelete (2018. július 18.) az Unió általános költségvetésére alkalmazandó pénzügyi szabályokról, az 1296/2013/EU, az 1301/2013/EU, az 1303/2013/EU, az 1304/2013/EU, az 1309/2013/EU, az 1316/2013/EU, a 223/2014/EU és a 283/2014/EU rendelet és az 541/2014/EU határozat módosításáról, valamint a 966/2012/EU, Euratom rendelet hatályon kívül helyezéséről, 2. cikk 29. pont, amely a költségvetésből nyújtott uniós pénzügyi támogatási intézkedést nevezi pénzügyi eszköznek; a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény is tartalmaz „pénzügyi eszköz” meghatározást, ld. 3. § (9) bekezdés 1. pont.

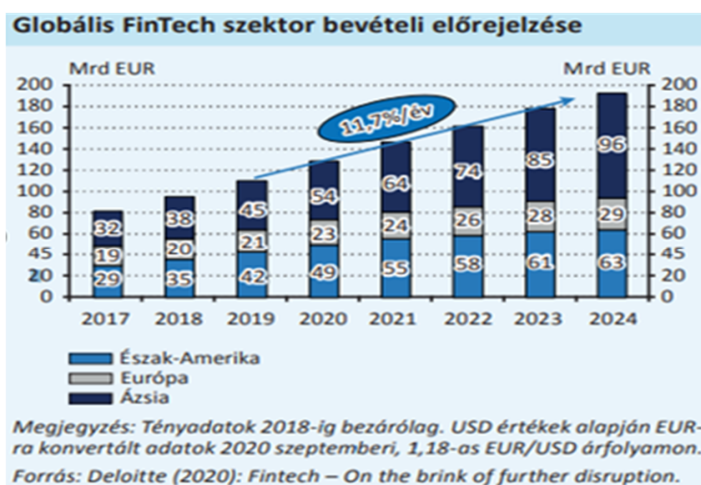
⁶⁴⁷ Bszt. 6. §.

⁶⁴⁸ MNB, 2023. január 25-i állásfoglalás.

⁶⁴⁹ Breszkovics, 2023, pp. 68, 58-70.

5.2. Új szereplők megjelenése: FinTech, BigTech cégek a pénzügyi piacokon

A piaci versenyben általános jelenség, hogy új szereplők jelennek meg, ezek és a korábban már jelenlévők küzdenek a fogyasztókért. Különösen igaz ez a pénzügyi szektorra, ahol az informatikai fejlődés eredményeként a digitális megoldásokkal operáló szolgáltatások folyamatos fejlődésen mennek keresztül. *Egyes tevékenységek* (pl. folyószámlaegyenleg-változások nyomon követése, az adatmódosítások, a megtakarítások kezelése) *online módon végrehajtva* kényelmi, költségmegtakarítási, nyilvántartási és egyéb szempontokat is figyelembe véve *szolgálják mind a fogyasztók, mind a szolgáltatók érdekeit*.⁶⁵⁰ Bár a pénzügyi szektor hagyományosan élen járt a technológiai fejlesztések területén, a 2008-as válság több okból (romló tőkehelyzet, csökkenő jövedelmezőség, alacsony fogyasztói bizalom, növekvő szabályozói elvárások)⁶⁵¹ *törést* hozott e téren. A nagy mennyiségű adattal (Big Data)⁶⁵² operáló óriás technológiai vállalatok (BigTech)⁶⁵³ és startupok működése nagymértékben támaszkodik a digitalizációra és a különféle online platformokra, így ezen piaci szereplők alacsony költségszinttel képesek működni, aktivitásuk árleszorító hatással jár-



4. ábra: a FinTech szektor bevételeinek növekedése, forrás: MNB.⁶⁵⁴

hat.⁶⁵⁵ A digitális bankolás és az ún. neobankok (kizárólag applikáción keresztül elérhető, hagyományos bankfiókokkal nem rendelkező cégek) elterjedését a koronavírus járvány is elősegítette.

⁶⁵⁰ Lakatos, Balogh & Czine, 2022, pp. 1-28.

⁶⁵¹ Stevenson & Wolfers, 2011, pp. 281-287.; hivatkozza Fáykiss et al, 2018, p. 44.

⁶⁵² Big Datának azt a nagy mennyiségű különböző információt nevezzük, amely növekvő volumenben és sebességben keletkezik, egyébként gyakran célzott adatbányászatból. Pintér & Herczeg, 2023, pp. 39-56.

⁶⁵³ Az ún. BigTech-cégek „nagy tőkeerjű, érett életciklusú technológiai vállalatok. Különböző alaptevékenységekkel rendelkeznek, amelyekhez kapcsolódnak közösségi médiaplatformok, keresőmotorok, amelyek nem pénzügyi jellegűek.” E vállalatok közös jellemzője, hogy fő üzletáguk hatalmas mennyiségű adatot generál, és komoly szakértelemmel rendelkeznek ezen adatok kezeléséhez és elemzéséhez. Pintér & Herczeg, 2023, p. 45.

⁶⁵⁴ MNB, 2021. május 12-i jelentés.

⁶⁵⁵ Invitech Blog: A pénzügyi szektor digitalizációs trendjei (<https://www.invitech.hu/techpercek/a-penzugyi-szektor-digitalizacios-trendjei>).

A fent említett *pozitívumok* mellett azonban jelenlétük számottevő *kockázatokat* is hordoz magában. E körben kiemelendő, hogy az inkumbens szereplőkre számos olyan előírás vonatkozik, amelyek többletterhet rónak rájuk, ugyanakkor ezen rendelkezéseknek a FinTech vállalatoknak nem kell eleget tenniük (pl. kötelező betétbiztosítás, ügyfélszolgálatra vonatkozó előírások). Ezen szabályok nagy része a fogyasztókat védi,⁶⁵⁶ így ezek hiánya számukra komoly kockázatot jelent, csakúgy, mint az adatok megfelelő védelmének biztosítása.

Ami az inkumbens és neobankok viszonyát illeti, többféle forráskönyv ismert a hagyományos bankok jövőjét illetően. Alessandro Hatami⁶⁵⁷ az alábbi scenáriókat vázolta fel:

– „Jobb bank” létrejöttéről beszélhetünk, ha az inkumbensek észrevették a kihívásokat, a működésüket az ügyfelek igényeihez igazították, a kapcsolatot velük digitális csatornákon keresztül tartják, az ügyfelek nagy részét megtartották, a munkatársakat felvértezték az új kihívásoknak való megfelelésre;

– „Új bankok” (neobankok) uralma: a régi bankok alulmaradtak a versenyben, az ügyfeleiket elvesztették, akik átpártoltak az új, gyorsabb, agilisabb, igényeiket maximálisan kiszolgáló bankokhoz;

– „Megosztott bank”: a versenyben párhuzamosan olyan új vállalkozások alakultak ki, akik a klasszikus banki tevékenység egy-egy szeletét hasították csak ki; nem akarnak bankként működni, teret hagyva a klasszikus intézményeknek, csak azt a bizonyos tevékenységet kínálják az ügyfeleknek kiemelten jól;

– „Háttérbank”: csak háttértámogatást nyújtanak, felügyeleti, engedélyező tevékenység a feladatuk, jelentős kockázatvállalás mellett;

– „Diszintermediált bank”: az ügyfelek mivel nem kedvelték a bankjukat, egyre több banki szolgáltatást tettek át a kedveltebb szolgáltatóikhoz; esetükben úgy érezték, hogy megbízhatóbbak, és kevésbé használják ki őket, mint a bankjaik; a háttérben azonban továbbra is a bankok dolgoznak, akik szolgáltatnak, de az ügyfeleiket már nem birtokolják.

Ami a fogyasztókat illeti, a legtöbb felmérés azt mutatja, hogy örülnek a gyorsabb és olcsóbb pénzügyi szolgáltatásoknak, de szükségük van a hagyományos bankok által nyújtott biztonságra, és elsősorban a már régóta piacon lévő bankokban bízna.⁶⁵⁸

5.3. A közösségi finanszírozás, mint a FinTech-forradalom egyik sikertörténete

A bemutatott új (és hozzájuk egyre inkább felzárkózva az inkumbens) szereplők által nyújtott digitális szolgáltatások számbavétele szinte lehetetlen, az alábbiakban ezért csupán egy, széles tömegek számára forrásgyűjtési és/vagy befektetési lehetőséget nyújtó konstrukciót, a közösségi finanszírozást (crowdfunding) tekintem át röviden. Ennek *jelentőségét* jól érzékelteti az a megállapítás, miszerint „a FinTech-forradalom egyik mérhető sikertörténete, hogy miként vált az adomány és előfizetés jellegű közösségi finanszírozás a hagyományos

⁶⁵⁶ Horváth, 2020, p. 26.

⁶⁵⁷ Hatami, 2015; hivatkozva: Kerényi & Müller, 2019, pp. 5-33.

⁶⁵⁸ Kerényi & Müller, 2019, p. 30.

forrásgyűjtési módszerek – mint a klasszikus banki finanszírozás vagy a kockázati tőkebefektetések – alternatívájává.”⁶⁵⁹ Mit is értünk közösségi finanszírozás alatt? Ezzel kapcsolatban számtalan definícióval találkozhatunk, általános jelleggel megállapítható, hogy „innovatív ötletek és korai fázisú vállalkozások számára nyújt *alternatív forrásgyűjtési lehetőséget* – tömegek megszólításával – internetes platformokon keresztül többféle üzleti modell szerint.”⁶⁶⁰

Noha a konstrukció számos lehetőséget hordoz magában, *kockázatokkal* is számolni kell. A legjelentősebb kockázati faktorok a hitel-, illetve a partnerekockázat. A személyes kapcsolat hiányából adódóan problémát okozhat a megtévesztés, illetve a nem megfelelő informálás is. Az online működés sajátossága, hogy nehezebb a hitelfelvevő által szolgáltatott adatokat megfelelően ellenőrizni, és nagyobb a pénzmosás kockázata is. Nem elhanyagolható körülmény az sem, hogy a „platformok nagy része kisvállalkozásként korlátozott erőforrásokkal, feltételezhetően gyengébb kontrollokkal és vállalatirányítási rendszerrel működik, összevetve a pénzügyi szolgáltató iparág sztenderdjeivel.”⁶⁶¹

A fenti kockázatok, illetve azok egy része megfelelő szabályozással mérsékelhető. Ebbe az irányba tett jelentős lépésként 2020. október 7-én az Európai Parlament és Tanács megalkotta a közösségi finanszírozási üzleti szolgáltatókra vonatkozó rendeletet⁶⁶² (ECSPR), amelynek preambuluma az alábbi elemeket rögzíti: A közösségi finanszírozás egyre inkább bevett *alternatív finanszírozási forma* - az induló innovatív vállalkozások, valamint a kis- és középvállalkozások (kkv-k) számára, - jellemzően kis összegű befektetésekre támaszkodik, - egyre jelentősebb közvetítési forma, amelynek keretében a közösségi finanszírozási szolgáltató – anélkül, hogy saját maga kockázatot vállalna – egy *nyilvánosan hozzáférhető digitális platformot működtet* azzal a céllal, hogy kapcsolatba hozza a leendő befektetőket és hitelezőket a finanszírozási forrást kereső vállalkozásokkal, illetve megkönnyítse kapcsolatfelvételüket, – történhet hitelek, illetve átruházható értékpapírok vagy közösségi finanszírozási célokra használható egyéb eszközök megvásárlása révén.⁶⁶³

Bár a szakirodalom nem teljesen egységes a tipizálást illetően, *a közösségi finanszírozás fő típusait és modelljeit* az alábbi táblázat foglalja össze.

⁶⁵⁹ Jogiforum.hu: Crowdfunding, avagy a közösségi finanszírozás mint forrásbevonás jelene és jövője (2024.04.26.; <https://www.jogiforum.hu/cikk/2024/04/26/crowdfunding-avagy-a-kozossegi-finansziroz-as-jelene-es-jovoje/>).

⁶⁶⁰ Kuti & Hornyák, 2017, pp. 28-45.

⁶⁶¹ Bethlendi & Végh, 2014, pp. 102-126.

⁶⁶² Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2020/1503 rendelete (2020. október 7.) az európai közösségi finanszírozási üzleti szolgáltatókról, valamint az (EU) 2017/1129 rendelet és az (EU) 2019/1937 irányelv módosításáról (HL L 347., 2020.10.20, pp. 1-49.).

⁶⁶³ Ld. ECSPR (1) preambulumbekzdés.

Típusai	Adománycélú	A kampányok szociális, társadalmi céllal jönnek létre, a finanszírozók nem várnak el semmilyen ellenszolgáltatást a támogatásukért.
	Jutalomcélú	A finanszírozók a forrásaikért cserébe ellenszolgáltatásban (ajándéktárgy, kampány során létrehozott végtermék) részesülnek.
	Részvénycélú	A finanszírozó befektetőnek tekinthető, részesedést szerez az induló vállalkozásban és osztalékot kap; célja, hogy később ezt a részesedést magasabb áron tudja eladni, mint amennyiért szerezte.
	Hitelalapú	A finanszírozó hitelezőként lép fel, kamatot kap a támogatásért, célja, hogy magasabb hozamot realizáljon, mint a piaci körülmények között.
Modelljei	Keep it all (Tartsd meg mind.)	A kampánygazda minden beérkezett támogatást megtarthat, függetlenül attól, hogy elérték-e a céljukat. Adomány- és jutalomcélú projekteknél jellemző.
	All or nothing (Mindent vagy semmit.)	A kampánygazdák csak akkor juthatnak hozzá a beérkezett forrásokhoz, ha elérték finanszírozási céljukat.

2. táblázat: a közösségi finanszírozás fő típusai és modelljei, forrás: Hold Lexikon alapján saját szerkesztés.⁶⁶⁴

Ami a *fogyasztóvédelmi* (ebben a kontextusban *befektetővédelmi*) *vonatkozásokat* illeti, az ECSPR IV. Fejezete „A befektetők védelme” címet viseli. Ebben kiemelt helyet kap az ügyfelek tájékoztatása (19. cikk). A tudatos döntéshozatalt segíti a szerződés kötést megelőző gondolkodási időszak (22. cikk). Ez alatt a tapasztalatlan befektető indokolás és szankció nélkül bármikor visszavonhatja a közösségi finanszírozási ajánlatra tett befektetési ajánlatát vagy szándéknyilatkozatát. A kiemelt befektetési információkat külön, meghatározott tartalmú adatlapon kell összefoglalni, amely kinyomtatva legfeljebb hat A4-es oldalból állhat.⁶⁶⁵

A fogyasztóvédelmi szabályok között hagyományosan helyet kapnak a *reklámokra* vonatkozó előírások, ennek megfelelően az ECSPR V. Fejezete tartalmazza a marketingközlményekre vonatkozó szabályokat. Alapvető követelmény, hogy maga a marketingközlemény egyértelműen felismerhető, a benne foglalt információtartalom tisztességes és egyértelmű, a kiemelt befektetési információkkal összhangban álló legyen.⁶⁶⁶

⁶⁶⁴ Hold Lexikon: Közöségi finanszírozás (<https://hold.hu/lexikon/kozossegi-finansziroz-as-oldalak-magyar-or-szag/>).

⁶⁶⁵ Ld. ECSPR 23. cikk.

⁶⁶⁶ Ld. ECSPR 27. cikk (1)–(2) bekezdés.

6. Összefoglalás

A fogyasztóvédelem jogi szempontú megközelítésében látható, hogy az e körbe sorolható normák – sokszínűségük folytán – a klasszikus közjog–magánjog megkülönböztetés alapján egyik nagy területbe sem sorolhatók be, hiszen a fogyasztókat védő rendelkezések mind a közjog (alkotmányjog, közigazgatási jog, büntetőjog), mind a magánjog (polgári jog) szabályanyagában jelen vannak. Ugyanez igaz a pénzügyi fogyasztóvédelemre is, amely ugyaszerű fejlődésen ment keresztül, hazánkban elsősorban a 2008-as válságot követően.

A növekvő joganyag ellenére a technikai fejlődés és az életviszonyok változása újabb (szabályozási és egyéb) kihívásokat hoztak felszínre, amelyek kezelése várhatóan a reguláció további növekedését fogja eredményezni. Az egyelőre megállíthatatlannak tűnő mennyiségi bővülés ugyanakkor egy ponton túl akár a szándékolt céllal ellentétes hatást is kiválthat, hiszen a fogyasztók számára kiismerhetetlenné válik, a kínálati oldal számára pedig számos mechanizmus működtetését, további szakértők foglalkoztatását, technológiai fejlesztéseket és egyéb követelményeket előírva jelentős költségnövekedést eredményez, rontva a szereplők versenyképességét a piacra belépni szándékozó, eredetileg egyéb területeken tevékenykedő entitásokkal szemben.

A globalizáció és digitalizáció terjedése a felügyeleti szerveket is komoly kihívások elé állítja, hiszen például egy blokkláncon alapuló szolgáltatás esetén nehézséget jelenthet a szolgáltató kilétének (pl. nemzeti hovatartozásának) megállapítása, amely gyakorlatilag a jogkövetkezmények alkalmazását, így végső soron a fogyasztók hatékony védelmét ássa alá. Ezért bár a szabályozó és felügyeleti szerveknek folyamatosan adaptálódniuk szükséges az újabb és újabb kihívásokhoz, a hatékony fogyasztóvédelem nem képzelhető el a fogyasztói tudatosság növelése nélkül. Így paradox módon az állami beavatkozás erősödésével párhuzamosan a római jogi *Caveat emptor!* („Óvakodjon a vevő!”)⁶⁶⁷ követelménye sem veszít érvényéből.

⁶⁶⁷ A rabszolgák és igásállatok piaci vétele esetén az *aedilis curulis edictuma* határozta meg, hogy az eladónak a portéka nyakába függesztett kis táblán kellett jól láthatóan és valósághűen ismertetnie az áru jellegzetességeit, feltüntetve a jó és rossz tulajdonságokat is. Az eladó, legalábbis egy meghatározott ideig, feltétlen helytállással tartozott az áru rejtett hibájáért, a látható, kellő körülményekkel észlelhetőkért azonban nem, hiszen a vevőnek is résen kellett lennie az áru megvizsgálása során. Ezt fejezte ki a „*caveat emptor!*” felszólítás. Ld. Tóth, é. n., p. 5.

	MiCA - (EU) 2023/1114 rendelet	DLT - (EU) 2022/858 rendelet	DORA - (EU) 2022/2554 rendelet
Rövidítés magyará- zata	Markets in Crypto As- sets: a kriptoeszközök piacai	Distributed Ledger Technology (DLT): megosztott főkönyvi technológia	Digital Operational Re- silience Act
Célja/ Megalko- tás indoka	Egységes szabályok és jogbiztonság megte- remtése a kriptoeszkö- zök európai pia- cán; a fogyasztóvédelem biz- tosítása, a pénzügyi stabilitást veszélyez- tető kockázatok csök- kentése; az innováció támogatása; verseny- képesség javítása.	Megteremtette a jogi le- hetőséget a piaci sze- replők számára a pénz- ügyi eszközök tokeni- zálására és a megosztott főkönyvi technológiá- val kapcsolatos tapaszt- alatszerzésre; a pénz- ügyi eszköznek minő- sülő tokenizált eszkö- zök (DLT financial inst- rument) létrehozásával a kereskedési és keres- kedés utáni folyamatok hatékonyságának növe- lését célozza.	Megköveteli, hogy a pénzügyi szervezetek az infokommunikációs technológiával (IKT) kapcsolatos zavarokkal és fenyegetésekkel szemben megfelelő el- lenállóképességgel ren- delkezzenek; kibertáma- dások észlelésére és az esetleges működési za- varok kezelésére kohe- rens szabályokat vezet be, ezzel támogatva a di- gitális pénzügyi rend- szerekbe vetett bizalom erősítését.
Néhány szabályo- zási tárgykör	Az EU-ban szolgálta- tást nyújtani kívánó kriptoeszköz-szolgál- tatók csak engedély birtokában működhet- nek (meghatározott át- meneti időszak eltelté- vel); egyes kriptoesz- köz-szolgáltatások nyújtására vonatko- zóan további egyedi feltételek előírása; a le- endő kriptoeszköz-bir- tokosok, mint fogyasztó- k megfelelő tájékoz- tatása kiemelt hang- súlyt kap → főszabály szerint világosan és	Hatéves mentességet, illetve eltérési lehetősé- get biztosít egyes uniós jogszabályok rendelkezé- sei alól a piaci infra- struktúrák új, DLT-re kidolgozott válfajai számára; tartalmazza a kérhető mentességek korlátozott listáját és feltételeit, ezáltal egy- séges követelmények megállapításával jog- biztonságot és rugal- masságot biztosít azon piaci szereplők szá- mára, akik DLT-alapú piaci infrastruktúrát kí-	Arra vonatkozó szabá- lyok alkotása, hogy a pénzügyi rendszer részt- vevői rendelkezzenek a kibertámadások enyhí- téséhez szükséges bizto- sítékokkal, és az esetle- ges IKT-zavarok során – a szolgáltatásaik szüne- tetése nélkül – kezelni tudják a digitális bizton- sági eseményeket és fe- nyyegetéseket. Öt alap- pillére: 1. kockázatkeze- lés; 2. monitoring és je- lentés – IKT vonatko- zású biztonsági esemé- nyek osztályozása és je-

	érthetően megfogalmazott alapidokumentumot (<i>white paper</i>) kell összeállítani, közzétenni; a hatálya alá tartozó tevékenységek <i>felügyelete</i> tekintetében az illetékes nemzeti hatóságok az Európai Bankhatósággal és az Értékpapír-piaci Hatósággal szorosan együttműködnek.	vánnak működtetni; valamennyi DLT-alapú pénzügyi eszköz aggregált piaci értéke nem haladhatja meg a 6 milliárd EUR-t.	lentéstétel a jelentős eseményekről; 3. tesztelés – előre definiált IKT vizsgálati eszközök, rendszerek és módszertanok szerint; 4. harmadik féltől eredő kockázatok – kezelésükre stratégiakészítés; 5. információ-megosztás – pénzügyi szervezetek egymás között megoszthatják a kiber fenyegetéssel kapcsolatos információkat.
--	---	---	---

3. táblázat: az EU Digitális pénzügyi csomagjának fő pillérei, forrás: MNB alapján saját szerkesztés.⁶⁶⁸

7. Forrás- és irodalomjegyzék

- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2023/1114 rendelete (2023. május 31.) a kriptoeszközök piacairól, valamint az 1093/2010/EU és az 1095/2010/EU rendelet, továbbá a 2013/36/EU és az (EU) 2019/1937 irányelv módosításáról („MiCA rendelet”)
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/858 rendelete (2022. május 30.) a megosztott főkönyvi technológián alapuló piaci infrastruktúrák kísérleti rendszeréről, valamint a 600/2014/EU és a 909/2014/EU rendelet, továbbá a 2014/65/EU irányelv módosításáról („DLT rendelet”).
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2554 rendelete (2022. december 14.) a pénzügyi ágazat digitális működési rezilienciájáról, valamint az 1060/2009/EK, a 648/2012/EU, a 600/2014/EU, a 909/2014/EU és az (EU) 2016/1011 rendelet módosításáról („DORA rendelet”).
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2020/1503 rendelete (2020. október 7.) az európai közösségi finanszírozási üzleti szolgáltatókról, valamint az (EU) 2017/1129 rendelet és az (EU) 2019/1937 irányelv módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU, Euratom) 2018/1046 rendelete (2018. július 18.) az Unió általános költségvetésére alkalmazandó pénzügyi szabályokról, az 1296/2013/EU, az 1301/2013/EU, az 1303/2013/EU, az 1304/2013/EU, az 1309/2013/EU, az 1316/2013/EU, a 223/2014/EU és a 283/2014/EU rendelet és az 541/2014/EU határozat módosításáról, valamint a 966/2012/EU, Euratom rendelet hatályon kívül helyezéséről, 2. cikk 29. pont.
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2023/2225 irányelve (2023. október 18.) a fogyasztói hitelmegállapodásokról és a 2008/48/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről.

⁶⁶⁸ MNB, 2023. júliusi jelentés.

- Az Európai Parlament és a Tanács 2014/49/EU irányelve (2014. április 16.) a betétbiztosítási rendszerekről.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2009/138/EK irányelve (2009. november 25.) a biztosítási és viszontbiztosítási üzleti tevékenység megkezdéséről és gyakorlásáról (Szolvencia II.).
- Az Európai Parlament és a Tanács 2008/48/EK irányelve (2008. április 23.) a fogyasztói hitelmegállapodásokról és a 87/102/EGK tanácsi irányelv hatályon kívüli elhelyezéséről.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2002/65/EK irányelve (2002. szeptember 23.) a fogyasztói pénzügyi szolgáltatások távértékesítéssel történő forgalmazásáról, valamint a 90/619/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK irányelv és a 98/27/EK irányelv módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 97/9/EK irányelve (1997. március 3.) a befektetőkártalanítási rendszerekről.
- Európai Bizottság (2018). Pénzügyi technológiai cselekvési terv: Egy versenykéesebb és innovatívabb európai pénzügyi ágazat felé. COM(2018) 109.
- Alaptörvény M) cikk (2) bekezdés, T) cikk (2) bekezdés.
- 2017. évi LX. törvény a választottbíráskodásról.
- 2013. évi CCXXXVII. törvény a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról.
- 2013. évi CXXXIX. törvény a Magyar Nemzeti Bankról.
- 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről.
- 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról.
- 2007. évi CXXXVIII. törvény a befektetési vállalkozásokról és az árutőzsdei szolgáltatókról, valamint az általuk végezhető tevékenységek szabályairól.
- 2002. évi XXXVI. törvény a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény, valamint egyes törvények fogyasztóvédelemmel összefüggő jogharmonizációs célú módosításáról.
- 2001. évi CXX. törvény a tőkepiacról.
- 2000. évi C. törvény a számvitelről 3. § (9) bekezdés 1. pont.
- 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről.
- 1997. évi CXLIX. törvény a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről szóló 1959. évi IV. törvény módosításáról.
- 1996. évi CXII. törvény a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról.
- 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról.
- a pénzintézetekről és a pénzintézeti tevékenységről szóló 1991. évi LXIX. törvény.

- 1978. évi IV. törvény a Büntető Törvénykönyvről.
- 56/2014. (XII. 31.) NGM rendelet a fogyasztónak nyújtott hitellel kapcsolatos egyes tájékoztatási szabályokról.
- 3048/2013. (II. 28.) AB határozat.
- 334/B/2004. AB határozat (2006. március 28.).
- 33/2015. (XII. 3.) AB határozat, Dr. Salamon László alkotmánybíró párhuzamos indokolása.
- 8/2014. (III. 20.) AB határozat, Dr. Lenkovics Barnabás alkotmánybíró párhuzamos indokolása.
- 2/2014. Polgári jogegységi határozat.
- 6/2013. Polgári jogegységi határozat.
- 2/2012. (XII. 10.) PK vélemény.
- BH2012/7/G.4. sz.
- MNB H-FH-I-B-3/2022. sz. határozat.
- VJ/18/2017. sz. határozat.
- Vj-32/2009/15. sz. határozat.
- Vj-21-025/2009. sz. határozat. <https://doi.org/10.1088/1126-6708/2009/03/025>
- MNB (2023). *Állásfoglalás pénzügyi eszközökhöz és kriptopiaci eszközökhöz kapcsolódó oktató anyagokat biztosító előfizetési platformra vonatkozóan*. 2023. január 25. (https://alk.mnb.hu/data/cms2609141/12566_2023_kozzeteteli_peldany.pdf).
- MNB (2023). *FinTech és digitalizációs jelentés*. 2023. július (<https://www.mnb.hu/letoltes/final-hu-fintech-e-s-digitaliza-cio-s-jelente-s-2023.pdf>).
- MNB (2021). *FinTech és digitalizációs jelentés*. 2021. május 12. 6. ábra (<https://www.mnb.hu/letoltes/fintech-e-s-digitaliza-cio-s-jelente-s-2021.pdf>).
- MNB (2023). *Pénzügyi Békeltető Testület. Pénzügyi Navigátor 2023*. (<https://www.mnb.hu/letoltes/penzugyi-bekelteto-testulet.pdf>).
- Magyar Biztosítók Szövetségének Etikai és Versenykódexe (2011. március 25.; <https://mabisz.hu/wp-content/uploads/2018/09/etikai-es-versenykodex.pdf>).
- Magyar Bankszövetség, Magatartási Kódex. Ajánlás a pénzügyi szervezetek ügyfelekkel és partnereikkel szembeni magatartásáról (2015. november 2.; https://www.bankszovetseg.hu/Content/alapdokumentumok/Magatartasi-Kodex_20151021_Honlapra.pdf).
- EU.eu: Jogszabálytípusok (https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/law/types-legislation_hu; letöltve: 2024.07.15).
- Fogyasztóvédelmi Portál: *Hová fordulhatok panaszommal?* 2022. augusztus 25-én közzétett bejegyzés (https://fogyasztovedelem.kormany.hu/#/hova_fordulhatok_vasarlok_ent_panaszommal).
- Hold Lexikon: Fintech (<https://hold.hu/lexikon/fintech-cegek-magyarorszagon-fintech-jelentese/>).

- Hold Lexikon: Közösségi finanszírozás (<https://hold.hu/lexikon/kozossegi-finanszirozas-oldalak-magyarorszag/>).
- Invitech Blog: A pénzügyi szektor digitalizációs trendjei (<https://www.invitech.hu/techpercek/a-penzugyi-szektor-digitalizacios-trendjei>).
- Jogiforum.hu: Crowdfunding, avagy a közösségi finanszírozás mint forrásbevonás jelene és jövője (2024.04.26.; <https://www.jogiforum.hu/cikk/2024/04/26/crowdfunding-avagy-a-kozossegi-finanszirozas-jelene-es-jovoje/>).
- Közszoigálati Online Lexikon (<https://lexikon.uni-nke.hu/szocikk/allamcel/>).
- Bencsik, A. (2012). *A fogyasztói jogok tartalmának és érvényesülésének közjogi keretei Magyarországon. Doktori értekezés. Műhelyvita-anyag.* (p. 31, 91. l.). Pécs.
- Bethlendi, A. & Végh, R. (2014). Közösségi finanszírozás – valószínűség-e a hazai kisvállalatok számára? *Hitelintézet Szemle*, (4), 102-126.
- Botos, K. (2010). A magyar pénzügyi szektor és az EU. Délkelet-Európa – South-East Europe. *International Relations Quarterly*, (4), 1-2.
- Bradley, J. at al. (2015). *Digital Vortex How Digital Disruption Is Redefining Industries.* Global Center for Digital Business Transformation (<https://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/collateral/industry-solutions/digital-vortex-report.pdf>).
- Breszkovics, B. (2023). Sommásan a digitális működési rezilienciáról szóló rendeletről és a DLT-n alapuló piaci infrastruktúrák kísérleti rendszeréről. In Jávorszki, H. B., Kiss, M. & Várallai, L. (szerk.), *Sub Pondere Crescit Palma. Tanulmányok az Óriás Nándor Szakkollégium fennállásának 10. évfordulójára.* (pp. 68, 58-70). Pécs, PTE ÁJK Óriás Nándor Szakkollégium.
- Cartwright, P. (szerk., 1999). *Consumer Protection in Financial Services.* London, Kluwer.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail.* Boston, Massachusetts, USA, Harvard Business School Press.
- Czajlik, I., Horváth, A. & Sz. Pap, J. (2013). Korszerű pénzügyi fogyasztóvédelem. In Lentner, Cs. (szerk.), *Bankmenedzsment. Bankszabályozás – pénzügyi fogyasztóvédelem.* (p. 434). Budapest, Nemzeti Közszoigálati és Tankönyvkiadó.
- Dési, I. & Nagy, I. (2001). *Informatikai fogalmak kisszótára.* Budapest, Korona Kiadó.
- Dorkó, K. (2000). *A lakossági bankügyletek.* (pp. 20-21). Budapest, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- Dreher, M. (1997). Der Verbraucher – Das Phantom in den opera des europäischen und deutschen Rechts? *Juristenzeitung*, 52(4), 167(-178).
- Farkasné Fekete, M. & Molnár, J. (2007). *Közgazdaságtan I. Mikroökonómia.* (p. 250). Debrecen, Debreceni Egyetem Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar.

- Fáykiss, P., Papp, D., Sajtos, P. & Törös, Á. (2018). A FinTech-innovációk ösztönzésének szabályozó eszközei: Innovation Hub és Regulatory Sandbox a nemzetközi gyakorlatban. *Hitelintézeti Szemle*, (2), 43-67. <https://doi.org/10.25201/HSZ.17.2.4367>
- Fekete, O. (2011). *A felügyeleti szervek tevékenysége Magyarországon a fogyasztóvédelem egyes területein – kitekintéssel a rendszerszintű problémák megoldási lehetőségeire. Doktori értekezés.* (pp. 54-56). Szeged.
- Guellec, D. & Paunov, C. (2018). *Innovation policies in the digital age. OECD Science, Technology and Innovation Policy Papers No. 59.* Paris, OECD Publishing (<https://doi.org/10.1787/eadd1094-en>; <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/eadd1094-en.pdf?expires=1720259831&id=id&acc-name=guest&checksum=001D79E867E25B5241E61C4547223DCB>).
- Gyekiczky, T. (2011). A fogyasztó fogalmáról. *Gazdasági Élet és Társadalom*, (1-2), 288-297.
- Hajas, B. (szerk., 2011), *A pénzügyi jogi projekt. ÁJOB Projektfüzetek 2011/3.* (<https://www.ajbh.hu/documents/10180/124838/penzugyi.pdf/d3ee8f64-1940-4aff-becc-fe5bae5d2184?version=1.0&t=1362946100887&>).
- Hajnal, Zs. (2009a). Fogyasztói alapjogok a hatályos magyar jogi szabályozás és az európai uniós fejlődési tendenciák tükrében. *Debreceni Jogi Műhely*, (2), 1-12. <https://doi.org/10.24169/DJM/2009/2/3>
- Hajnal, Zs. (2009b). A pénzügyi fogyasztóvédelmi szabályok aktuális változásai az Európai Unió jogalkotási folyamatainak tükrében. *Debreceni Jogi Műhely*, (1), 11-23.
- Halász, Zs. (2022). Kihívások a pénzügyi fogyasztóvédelem szabályozásában: Kriptoesz-
közök és ügyfélvédelem. *Iustum Aequum Salutare*, 18(1), 75-83.
- Hatami, A. (2015). The future of banking: four scenarios.
- Hámori, A. (2016a). A fogyasztóvédelem jelentősége és oktatása. Javaslatok Magyarország V. középtávú fogyasztóvédelmi politikájához. *Jogtudományi Közlöny*, 71(3), 175(-183).
- Hámori, A. (2016b). Bevezetés a fogyasztók etikai és jogi védelmébe. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme.* (p. 6). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Hámori, A. (2013). A nem természetes személy laikusok fogyasztói védelmének változásai (A „fogyasztó” fogalom változásai a magyar jogban – különös tekintettel az Fgytv.-re és az új Ptk.-ra). In Hamar, F. (szerk.), *Multidiszciplináris kihívások. Sokszínű válaszok 3.* (pp. 28-32). Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Hámori, A. (2009). A „fogyasztó”-fogalom „dilemmái” különös tekintettel az Fgytv. módosításában és az új Ptk.-javaslatban foglaltakra. *Magyar Jog*, 56(2), 88-97.
- Hoffmann, I. (2004). A fogyasztói érdekvédelem fejlődéstörténete. *Fogyasztóvédelmi Szemle*, (1), https://www.fvszemle.hu/archivum/2004_marciusi_szam/historia/a_fogyasztoi_erdekvedelem_fejlodestortenete/.

- Horváth, D. (2020). A FinTech-jelenség hagyományos kereskedelmi bankokra gyakorolt hatásának vizsgálata. *Vezetéstudomány*, (9), 16-29. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.09.02>
- Karsai, K. (2011). *Fogyasztóvédelem és büntetőjog*. Budapest, HVG ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Kennedy, J. F. (1962). *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest (March, 15 1962)*.
- Kerényi, Á. & Müller, J. (2019). Szép új digitális világ? – A pénzügyi technológia és az információ hatalma. *Hitelintézeti Szemle*, (1), 5-33. <https://doi.org/10.25201/HSZ.18.1.533>
- Kuti, M. & Hornyák, M. (2017). A technológiai közösségi finanszírozás trendjei. *Külgazdaság*, (május-június), 28-45. <https://doi.org/10.47630/KULG.2017.61.5-6.28>
- Lakatos, V., Balogh, P. & Czine, P. (2022). Innovatív online banki szolgáltatások megítélésének vizsgálata – diszkrét választási kísérlet egyetemista fogyasztók körében. *Competition*, (1-2), 1-28. <https://doi.org/10.21845/comp/2022/1-2/5>
- Lovas, D. & Horváth, B. (2018). Pénzügyi fogyasztóvédelmi jogviszony alakulása a globális pénzügyi-gazdasági válság előtt és után. *Glossa Iuridica*, (1-2), 223-252.
- Máté, D. (2015). A pénzügyi szektorok termelékenységét befolyásoló tényezők vizsgálata, különös tekintettel a szellemi tulajdonjogok hatásaira. *Hitelintézeti Szemle*, (3), 88-105.
- Nagy, Z. (2022). A pénzügyi fogyasztóvédelem alapjai. In Kálmán, J. (szerk.), *A pénzügyi jog alapintézményei*. (pp. 605-622). Budapest, Orac Kiadó.
- Nagy, Z. & Csák, Cs. (2021). A pénzügyi fogyasztóvédelmi jog, különös tekintettel a közpénzügyi szabályozásra. *Miskolci Jogi Szemle*, (1), 226-237.
- Nemec, J. & Wright, G. (2000). *Közösségi pénzügyek: Elmélet és gyakorlat a közép-európai átmenetben*. (pp. 29-32). Budapest, Aula Kiadó.
- Pintér, É. & Herczeg, B. (2023). A technológia szerepe a pénzügyiszolgáltatás-innovációban a big tech-vállalatok térnyerése tükrében. *Gazdaság és Pénzügy*, (1), 39-56. <https://doi.org/10.33926/GP.2023.1.3>
- Rösler, H. (2003). Europäische Integration durch Verbraucherschutz: Entwicklungsursachen und Beschränkungen. *Verbraucher und Recht*, (1), 13., 15.
- Sényi, Á. (2021). *FinTech – A digitális pénzügyek legújabb generációja. Szakdolgozat*. (p. 13). Zalaegerszeg, Pannon Egyetem Gazdálkodási Kar (https://perepo-dolgozat.uni-pannon.hu/id/eprint/25778/1/s%C3%A9nyi_%C3%A1ron_2021jan_publikus.pdf).
- Stevenson, B. & Wolfers, J. (2011). Trust in public institutions over the business cycle. *The American Economic Review*, 101(3), 281-287. <https://doi.org/10.1257/aer.101.3.281>
- Szabó, M. (2008). *Közlemény a hajléktalanná válás pénzügyi okairól (2008. május 29.)*. https://www.ajbh.hu/-/a-hajlektalanna-valas-penzugyi-okairol?p_l_back_url=%2Fkeres%25C3%25A9s%3Fp_l_back_url%3D%252Fkeres%2525C3%2525A9s%253Fq%253Dp%2525C3%2525A9nz%2525C3%2525BCgyi%26q%3Dp%25C3%25A9nz%25C3%25BCgyi%2Bprojekt

- Tattay, L. (2021). Digitalizáció az Európai Unióban. In Szalma, J. (szerk.), *A Magyar Tudomány Napja a Délvidéken 2019: Csatlakozás az Európai Unióhoz – felkészülés a társadalomban és a tudományban*. (pp. 121-140). Újvidék, Vajdasági Magyar Tudományos Társaság.
- Tóth, T. (é. n.). *Fogyasztóvédelmi közjog. Egyetemi jegyzet és szöveggyűjtemény*. 5. (<https://jak.ppke.hu/uploads/articles/12239/file/Fogyik%C3%B6zjogjegyzet%20-%20T%C3%B3th%20Tiham%C3%A9r.pdf>).
- Veres, Z. (2024). A fogyasztók tájékoztatáshoz való jogának kontúrjai a pénzügyi szektorban, különös tekintettel a fogyasztói hitelezésre. Szabályozási alapok és esetjogi példák. *Jogi Fórum* (https://www.jogiforum.hu/wp-content/uploads/2024/02/veres-zoltan_fogyasztok-tajekoztatashoz-valo-joga_cimlappal.pdf).
- Veres, Z. (2018a). *A pénzügyi fogyasztóvédelem egyes alapkérdései. Jogdogmatikai, történeti, rendszertani alapok jogalkalmazási és metajurisztikus tekintéssel. PhD értekezés*. (pp. 22-30, 58-71, 77-80, 182-185). Budapest.
- Veres, Z. (2018b). A pénzügyi ombudsman, mint a fogyasztói jogok védelmének egyik eszköze. *Pázmány Law Working Papers*, (2).
- Vértessy, L. (2019). *A bankszektor jogi szabályozottságának keretrendszere. Habilitációs tézisek*. (p. 5). Debrecen.
- Vigvári, A. (2008). *Pénzügy(rendszer)tan. Alapvető ismeretek rendhagyó megközelítésben*. (pp. 61-62). 2. kiadás. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Vincze, J. (2012). Fogyasztóvédelem a pénzügyi piacokon és a viselkedés-gazdaságtan. In Valentiny, P., Kiss, F. L. & Nagy, Cs. I. (szerk.), *Verseny és szabályozás 2011*. (pp. 239-258). MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest.

VIII. Fejezet. Fogyasztói jogok és fogyasztóvédelmi garanciák az elektronikus hírközlési igazgatásban

1. Bevezetés
2. Az elektronikus hírközléssel kapcsolatos fogyasztóvédelmi eljárások lehetőségei
3. A tájékoztatási elemek kiemelt szerepe
 - 3.1. Szerződéses dokumentumok és tájékoztatás a szerződéskötés során
 - 3.2. Az előfizetői szerződéssel, tájékoztatással kapcsolatos formai követelmények
4. Fogyasztókat védő garanciák az elektronikus hírközlési jogviszonyban
 - 4.1. A határozott idejű szerződés
 - 4.2. Szerződésmódosítás
 - 4.3. A szerződés megszűnése
 - 4.4. Szolgáltatásminőség
 - 4.5. Roaming szolgáltatások, számlasokk elleni védelem
 - 4.6. Panaszkezelés
 - 4.7. Emelt díjas szolgáltatások
5. Összefoglalás
6. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

Az elektronikus hírközlési ágazatban a fogyasztóvédelmi garanciák elsődlegesen az elektronikus hírközlési fogyasztói (előfizetői) viszonyokban részt vevő felek között az érdekérvényesítő képességben meglévő rendkívüli különbségek, a jogviszony szinte minden elemét jellemző aszimmetria kiegyensúlyozását szolgálják.⁶⁶⁹

Az elektronikus hírközlési szolgáltatások jellemzője, hogy az ún. magas belépési korlátok miatt a hálózatfejlesztés és -fenntartás, a szolgáltatási infrastruktúra biztosítása és a szolgáltatásnyújtás maga is igen költséges, jelentős tőkét, tudást és know-how erőforrásokat kívánó tevékenység. Emiatt szinte törvényszerű folyamat, hogy a szolgáltatói oldalon jelentős erőforrásokkal rendelkező, magasán szervezett vállalati struktúra álljon szemben a nagy számú, tájékozottságát és érdekérvényesítő képességét tekintve korlátozott befolyású fogyasztók, felhasználók tömegével, amely feltétlenül szükségessé teszi a hatékony ágazatspecifikus fogyasztóvédelmi garanciák kialakítását és érvényesítését. Az elektronikus hírközlési piac adottságaiból eredően az általános fogyasztóvédelmi eszközöknél hatékonyabb, az ágazat sajátosságaiból eredő specifikus problémákra összpontosító jog- és érdekvédelmi eszközök biztosítása szükséges.

Jelen fejezet az e szempontokból következő célok mentén veszi számba a hazai elektronikus hírközlésigazgatási fogyasztóvédelmi garanciákat, az elemi szabályozási intézményeket, azok jelentőségét, illusztratív módon kitérve a gyakorlat jelentősebb elemeire.

⁶⁶⁹ Lapsánszky, 2021a, p. 343.

Mindezzel összefüggésben taglalja az ágazati eljárási intézményeket, az előfizetői szerződések formáshoz kapcsolódó, fogyasztóvédelmi jellegű kritériumokat, valamint a szabályozás és a gyakorlat szerződések tartalmára vonatkozó elvárásait.

A fejezetben részletezett előírások és gyakorlat elvi alapját az Eht. teremti meg, amely egyéb szempontok mellett a végfelhasználók, és különösen a fogyasztók magas szintű érdekvédelmét helyezi a törvényi szabályozás középpontjába. A törvény a jog- és érdekvédelem egyes elemeit részletezi, azonban a jogelvek kibontása nem meríti ki a végfelhasználó-fogyasztóvédelmi kritériumokat, hanem ágazatspecifikusan emeli ki annak néhány releváns elemét. Ez ugyanakkor nem értelmezhető úgy, hogy az általános fogyasztóvédelmi célkitűzés ezek mentén korlátozható lenne.

Az elektronikus hírközlési ágazat sajátos jellemzője, hogy az általános fogyasztóvédelmi garanciákhoz képest a felhasználók, fogyasztók védelme az egyes intézmények, eszközök céljától, funkciójától függő személyi kategóriák vonatkozásában részben eltérően érvényesül. Így például más garanciák relevánsak a szolgáltatás igénylőjének, igénybe vevőjének minősülő felhasználó és a már szerződéses viszonyban álló előfizető vonatkozásában. Fogyasztóvédelmi szempontból is speciális alanyi kategóriát képeznek a végfelhasználók, vagyis azok a felhasználók, akik az adott hálózati végpontot saját érdekkörükben használják, azon nem nyújtanak elektronikus hírközlési szolgáltatást, nem biztosítanak elektronikus hírközlő hálózatot.⁶⁷⁰ A fogyasztó azon természetes személy végfelhasználók köre, akik szakmájukon, üzleti, kereskedelmi, művészeti tevékenységükön vagy hivatásukon kívül eső célból elektronikus hírközlési szolgáltatást használnak vagy igényelnek, míg az előfizető olyan természetes vagy jogi személy, vagy más szervezet, aki vagy amely a szolgáltatás nyújtójával a szolgáltatások igénybevételére vonatkozó szerződéses viszonyban áll.⁶⁷¹ Azáltal, hogy az elektronikus hírközlési ágazatban a fogyasztói szolgáltatásokat az előfizetői szolgáltatásra irányuló előfizetői szerződések keretében nyújtják, a szabályozás és a gyakorlat fókuszában az előfizetői jogok, valamint az előfizetői jogokat és érdekeket védő garanciák helyezkednek el.

2. Az elektronikus hírközléssel kapcsolatos fogyasztóvédelmi eljárási lehetőségei

Az alapvető szinten biztosított fogyasztóvédelem – a végfelhasználók, különösen a fogyasztók jogainak és érdekeinek védelme – legerősebb eszköze a hatósági feladatok és eljárások készlete. A fogyasztóvédelmi hatósági jogkörök biztosításával a mai gazdasági viszonyok között egyrészt a fogyasztóvédelem jelentőségét ismeri el a jogalkotó, másrészt a hatósági fellépés lehetőségével a védett érdekek magasabb célját, közérdekű érvényesítését bizto-

⁶⁷⁰ Eht. 188. § 133. pont, valamint az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló 2018. december 11-i (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv (Kódex) 2. cikk 14. pont.

⁶⁷¹ Eht. 188. § 24. és 35. pont, illetve Kódex 2. cikk 15. pont. Vö. továbbá Eht. 188. § 13. és 31. pont, valamint Kódex 2. cikk 13. pont.

sítja. Hazánkban az NMHH látja el a speciális ágazati hírközlésigazgatási és a hírközlésspecifikus fogyasztóvédelmi feladatokat.⁶⁷² Az NMHH a felhasználók és előfizetők érdekeinek védelme körében általános hatósági felügyeleti és piacfelügyeleti tevékenysége⁶⁷³ keretében ellenőrzi az elektronikus hírközlésre vonatkozó szabályok elektronikus hírközlési szolgáltatók általi betartását, és eljár azok megsértése esetén.⁶⁷⁴ Az NMHH hatáskörének keretén belül a felügyeleti tevékenysége során azt vizsgálhatja, hogy a szolgáltató magatartása megfelel-e az elektronikus hírközlésre vonatkozó szabályokban,⁶⁷⁵ valamint a szolgáltató általános szerződési feltételeiben (ÁSZF) foglaltaknak.

Az elektronikus hírközlési felügyeleti tevékenység során elkülönülnek egymástól a kérelemre indult, egyedi ügyekben lefolytatott eljárások és a hivatalból végzett – többnyire átfogó – vizsgálatok. A felügyeleti tevékenység általános hatósági felügyeleti eljárás vagy piacfelügyeleti eljárás keretein belül valósul meg, amely eljárások során a közigazgatási eljárásokra vonatkozó általános szabályokat kell alkalmazni az Eht.-ban meghatározott eltérésekkel és kiegészítésekkel.

A fogyasztói jogsérelmek elbírálásának jellemző eljárási keretét biztosító általános hatósági felügyeleti eljárás kérelemre vagy hivatalból indulhat. Akit a saját, egyedi ügyében ért jogsérelem abból adódóan, hogy a szolgáltató valószínűsíthetően megsértette az elektronikus hírközlésre vonatkozó szabályokat vagy nem tartotta be az ÁSZF-et, kérelmet nyújthat be az NMHH-hoz, amely alapján az NMHH az ügyet általános hatósági felügyeleti eljárásban kivizsgálja. Az NMHH-nak nincs hatásköre arra, hogy az előfizető és a szolgáltató között felmerült, vagyoni jellegű kérdéseket rendezze, amely alól csak az elektronikus hírközlési szabályokban rögzített kötbérfizetési kötelezettség érvényesítése jelent kivételt. Minden egyéb vagyoni jogi kérdésben, mint például díjvisszatérítési igény, elszámolási viták, kártérítés követelése, az NMHH nem rendelkezik hatáskörrel. Úgyszintén nem terjed ki az NMHH hatásköre az egyedi előfizetői szerződés mint a felek közötti megállapodás elektronikus hírközlési jogi szabályozáson kívül eső, kötelmi jellegű elemeire.

Hivatalból eljárás indítható az NMHH saját észlelése vagy bejelentés alapján. Bárki, aki nem a saját, egyedi ügyében kér eljárást, hanem általánosságban elektronikus hírközlésre vonatkozó szabály sérelmét észleli, bejelentéssel élhet az NMHH felé. A bejelentés alapján nem feltétlenül indul hatósági eljárás, hanem az NMHH mérlegeli, hogy indít-e eljárást. Ha az NMHH úgy dönt, hogy a bejelentés alapján eljár, akkor az eljárást hivatalból indítja meg, amelyben a bejelentő nem minősül ügyfélnek, így nem illetik meg az ügyfél jogai, de

⁶⁷² A magyar fogyasztóvédelmi intézményrendszer tehát differenciált, a hatáskörök több szerv között oszlanak meg, nem csak az általános fogyasztóvédelmi hatóság lát el fogyasztóvédelmi célú feladatokat, hatásköröket. Ld. Bencsik, 2021, pp. 16-29.

⁶⁷³ A piacfelügyelet legáltalánosabban a liberalizált piaci közszolgáltatások körében szükségszerű állami – részben gazdasági jellegű – beavatkozáshoz, így különösen a gazdasági verseny igazgatásához, a hírközlési igazgatáshoz, valamint a fogyasztóvédelmi igazgatáshoz kötődik. Ld. Lapsánszky, 2021b, pp. 80-93.

⁶⁷⁴ Eht. 10. § (1) bekezdés 13. pont.

⁶⁷⁵ Az Eht. 188. § 19. pontja alapján elektronikus hírközlésre vonatkozó szabály az Eht., az Eht. felhatalmazása alapján annak végrehajtása tárgyában kibocsátott jogszabály, elektronikus hírközlésre vonatkozó, közvetlenül alkalmazandó európai uniós jogi aktus, valamint az NMHH határozata, és az NMHH által az ügyféllel kötött hatósági szerződés.

nem terhelik az ezzel járó kötelezettségek sem, és jogorvoslati jogosultsággal sem rendelkezik az eljárást lezáró döntéssel szemben.

Az NMHH a felügyeleti eljárások során megállapított jogsértés esetén, azaz az elektronikus hírközlésre vonatkozó szabály, valamint az ÁSZF-ben foglaltak megsértőjével szemben jogkövetkezményt alkalmaz.⁶⁷⁶ Amennyiben a jogsértés csekély súlyú, az NMHH felhívást alkalmazhat, amelyben felhívhatja a jogsértőt a jogsértő magatartás megszüntetésére, a jövőbeni jogsértésektől való tartózkodásra, valamint a jogszerű magatartás tanúsítására, és meghatározhatja annak feltételeit.

Fogyasztóvédelmi szempontból jelentős eszköz, hogy az NMHH az ügyféllel, az ügynek a közérdek és az ügyfél szempontjából előnyös rendezése érdekében hatósági szerződést köthet az ügy lezárásaként. A hatósági szerződés hatékony eszköz arra, hogy a jogsértéssel érintett előfizetők számára előnyös módon rendeződjön az ügy, és ez által az előfizetők olyan kompenzációhoz juthatnak, amire nem lett volna lehetőség, ha az NMHH az eljárást formális döntéssel zárja.⁶⁷⁷ A hatósági szerződés útján az NMHH hatékonyan képes a sérelmet szenvedett előfizetőkre nézve előnyös módon rendezni az ügyet.

Az elektronikus hírközlésre vonatkozó, a felhasználók és fogyasztók védelmére szolgáló szabályok felügyeletét az NMHH Hivatala látja el, amelynek döntése ellen benyújtott fellebbezést az NMHH elnöke bírálja el. A másodfokú döntés jogszerűsége közigazgatási perben vitatható, a keresetindításnak nincs halasztó hatálya, ugyanakkor a közigazgatási perrendtartás szerint kérhető a keresetindítás halasztó hatályának elrendelése azonnali jogvédelem keretében.⁶⁷⁸

A fogyasztók védelmével összefüggésben igen fontos szerepet tölt be az NMHH szervezeti keretein belül működő Média- és Hírközlési Biztos (Biztos).⁶⁷⁹ A Biztoshoz panaszszal fordulhat, akit az elektronikus hírközlési szolgáltatóval fennálló kapcsolatában méltánylást érdemlő érdeksérelem ért. Szemben a hatósági eljárással, amely a fogyasztói jog-sérelem orvoslására irányul, az érdeksérelemek kiküszöbölésére szolgáló biztosi eljárás egy-fajta közvetítő fórum az előfizető és az elektronikus hírközlési szolgáltató között. A Biztos az ügyben egyeztetési eljárást folytat le, amelynek eredményeként az érdeksérelem orvoslásának módjára javaslatot tehet, illetve az érdeksérelemek további megelőzése céljából a szolgáltatóval megállapodást köthet.⁶⁸⁰

⁶⁷⁶ Eht. 48. §.

⁶⁷⁷ Több alkalommal sor került arra, hogy a Hatóság bírságszankció alkalmazása helyett hatósági szerződésben abban állapodott meg a szolgáltatóval, hogy a jogsértés ellentételezéseként az előfizetőket kompenzálja. Ilyen esetekben a szolgáltató ingyenesen felhasználható adatkeretet adott, vagy pénzügyi kompenzációt nyújtott vagy teljeskörű díjjóváírást biztosított.

⁶⁷⁸ Eht. 10. § (2) bekezdés, 44. §; Lapsánszky, 2021a, p. 366.

⁶⁷⁹ A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény negyedik rész III. fejezete.

⁶⁸⁰ Vö. Elvi ajánlás az elektronikus hírközlési szolgáltatók részére a késedelmes előfizetői fizetéssel kapcsolatos intézkedések körében egységes és méltányos gyakorlat kialakítására (https://nmhh.hu/cikk/232878/Elvi_ajanlas_az_elektronikus_hirkozlesi_szolgaltatok_reszere_a_kesedelmes_elofizetoi_fizetessel_kapcsolatos_intezkedesek_koreben_egyseges_es_meltanyos_gyakorlat_kialakitására).

A Biztos fogyasztóvédelmi szerepe azért jelentős az elektronikus hírközlési ágazatban, mert olyan esetekben léphet fel az előfizetők védelme érdekében, amikor az NMHH felügyeleti hatáskörében nem tudna eljárni. Elmondható, hogy e tekintetben e két tevékenység hatékonyan egészíti ki egymást a közös cél, a fogyasztók védelmének minél magasabb szintű megvalósítása érdekében.

3. A tájékoztatási elemek kiemelt szerepe

A szerződő felek közötti aszimmetria hatásainak csökkentését szolgálja a szerződéses viszonyokra vonatkozó kógens közjogi szabályozás, a hatékony jogvédelmet megvalósító hatósági fellépés, valamint fogyasztói oldalról az elektronikus hírközlési jogviszonyok minden elemével kapcsolatos tájékoztatás erősítése. A megfelelő tájékoztatáshoz való jog kiemelkedő jelentőségű fogyasztói jog, amely nemcsak a sajátos elektronikus hírközlési, de az általános fogyasztói jogvédelem egyik alapkőve is,⁶⁸¹ hiszen megfelelő érvényesülése nélkül a fogyasztók bármely szolgáltatás igénybevételével összefüggésben jelentős érdeksérelmeket szenvedhetnek el.⁶⁸² A fogyasztók informálása azt is lehetővé teszi, hogy képesek az igényeiket önállóan érvényesíteni.⁶⁸³

Különösen nagy a fogyasztói tájékozottság jelentősége az elektronikus hírközlési szolgáltatások piacán, mivel annak meghatározó sajátossága folyamatos és dinamikus fejlődése, valamint a szolgáltatások sokfélesége, vagyis a szolgáltatói ajánlatok és díjcsomagok nagy választéka, így a megfelelően tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő átlagfogyasztó⁶⁸⁴ számára is jelentős nehézséget jelent az egyes ajánlatok, feltételek közötti kiigazodás. A megfelelő tájékoztatás fontosságát indokolja továbbá az a körülmény is, hogy az elektronikus hírközlési piacon jellemzően nem egyszeri ügyletek jönnek létre, az elektronikus hírközlési szolgáltatások igénybevétele tartós jogviszony keretében történik és így a fejlődéssel járó változásokat, módosításokat tartós jogviszonyok keretein belül kell lekövetni.

Az elektronikus hírközlési szabályozás mindenekelőtt a szerződéses dokumentumokra vonatkozó előírásokkal és a szerződéskötés során kötelezően alkalmazandó tájékoztatási elemekkel igyekszik biztosítani, hogy a fogyasztók a szerződéskötéskor tudatos döntést tudjanak hozni, és a jogviszony teljes tartama alatt rendelkezésükre álljanak az előfizetői jogviszonyra és az igénybe vett szolgáltatásokra vonatkozó információk.

3.1. Szerződéses dokumentumok és tájékoztatás a szerződéskötés során

Az előfizetői szerződéses jogviszony az előfizetői szerződés megkötésével jön létre.⁶⁸⁵ Az előfizetői szerződés határozza meg az előfizetői jogviszony feltételeit, tartalmát, a felek

⁶⁸¹ A jogvédelem az állam keletkezésétől fogva a közhatalom gyakorlásának egyik alapvető funkciójaként fogható fel. Ld. Bencsik, 2013, p. 343.

⁶⁸² Balogh, 2022, pp. 85-99.

⁶⁸³ Fazekas, 2007, p. 72.

⁶⁸⁴ Bak, 2023, pp. 26-27.

⁶⁸⁵ Eht. 127. § (1) bekezdés.

jogait és kötelezettségeit, az előfizető számára elsődleges támpontot nyújt mind a szerződéskötés során, mind azt követően a jogviszony⁶⁸⁶ időtartama alatt.

Az előfizetői szerződés létrejöhet jelenlévők között üzletben, illetve azon kívül, valamint távollévők között telefonon és online felületen, és mindezekben a csatornákon létrejöhet szóban, írásban és ráutaló magatartással is.⁶⁸⁷ A szabályozás egyik legnagyobb kihívása e körben, hogy minden szerződéskötési módra és esetkörre alkalmas szabályokat és megfelelő garanciákat kell biztosítani. Bár az elektronikus hírközlési szolgáltatásokat jellemzően piaci szereplők, vállalkozások nyújtják, az elektronikus hírközlési szolgáltatások működése egyben közérdek is. Általánosan megállapítható tehát, hogy a közszolgáltatásokat jellemző alapvető szükségletet, közérdeket és a fogyasztók számára elérhető ellátás garantálását nagyon nehéz mérlegre tenni a piaci verseny és a magántulajdon gazdasági hatékonyságával,⁶⁸⁸ ezért azok hozzáférhetőségét, kiszámítható, megbízható működését az elektronikus hírközlési ágazati igazgatás számos jogintézménye hivatott biztosítani. A fogyasztói jogok védelme érdekében ilyen garancia mindenekelőtt az előfizetői szerződésre vonatkozó részletes szabályozás, amelynek következtében az általános polgári jogi szerződési szabadságot az előfizetői szerződés szinte valamennyi elemére kiterjedően közjogi korlátok szűkítik, meghatározva annak mind a formai, mind a tartalmi elemeit.

Az erős közjogi szabályozottság indokoltsága az elektronikus hírközlési szolgáltatások jelentősége mellett a szolgáltatók és a fogyasztók egyenlőtlen helyzetére tekintettel is alátámasztott, ugyanis a szerződő felek alkupozíciójában jelentős különbségek vannak. A fogyasztók fokozott védelmét indokolja, hogy az elektronikus hírközlési szolgáltatások sajátosságából adódóan a szolgáltatók tömegesen kötnek szerződéseket, ennél fogva nincs lehetőség a szerződéses feltételek részletes megtárgyalására és előfizetőnként egyedi feltételekben való megállapodásra, így a szerződéskötés során a fogyasztó egy előre megszövegezett feltételrendszer tartalmazó szerződést ír alá lényegi módosítások lehetősége nélkül, tehát a szerződéses konszenzus mindössze a szolgáltató sablonajánlatának elfogadásában jelenik meg.

Mindezekre tekintettel az elektronikus hírközlési előfizetői jogviszonyokban az általános szerződési szabadság erősen korlátozott és kimerül abban, hogy a szolgáltatók az ajánlataik tartalmát és a díjaikat szabadon határozhatják meg, továbbá abban, hogy a felek – az egyetemes szolgáltatás⁶⁸⁹ kivételével – szabadon dönthetnek arról, hogy kötnek-e egymással szerződést vagy sem. A fogyasztók érdekeinek védelme érdekében pedig mind a jogviszony tartalma – különösen az előfizetői jogok és kötelezettségek –, mind a szerződéses dokumentumok formája és tartalma az elektronikus hírközlésre vonatkozó előírások által részletesen szabályozott.

Ennek megfelelően rögzíti az Eht., hogy az általános kötelmi jogi szabályok csak akkor alkalmazandók, ha az adott kérdést az elektronikus hírközlésre vonatkozó ágazati szabályok nem szabályozzák, vagy az eltérést lehetővé teszik.⁶⁹⁰ A szerződésekre vonatkozó

⁶⁸⁶ Az előfizető joga egyben a szolgáltató kötelezettsége, azaz a szolgáltatónak a szolgáltatást folyamatosan nyújtania kell, amelyért díjat követelhet az előfizetőtől. Lapsánszky, 2021a, p. 369.

⁶⁸⁷ Eht. 129. §.

⁶⁸⁸ Lapsánszky, 2009, pp. 64-107.

⁶⁸⁹ Eht. 117. §.

⁶⁹⁰ Eht. 127. § (2) bekezdés.

közjogi kóenciát az Eht. az előfizetők érdekében annyiban oldja fel, hogy a felek az előfizetői szerződésben egyező akarattal, kizárólag az előfizető javára eltérhetnek az Eht.-ban, vagy az Eszr.-ben és az ÁSZF-ben foglaltaktól.⁶⁹¹

3.2. Az előfizetői szerződéssel, tájékoztatással kapcsolatos formai követelmények

A formai kötöttség legalapvetőbb megnyilvánulása, hogy az előfizetői szolgáltatás nyújtásáról a szolgáltató és a fogyasztó kizárólag előfizetői szerződést köthet, amely az egyedi előfizetői szerződésből és az ÁSZF-ből áll.⁶⁹² Az előfizetői szerződés mellett a szerződéskötési folyamat során az előfizetők azonban több dokumentummal találkozhatnak, a Kódex hazai jogrendszerbe történő átültetése eredményeképpen ugyanis a szerződéses dokumentumok száma és a dokumentumokra vonatkozó előírások sora gyarapodott.

Annak érdekében, hogy a fogyasztók és a védett körbe tartozó előfizetők (végfelhasználónak minősülő mikro-, kisvállalkozás vagy közhasznú szervezet) minél könnyebben átláthassák a szerződéses ajánlatokat és feltételeket, és azokat össze tudják hasonlítani, a szolgáltatóknak az egyedi előfizetői szerződés és a valamennyi általános szerződési feltételt tartalmazó ÁSZF mellett (vagy annak részeként) a jogszabályban felsorolt témakörökben úgynevezett előzetes tájékoztatást kell készíteniük. Emellett az egyes ajánlatokról (pl. díjcsomagok) – egész Európában egységes formátumú –, az előfizetői szerződés adatait tartalmazó összefoglalót kell az előfizető rendelkezésére bocsátani, amely röviden és áttekinthetően tartalmazza az ajánlat előfizető számára fontos elemeit.

Tekintve, hogy az ajánlat megismerése és annak a piacon szereplő többi ajánlattal való összehasonlíthatósága értelemszerűen a szerződés megkötése előtt bír jelentőséggel, a Kódex által bevezetett előzetes tájékoztatás és szerződéses összefoglaló rendelkezik azokkal a tartalmi elemekkel, amelyek azt a fogyasztóvédelmi célt hivatottak biztosítani, hogy a megalapozott döntéshez szükséges információk már a szerződéskötés előtt a rendelkezésre álljanak.

Az előfizetői szerződésekhez kapcsolódó tájékoztatási követelményeket, így az előzetes tájékoztatás tartalmi elemeit is az Eszr. rögzíti.⁶⁹³ Az előzetes tájékoztatás tartalmát tekintve megállapítható, hogy szolgáltatásonként eltérő tartalmi követelményeknek kell érvényesülniük, és a legtöbb követelmény az internet-hozzáférési szolgáltatásokra, valamint a nyilvánosan elérhető személyközi hírközlési szolgáltatásokra került meghatározásra. Az e szolgáltatásokat nyújtó szolgáltatónak tehát részletesebb tájékoztatást kell nyújtania, amelynek ki kell terjednie többek között a szolgáltatás minőségi követelményeire, a díjcsomagban foglalt hívások, üzenetek és adatforgalom mennyiségére, a teljes díjszabásra, az előfizetői panaszok kezelésével kapcsolatos tájékoztatásra.

⁶⁹¹ Ld. Fehér, 2012, pp. 3-14.

⁶⁹² Eht. 127. § (1) bekezdés.

⁶⁹³ Eszr. 5. §.

A szerződéses összefoglalót a Kódex felhatalmazása alapján született, közvetlenül hatályos bizottsági végrehajtási rendeletben⁶⁹⁴ megfogalmazott előírások mentén kell kialakítania a szolgáltatónak, amely a tartalmi és formai előírásokon túl egy egységesen használandó dokumentummintát is tartalmaz. A szerződéses dokumentumokra – így a szerződéses összefoglalóra is – vonatkozó formai előírások nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy a fogyasztók minél pontosabb és minél könnyebben érthető tájékoztatást kapjanak, ezért a szerződéses összefoglalónak egységes szerkezetet és formátumot kell követnie, könnyen olvashatónak, közérthetőnek és összehasonlíthatónak kell lennie, mindezt egy szolgáltatás esetén egy A4-es oldalnyi maximalizált terjedelemben megvalósítva.

Az egyedi előfizetői szerződés szerepe az előzetes tájékoztatás és összefoglaló bevezetése óta tehát leginkább az előfizető adatainak, és az adott szolgáltatás tekintetében az előfizető által tett nyilatkozatok rögzítése lett. Kiemelendő e körben, hogy az egyedi előfizetői szerződés tartalmazza az előfizető azon nyilatkozatát, hogy a szolgáltatást milyen előfizetői minőségében kívánja igénybe venni, ugyanis ha a felek az előfizetői szerződést írásban kötik meg, a természetes személy előfizetőnek a szerződéskötéskor kell nyilatkoznia arról, hogy az előfizetői szolgáltatást egyéni előfizetőként vagy nem egyéni előfizetőként kívánja igénybe venni. Ezen nyilatkozat jelentősége abban áll, hogy a természetes személy előfizetőre csak abban az esetben lehet az üzleti előfizetőkre vonatkozó feltételeket alkalmazni, ha ezt az előfizető kifejezetten kéri. Az üzleti előfizetők esetében ugyanis az elektronikus hírközlésre vonatkozó szabályokban foglalt, Eszr.-ben tételesen megjelölt előírásoktól el lehet térni, mert a szabályozás abból indul ki, hogy a felek közötti aszimmetria⁶⁹⁵ kisebb, feltételezve, hogy az üzleti előfizetők esetében nagyobb felkészültségről beszélhetünk, továbbá, az üzleti előfizetők igényei és felhasználási szokásai, illetve a felhasználás volumene is eltér a fogyasztókétól, így a szolgáltató sem tudja lakossági feltételek mentén nyújtani a szolgáltatást az üzleti előfizetőknek.

A Kódex szabályai tehát jelentősen átalakították a szerződéses dokumentumok rendszerét, hiszen korábban a szerződéses dokumentumokat az egyedi előfizetői szerződés és az ÁSZF jelentette, ami az új szabályok által kiegészült az előzetes tájékoztatóval és a szerződéses összefoglalóval. Az új jogintézmények ellenére az NMHH-hoz még mindig érkeznek abban a tárgyban panaszok, hogy a szolgáltató ügyfélszolgálatán történő szerződéskötés során az előfizető nem látta át, hogy pontosan milyen tartalommal kötötte meg a szerződést, és emiatt több költsége keletkezett, mint amire számított. Ezért, bár a szerződéses dokumentumokra vonatkozó előírások kétségtelenül tükrözik a fogyasztóvédelmi célt, a hatósági tapasztalatok szerint nem minden esetben érvényesül maradéktalanul a szabályozási cél, és a fogyasztók megfelelő tájékozottsága helyett gyakori a fogyasztók információval való elárasztása.

Az ajánlatok közötti eligazodás nehézségét, az „információdömpinget” mutatja az is, hogy már mintegy tíz évvel ezelőtt több mobilszolgáltató is „tarifatisztításba” kezdett, ugyanis az azt megelőző évek dinamikájának következtében olyan gyakorisággal újították

⁶⁹⁴ A Bizottság 2019. december 17-i (EU) 2019/2243 végrehajtási rendelete az (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv alapján a nyilvánosan elérhető elektronikus hírközlési szolgáltatásokat nyújtó szolgáltatók által használandó szerződésösszefoglaló-minta létrehozásáról.

⁶⁹⁵ Balogh, et al., 2010, p. 313.

meg az ajánlati palettájukat, olyan mennyiségű díjcsomagjuk halmozódott fel, amelyek közötti eligazodás már maguknak a szolgáltatóknak is nehézséget okozott. A csomagok, szolgáltatások sokféleségét szemléletesen mutatja be az a tény, hogy az egyik jelentős mobilszolgáltató már 2015-ben 244 lakossági kártyás, számlás hangalapú és mobil internet tarifacsomaggal rendelkezett, ezen kívül 102 szolgáltatást, valamint 668 különféle szolgáltatásváltozatot alakított ki, a szolgáltató ÁSZF-je pedig 800 oldalnál is terjedelmesebb dokumentációt jelentett. A tarifacsomagok és szolgáltatások jelentős száma a szolgáltatók ügyfélkiszolgáló rendszereiben olyan komplexitást hozott létre, ami már a hibamentes ügyfélkiszolgálást veszélyeztette. Ez a tendencia pedig folytatódott, a mobil távközlési piac dinamikus változásával, fejlődésével újabb és újabb szolgáltatások és tarifacsomagok jelentek meg, a régi csomagokat pedig „lezární” kényszerültek a szolgáltatók, azok értékesítését a szolgáltatók beszüntették, azonban az adott csomagra leszerződött, meglévő ügyfelek számára továbbra is biztosították az igénybevételüket.

A szolgáltatók tehát az elavult, korszerűtlen tarifacsomagjaik folyamatos kivezetése mellett döntöttek. A 2015-ben végrehajtott tarifatisztítás mértéke akkora volt, hogy csak az egyik jelentős mobilszolgáltató 73 számlás díjcsomagot, 24 kártyás díjcsomagot, és 57 lakossági szolgáltatást vezetett ki. A tarifák egyszerre történő kivezetése komoly erőforrást igényelt a szolgáltatóktól, így a szolgáltatók ma már igyekeznek külön figyelmet fordítani a kínált csomagok, választási lehetőségek halmozódásának megakadályozására, és ennek ellenére is – az innováció és piaci dinamika következtében – ugyanezen szolgáltatónál napjainkra ismét mintegy 270 darab nyilvános díjcsomag gyűlt össze.

4. Fogyasztókat védő garanciák az elektronikus hírközlési jogviszonyban

A hírközlési szabályozás számos garanciát tartalmaz azokra az esetekre is, amikor az előfizető számára hátrányos jogviszony jött létre, vagy a jogviszony során a szolgáltató jogszűrtlen magatartásával okoz az előfizetőnek érdeksérelmet. Ezek a szabályok már nem az előzetes védelem érdekében, hanem a jogviszony fennállása alatt fejtik ki hatásukat.

4.1. A határozott idejű szerződés

Az előfizetői szerződés időtartama a felek megállapodása szerint határozatlan vagy határozott.⁶⁹⁶ A magyar elektronikus hírközlési piacon az a jellemző, hogy az előfizetők határozott idejű szerződéseket kötnek, az előfizetők jellemzően tarifakedvezmény fejében, vagy készülékvásárlás esetén döntenek amellett, hogy hosszabb időre elkötelezzék magukat.⁶⁹⁷ A szolgáltatók elemi érdeke pedig az, hogy magukhoz kössék előfizetőiket, ezt jellemzően kedvezményekkel próbálják elérni.

Az elektronikus hírközlési szektor dinamikusan fejlődő és változó világában a szolgáltatói ajánlatok is dinamikusan változnak, illetve a szolgáltatásokhoz kapcsolódó készülékek is viszonylag gyorsan elavulttá válhatnak, ezért az előfizetők szempontjából nem feltétlenül

⁶⁹⁶ Eht. 127. § (4a) bekezdés.

⁶⁹⁷ A mobilszolgáltatások piacán napjainkban az új szerződések 60%-a készülékvásárlással egybekötve – csomagban – jön létre.

célszerű hosszú időre elköteleződni, ezért a szabályozás külön rendelkezik a határozott idejű szerződésekről, igyekezve megtalálni az egyensúlyt a szerződő felek jogos érdekei között.

Az előfizetők érdekeit védi a határozott időtartamú előfizetői szerződéses jogviszony időtartamának maximálása. A határozott időtartamú előfizetői szerződés legfeljebb 12 hónapra köthető meg, kivéve, ha az előfizetői szerződés megkötéséhez készülékvásárlás is kapcsolódik, amely esetben a határozott időtartamú előfizetői szerződés 24 hónapra is megköthető azzal, hogy az automatikus megújulás kizárt.⁶⁹⁸

Míg az előfizetők a határozatlan időtartamú jogviszonyból bármikor kiléphetnek hátrányos következmények nélkül, a határozott időtartamú szerződésekre más szabályok vonatkoznak, hiszen az előfizetők érdekei mellett a szolgáltatói érdekeket is figyelembe kell venni, a szolgáltatók számára pedig kiemelt jelentőséggel bír az a tény, hogy a határozott idejű szerződéses jogviszonyban levő előfizetőikkel üzleti szempontból számolni tudjanak. Ezen érdeellentét leküzdése, kiegyensúlyozása céljából a szolgáltatóknak az előfizetői szerződés megkötését megelőzően fel kell ajánlani a határozatlan időtartamú előfizetői szerződés megkötésének lehetőségét, és ezek feltételeit is be kell mutatniuk, továbbá igazolható módon tájékoztatniuk kell az előfizetőt a határozott idejű előfizetői szerződés teljes időtartama alatt az őt minimálisan terhelő valamennyi költség összegéről.⁶⁹⁹ A tájékoztatás elmaradása esetén az előfizetőt érintő, a határozott idejű előfizetői szerződésből eredő bármilyen hátrányos jogkövetkezményt megállapító szerződéses rendelkezés semmis.

A határozott időtartamú előfizetői szerződés esetén lényeges, hogy a vállalt idő elteltével nem egy újabb határozott, hanem határozatlan időtartamú előfizetői szerződés lép a helyébe,⁷⁰⁰ kivéve, ha a felek közös akaratával kizárták ennek lehetőségét, vagy a szerződést megszüntetik. Az új, immár határozatlan időtartamú szerződés feltételei vonatkozásában kiemelt jelentőségű követelmény, hogy azok nem lehetnek az előfizetőre nézve hátrányosabbak a korábbi szerződés feltételeihez képest.⁷⁰¹

A lejárati ideje a hosszabb jogviszonyra és az abból való kilépés esetleges következményeire⁷⁰² tekintettel az előfizető számára fontos tény, ezért a szolgáltatónak a határozott időtartam lejártánál napjáról az előfizetői szerződés megkötését, vagy a szolgáltatás nyújtásának megkezdését követő 8 napon belül tájékoztatnia kell az előfizetőt, emellett a lejárati előtti 90 napban a szolgáltatónak az Eht. 134. §-a alapján három alkalommal tájékoztatnia kell az előfizetőt arról, hogy a határozott idejű szerződése határozatlan időtartamúvá alakul. A tájékoztatásnak ki kell terjednie a szerződés megszüntetésének lehetséges módjaira, a létrejövő szerződés lényeges feltételeire és arra, hogy az előfizető számára a használati szokásait figyelembe véve melyik lenne az eddigi szolgáltatási paraméterekhez összességében leginkább hasonló, legkedvezőbb díjszabású ajánlat a szolgáltatónál. A legkedvezőbb díjszabásról való tájékoztatás kötelezettsége tehát egy összetett, a konkrét előfizető egyéni felhasználási szokásain alapuló, az igénybe vett szolgáltatáshoz összességében leginkább

⁶⁹⁸ Eht. 127. § (4b)–(4c) bekezdés.

⁶⁹⁹ Eht. 127. § (4b) bekezdés.

⁷⁰⁰ Ld. Fővárosi Törvényszék 3.K.30678/2012/5. sz. ítélet.

⁷⁰¹ Eht. 134. § (14) bekezdés.

⁷⁰² Eszr. 26. §.

hasonló díjcsomagról szóló tájékoztatás. A szolgáltatók tájékoztatási megoldásai eltérőek és értelemszerűen próbálják minél kevésbé hangsúlyosan elvégezni ezt a kötelezettséget, mivel arról kellene felvilágosítaniuk előfizetőiket, hogy hogyan fizethetnének legkevesebbet. Erre tekintettel a jogalkalmazó hatóságra hárul a feladat, hogy ezt az előírást annak fogyasztóvédelmi célját megvalósító módon érvényre juttassa.

4.2. Szerződés módosítás

A vonatkozó szabályozás az előfizetők érdekeit a szerződésmódosítások során is védi, felismerve és elismerve azt, hogy a szerződésmódosításra vonatkozó eljárások során is éppolyan körültekintés szükséges, mint a szerződés megkötésekor, hiszen a módosítás következtében megváltozott feltételek fogják meghatározni a jogviszony további tartalmát. Az elektronikus hírközlési szolgáltatások liberalizált piacán a szolgáltatók szabadon alakíthatják, határozhatják meg a díjaikat és a szolgáltatások feltételeit, illetve szabadon vezethetnek be új ajánlatokat, és ugyanilyen szabadon vezethetik ki a régi díjcsomagjaikat. Ez rugalmasságot biztosít a piacnak, és lehetővé teszi az iparágra jellemző innovációt, folyamatos fejlődést és az előfizetők változó igényeinek a kiszolgálását. Ezért az elektronikus hírközlési szolgáltatók, így különösen a mobilszolgáltatók gyakorlatában gyakori jelenség, hogy mind az előfizetők kezdeményezésére, mind pedig a szolgáltató üzleti szempontjai miatt sor kerül szerződésmódosításra, azon belül díjcsomagváltásra.

A szerződésmódosítás tehát a meglévő szerződések alakításának a jogát jelenti, és a módosítás lehetősége, valamint annak feltételei nagyon lényeges szereppel bírnak, mind az elektronikus hírközlési ágazat rugalmasságának és az előfizetők érdekeit is szolgáló folyamatos fejlődésnek a biztosítása, mind pedig az előfizetők védelme szempontjából. A szerződésmódosítás lehetőségével a felek között létrejött tartós, sokszor évtizedekig fennálló szerződéses kapcsolatban a régi, már elavult, és az előfizető különböző és változó igényeihez akár már nem is illeszkedő feltételek módosíthatókká válnak a szerződéses jogviszony megszakítása nélkül. Az előfizetői jogviszonyokban a szolgáltatók oldalán meglévő erőfölényre és lényegesen erősebb érdekérvényesítési képességre tekintettel a szerződésmódosítás a visszaélés veszélyét is magában hordozza.

A jelenlegi szabályozási környezetben a szolgáltatók szabadon módosíthatják egyoldalúan a szerződéseket, de erről az előfizetőket 30 nappal hamarabb értesíteniük kell. Bármilyen érdemi módosítás esetén – hacsak a módosítás nem jogszabályból, vagy hatósági döntésből eredő kötelezettség teljesítését jelenti, vagy kizárólag előnyt jelent az előfizetőnek – 45 napon belül az előfizetők hátrányos következmények nélkül élhetnek a felmondási jogukkal akkor is, ha határozott időre szerződtek, valamilyen kedvezményért cserébe.⁷⁰³ Az előírások jelentős egyoldalú módosítási teret engednek a szolgáltatóknak, így garanciális jelentősége van annak, hogy a szolgáltatók biztosítsák a jogszabályban rögzített felmondási jogot az előfizetőknek, és annak is, hogy arról az előfizetőket megfelelően értesítsék.

Az előfizetői szerződés kétoldalú, közös megegyezésen alapuló módosítását bármelyik fél kezdeményezheti, ugyanakkor itt is szükséges ellensúlyozni a felek közötti érdekeltségi

⁷⁰³ Eht. 132. §.

ellentétet és érdekérvényesítési aszimmetriát. Ezért a kétoldalú szerződésmódosításra vonatkozó szolgáltatói ajánlat csak akkor tekinthető elfogadottnak, ha azt az előfizető kifejezett, tevőleges magatartással elfogadta. Nem tekinthető ugyanakkor az előfizető tevőleges és kifejezett elfogadó magatartásának az előfizetői szerződés teljesítéséhez kapcsolódó alapvető előfizetői jog gyakorlása, vagy kötelezettség teljesítése (pl. a szolgáltatás további igénybevétele, a szolgáltatás ellenértékének megfizetése).⁷⁰⁴ Ez ugyan érdekegyezés esetén az előfizető számára kényelmetlenséget is jelenthet, azonban általános garanciaként nem lehet eltekinteni a tevőleges intézkedéstől.

4.3. A szerződés megszűnése⁷⁰⁵

Az elektronikus hírközlési szolgáltatások jelentőségére és a felek közötti erőviszonyok aránytalanságára tekintettel a szerződések megszűnését, megszüntethetőségét úgy szükséges biztosítani, hogy az a fogyasztóknak se a választási szabadságát, se azt az érdekét ne sértse, hogy a mindennapi életben szükséges elektronikus hírközlési szolgáltatás a rendelkezésükre álljon.⁷⁰⁶ E két szempont közötti egyensúlyt teremtette meg a jogalkotó azzal, hogy az előfizető számára lehetővé tette, hogy a határozatlan idejű előfizetői szerződést bármikor, azonnali hatállyal, akár adott határrnapra is felmondhassa, míg a szolgáltató rendes felmondása esetén a felmondási idő nem lehet kevesebb mint 60 nap. Az előfizető érdekvédelmét biztosítandó, semmis az előfizetői szerződés bármely olyan kikötése, amely az azonnali, bármikori felmondás lehetőségével ellentétes. Úgyszintén az előfizetői felmondást könnyíti az a felmondásra vonatkozó szabály, hogy a szolgáltató köteles azt minden olyan formában lehetővé tenni, amelyet a szerződés megkötésére is alkalmaz.

Az előfizetők gyakran szerződnek szolgáltatáscsomagok igénybevételére, és a jogszabály a fogyasztók érdekeit szem előtt tartva ennél a konstrukciónál biztosítja, hogy ha az egyik szolgáltatáselem igénybevétele már nem áll érdekében az előfizetőnek, akkor a többi tekintetében is lehetőség legyen a jogviszony megszüntetésére. Amennyiben ugyanis az előfizető határozott időtartamra vállalta a szolgáltatáscsomag igénybevételét, és a szolgáltató szerződésszegése vagy egyoldalú szerződésmódosítása miatt még a szerződés lejártá előtt jogosulttá válik a szerződés felmondására a csomag egyik eleme tekintetében, akkor a csomag valamennyi szolgáltatáselemét felmondhatja.⁷⁰⁷

Úgyszintén az előfizetői felmondás gördülékenységét biztosítja, hogy a szolgáltató a tulajdonát képező eszközök előfizető általi visszaszolgáltatását nem teheti a szerződés megszűnése feltételül, továbbá az eszköz visszaszolgáltatását úgy kell biztosítani, hogy az ne okozzon indokolatlan költséget vagy aránytalan nehézséget az előfizetőnek, ne kelljen emiatt például az előfizetőnek az ország másik végébe utaznia, ezért az eszköz visszaszolgáltatását a szolgáltató valamennyi ügyfélszolgálatán lehetővé kell tenni.⁷⁰⁸

⁷⁰⁴ Eht. 132. § (10) bekezdés.

⁷⁰⁵ Ld. Eht. 134. §, Eszr. 16. §.

⁷⁰⁶ Lapsánszky & Koltay, 2023, p. 248.

⁷⁰⁷ Eht. 134. § (15b) bekezdés.

⁷⁰⁸ Eszr. 16. § (3)–(4) bekezdés. Az előfizetői szerződés megszűnése a szerződéssel összefüggő végberendezésre vonatkozó polgári jogi jogviszonyt nem érinti.

A gyakorlatban több olyan eset is előfordult, amikor a szolgáltatók megpróbálták megnehezíteni az előfizetők jogviszonyból való kilépését, így például a határozott idejű szerződések idő előtti megszüntetése esetén aránytalan nagyságú kötbért követeltek, vagy a jogviszony megszűnése során nem számoltak el az előfizetőkkel, felhatalmazták magukat az ÁSZF-ben arra, hogy a szerződés számlázási ciklus elején vagy közepén való megszűnése esetében is kiszámlázhassák a teljes havi díjat, a feltöltőkártyás előfizetések esetében pedig kikötötték, hogy a fel nem használt egyenleg elvész. Emellett a nagy értékű készülékek árának törlesztőrészek helyetti egyösszegű, jogviszony végén történő kiszámlázását is alkalmazták az előfizetők jogviszonyban tartására. Ezért a határozott idejű szerződések-nél a felek elszámolási kötelezettsége részletesen szabályozásra került, a szolgáltató kizárólag a készülékvásárlásból eredő kedvezményeket követelheti, továbbá a szolgáltatónak a határozott idejű szerződés lejártát követően az előfizető kérésére biztosítania kell a szerződéssel együtt vásárolt készülék hálózathoz való csatlakoztatását.⁷⁰⁹ A szolgáltató az idő előtti felmondáshoz más hátrányos jogkövetkezményt nem fűzhet.

Sajátos elemet képviselnek az elektronikus hírközlési szabályozásban az előre fizetett díjú szolgáltatások, vagyis az ún. kártyás előfizetések, amelyek esetében az előfizető általi egyenlegfeltöltés új határozott idejű szerződés ráutaló magatartással történő megkötésének minősül, ezáltal minden egyes feltöltéssel új szerződés jön létre. A felek elszámolását ennél a szerződéstípusnál a fel nem használt egyenleg sorsának rendezésével oldotta meg a jogalkotó. A szerződés újabb feltöltés nélküli megszűnésekor a szolgáltatónak az előfizető kérésére a fel nem használt összeget vissza kell fizetnie, a szolgáltatók nem köthetnek ki olyan feltételt a szerződésben, amely szerint a fel nem használt egyenleg elvész vagy az előfizetőnek nem jár vissza, a szerződés ilyen rendelkezése semmis.

Az elektronikus hírközlési szolgáltatás funkciójából adódóan alapvető előfizetői érdek, hogy a szolgáltatást folyamatosan és megfelelő minőségben lehessen igénybe venni, ez az előfizetőnek a szerződésből fakadó legfőbb jogosultsága. Ezért, ha már a jogviszony kezdetén nyilvánvalóvá válik, hogy a szolgáltatás minősége nem megfelelő, az elektronikus hírközlési szabályok mind a mobil, mind a vezetékes szolgáltatások esetében lehetővé teszik, hogy az előfizető a szolgáltatás nyújtásának megkezdésétől számított 14 napon belül azonnali hatállyal felmondhassa a szerződést. A szabályozás kimondottan az internet-hozzáférési szolgáltatásnál biztosít egy további lehetőséget a 14 napon belüli felmondásra: ha az előfizető az internet-hozzáférési szolgáltatást olyan csomagban veszi igénybe, amelynek másik eleme digitális tartalom vagy alkalmazás elérése (streaming szolgáltatás), és az internet-hozzáférési szolgáltatás ennek elérését hivatott biztosítani, azonban nem alkalmas erre.⁷¹⁰

Az elektronikus hírközlési szabályok természetesen nem csak a próbaidő alatt adnak lehetőséget az előfizető általi felmondásra nem megfelelő minőség esetén, az előfizető a határozott idejű szerződést is felmondhatja, ha a szolgáltató a hibát 15 napig nem tudja elhárítani, vagy ha a szolgáltatásban a felmondást megelőző három hónapban több mint 10

⁷⁰⁹ Eht. 127. § (4d), (15) bekezdés.

⁷¹⁰ Eszr. 9. § (1) bekezdés *b*) pont.

alkalommal hiba lépett fel, illetve akkor is, ha a szolgáltató a szolgáltatást 30 napig nem az előfizetői szerződés szerint teljesíti.⁷¹¹

Fontos előfizetői érdeksérelmet szüntetett meg az a szabály, amely alapján az internet-hozzáférési szolgáltatónak a szerződés megszűnése esetén az előfizető kérésére díjmentesen lehetővé kell tennie az általa biztosított, az internet-hozzáférési szolgáltatáshoz kapcsolódó e-mail címre érkező üzenetekhez való hozzáférést vagy ezeknek az előfizető által megadott e-mail címre történő továbbítását a felmondástól számított 6 hónapos időtartamra.⁷¹² Ez orvosolja azt a korábbi problémát, hogy az előfizetők a szerződés megszűnése pillanatától a szolgáltató által biztosított e-mail címhez már nem tudtak hozzáférni, mert a szolgáltató a fiókot törölte, amelynek következtében – súlyos érdeksérelmeket okozva – teljes levelezések veszttek el.

4.4. Szolgáltatásminőség

Az elektronikus hírközlési ágazatban sajátos, ugyanakkor rendkívüli jelentőségű a szolgáltatásminőséghez kapcsolódó jogok és garanciák együttese. A szolgáltatások sajátosságai-ból adódóan a megfelelő minőségű szolgáltatás folyamatos nyújtása lényegét tekintve a szolgáltatásnyújtás meglétével egyenlő. Ha a szolgáltatás megfelelő minősége nem biztosított, az a szolgáltatás oly módon történő igénybevételét lehetetlenítheti el, amely a szolgáltatás céljának, a felhasználók közötti, gyors, biztonságos kapcsolatnak az eléréséhez és fenntartásához szükséges. Emellett a szolgáltatások infrastrukturális háttere (a hálózatok, berendezések és a hálózati szolgáltatások rendszere) olyan összetett, hogy a szükségszerű meghibásodások megfelelő kezelésének módját biztosítani szükséges fogyasztóvédelmi szempontból is. Az előfizető számára ugyanis a szolgáltatás „nem működése” jelenti a hibát, számára teljesen mindegy, hogy a nem megfelelő működést (pl. az internet szakadozását, a televízió-műsor kimaradását) egy folyamatosan fennálló műszaki probléma okozza-e, vagy egy időnként visszatérő jelenség következtében nem tudja a szolgáltatást zavartalanul használni.

Az elektronikus hírközlési szolgáltató köteles a szolgáltatást folyamatosan a szerződés szerint nyújtani, így hiba esetén felelősséggel tartozik annak elhárításáért. Az elektronikus hírközlési szabályok számos garanciális rendelkezéssel támogatják, hogy az előfizetők a szerződés szerint tudják igénybe venni a szolgáltatást, és amennyiben hiba merül fel a szolgáltatásban, a szerződés szerinti állapot mielőbb helyreálljon, vagy ennek sikertelensége esetén az előfizetőt minél kisebb érdeksérelme érje.

Ahhoz, hogy a hiba mielőbb elhárítható legyen, nélkülözhetetlen, hogy biztosítva legyen annak minél gyorsabb és egyszerűbb bejelentése, valamint a hibabejelentésekkel és azok kivizsgálásával összefüggésben az előfizetők oldalán ne keletkezzen indokolatlan teher.⁷¹³ A szolgáltató a hiba behatárolásáért és a hiba kijavításáért nem számíthat fel díjat, továbbá

⁷¹¹ Eszr. 26. § (2)–(3) bekezdés.

⁷¹² Eht. 134. § (18) bekezdés.

⁷¹³ A hibabejelentés és hibaelhárítás részletszabályait az elektronikus hírközlési előfizetői szerződések részletes szabályairól szóló 22/2020. (XII. 21.) NMHH rendelet, valamint az elektronikus hírközlési szolgáltatás minőségének az előfizetők és felhasználók védelmével összefüggő követelményeiről, valamint a díjazás hi-telességéről szóló 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet (Minóségr.) állapítja meg.

nem háríthatja a költségeket (pl. javítási, kiszállási költség) az előfizetőre. Az előfizetők számára szintén nagyon hangsúlyos garancia a hibaelhárítási határidő, amely olyannyira fontos, hogy elmulasztása esetére a szolgáltató kötbérfizetési kötelezettsége áll fenn. A szolgáltatónak ezért az előfizető által bejelentett hibát be kell határolnia, és az elvégzett vizsgálat alapján a hibabejelentéstől számított 72 órán belül a valós és a szolgáltató érdekkörébe tartozó hibát ki kell javítania.

Mivel a hiba behatárolását a szolgáltató végzi, előfordulhat, hogy a rendszereiben nem észlelhető a meghibásodás, ugyanakkor a hiba továbbra is fennáll a felhasználói oldalon. Annak érdekében, hogy pusztán a rendszerek jellemzőiből adódó technológiai körülmények alapján a szolgáltató ne mentesüljön a felelőssége alól, a hiba nem minősül elhárított-nak, ha az előfizető a hibát ismételt bejelentéssel a hiba elhárításáról szóló szolgáltatói értesítéstől, vagy annak elmaradása esetén a hibaelhárítás időpontjától számított 72 órán belül.

Az ilyen esetek kezelését biztosítja az is, hogy az előfizető akár a határozott idejű szerződését is felmondhatja, ha meghatározott időn belül a szolgáltató a hibát nem tudja elhárítani, vagy túl sok hiba merült fel.⁷¹⁴

A szolgáltatásért való felelősség különösen fontos a mobilszolgáltatások esetében. A mobilszolgáltatások sajátossága, hogy ezeknél a szolgáltatásoknál a technológiai adottságokra figyelemmel a szolgáltatók nem vállalnak minőségi garanciákat, erre hivatkozással pedig előfordul, hogy ki sem vizsgálják az előfizetők által bejelentett hibákat, és elhárítják felelősségüket.

A szolgáltatói felelősség garantálása különösen fontos az e szolgáltatásokat igénybe vevő előfizetők hatalmas száma miatt, amely 2023 második negyedévében elérte a 13,7 milliót.⁷¹⁵ Míg a helyhez kötött szolgáltatás esetén a szolgáltatás lényeges jellemzője, hogy a szolgáltatás minőségének (elérhetőségének) az előfizetői hozzáférési ponton megfelelőnek kell lennie, és az előfizető számára rendelkezésre kell állnia, addig a mobilszolgáltatás esetében a szolgáltatás elérhetősége nem egy adott földrajzi ponthoz, hanem a szolgáltató által meghirdetett lefedettségi területéhez kapcsolódik. Ezért a mobilszolgáltatók arra tudnak kötelezettséget vállalni, hogy a mindenkor lefedettségi területen biztosítanak szolgáltatást, amelynek minőségét a mobiltechnológia sajátosságaiból fakadóan is számos tényező befolyásolja (pl. a domborzati viszonyok, a készülékek adottságai, beltérben az épület anyaga, fekvése).

A felhasználó elvileg az ország területén bárhol igénybe veheti a mobilszolgáltatásokat, a szolgáltatók azonban csak az általuk besugárzott lefedettségi területen vállalják a szolgáltatás elérhetőségének biztosítását. Annak érdekében, hogy a szerződéskötéskor az előfizetők fel tudják mérni, hogy azon a helyen, ahol a mobilszolgáltatást leginkább használni fogják, milyen mértékű a lefedettség, a szolgáltatóknak lefedettségi térképet kell létrehozniuk és azt rendszeresen frissíteniük kell.⁷¹⁶ A szolgáltatási területet azonban nem lehet maradéktalanul, teljes mértékben lefedni, ezért a mobilszolgáltatók nem vállalnak minimálisan teljesítendő minőségi célértékeket. Ebből adódóan nem tekinthető hibás, illetve nem

⁷¹⁴ Eszr. 22-23. §, 26. § (3) bekezdés.

⁷¹⁵ A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság mobilpiaci gyorsjelentése. https://nmhh.hu/dokumentum/243790/nmhh_mobilpiaci_jelentes_2023_ii_negyedev.pdf

⁷¹⁶ Minőségr. 12. § (4) bekezdés.

szerződés szerű teljesítésnek, amennyiben a mobilszolgáltatás bizonyos felhasználási helyen korlátozottan vagy egyáltalán nem elérhető, ez viszont nem vezethet ahhoz, hogy mobilszolgáltatás esetében a szolgáltatóknak ne legyen szolgáltatási kötelezettségük. Ebben a helyzetben kell mind a szolgáltatóknak, mind az NMHH-nak egyensúlyt teremtenie annak érdekében, hogy a mobilszolgáltatásokat a fogyasztók minél zavartalanabban használhassák, és amennyiben ez nem megy zökkenőmentesen, úgy az érdekeik ne sérüljenek.

A hatósági jogalkalmazás következetesen fellép azon szolgáltatói gyakorlattal és értelmezéssel szemben, hogy mobilszolgáltatások esetében egyáltalán nem tartoznak felelősséggel a szolgáltatás minőségéért, vagy az előfizető által bejelentett hibákat érdemben nem vizsgálják ki, hanem arra hivatkoznak, hogy a mobilszolgáltatás jellege miatt előfordulhat, hogy a szolgáltatás nem vagy gyengébb minőségben vehető igénybe. Előfordult olyan eset, hogy adott településen több előfizető is jelezte, hogy a szolgáltatás minőségében nagyfokú romlás következett be, amire a szolgáltató úgy válaszolt, hogy az infrastruktúrájában nem történt olyan változtatás a panaszolt helyen, ami a minőséget befolyásolhatta volna. A szolgáltató csak később, a bejelentések számának növekedését követően azonosította és hárította el a műszaki hibát. A mobilszolgáltatás sajátosságaira hivatkozva a felelősség nem hárítható el, és nem vezethet olyan irányba, hogy nem kellene az előfizető által bejelentett hibát kivizsgálni. Hiba természetesen felmerülhet a szolgáltatón kívüli okból is, hiszen az elektronikus hírközlő hálózatok egymással együtt, rendszert alkotva működnek, így előfordulhat, hogy másik hálózat hibáját tapasztalja az előfizető vagy a hiba az előfizető végbe rendezésében keletkezett, vagy olyan természeti behatás okozza a szolgáltatás kimaradását, amely a szolgáltatótól független, a terhére nem róható. Mindez azonban csak akkor derülhet ki, ha a hibajelentéseket a szolgáltatók kivizsgálják és megállapítják, hogy valós-e és a szolgáltató érdekkörében merült-e fel a hiba, amely esetben fennáll a hibaelhárítási kötelezettségük. A felelősség-elhárító szolgáltatói magatartással ellentétben általános szolgáltatásminőségi felelősségvállalás példája a Biztos és az egyik jelentős mobilszolgáltató megállapodása. Ebben a szolgáltató vállalta a magasabb szintű tájékoztatást, és azt, hogy meghatározott előfeltételek fennállásakor még abban az esetben is mérlegeli a szerződés egyedi kedvezményes feltételek mellett történő megszüntetésének a lehetőségét, ha a szolgáltatás nem megfelelő minősége nem a szolgáltató hibájából, hanem a szolgáltatás sajátosságából ered. A megállapodás óta eltelt időszakban a Biztoshoz a szolgáltatóval szemben ebben a tárgyban beérkezett panaszok száma a negyedére csökkent, a szolgáltató az esetek többségében méltányosan intézkedik.⁷¹⁷

4.5. Roaming szolgáltatások, számlasokk elleni védelem

A mobil eszközök külföldi használata, azaz a roaming szolgáltatások igénybevétele (barangolás) során az előfizetők gyakran nincsenek tisztában azzal, hogy az adott forgalmazás pontosan milyen helyzetben és milyen díjazással történik, ráadásul a forgalom bekövetkezhet szándékos használat nélkül is.

⁷¹⁷ https://nmhh.hu/cikk/237337/Egyuttmukodes_a_meltanyos_megoldasokert

Az EU területén barangoló előfizetők védelméről közvetlenül alkalmazandó EU rendelet⁷¹⁸ (Roaming rendelet) szabályai gondoskodnak, amelyek számos átláthatósági és védelmi mechanizmust tartalmaznak a számlasokk elkerülése érdekében. Az Európai Gazdasági Térség (EGT) tagállamaiban – vagyis az EU-s országokban, valamint Norvégiában, Liechtensteinben és Izlandon – a „Mobilozz úgy, mint otthon” elve érvényes már 2007 óta. Ez azt jelenti, hogy a szolgáltatók a belföldi kiskereskedelmi áron felül főszabályként semmilyen többletdíjat nem számíthatnak fel, amelynek eredményeképpen az előfizetők a belföldön megszokott árakon használhatják a mobiltelefon és mobilinternet szolgáltatásokat.

A Roaming rendelet magas szintre emelte a szolgáltatók tájékoztatási kötelezettségét, emellett több szabály került megalkotásra a forgalom előfizető általi kontrollálhatósága érdekében és nagy hangsúlyt fektet a barangoló előfizetők tájékoztatására. A Roaming rendelet megköveteli továbbá, hogy a tájékoztatások és az értesítések személyre szabott információkat tartsanak.

Kiemelt jelentőségű tájékoztatási elem az ún. „welcome SMS”, amely akkor kerül megküldésre, ha az előfizető másik EU-n belüli vagy kívüli állam területére lép, vagy ott először vesz igénybe adatátviteli szolgáltatást. Ekkor a szolgáltatóknak SMS üzenetben személyre szabott díjszabási tájékoztatást kell küldeniük, amely tartalmazza az aktuális roaming díjakat.⁷¹⁹

A roaming tájékoztatások személyre szabottsága a szolgáltatói gyakorlatban nem volt magától értetődő, előfordult, hogy azok tartalma nem volt aktuális, túl általános tájékoztatást adtak, vagy éppen a szolgáltató a méltányos használat feltételeiről⁷²⁰ is tájékoztatta az előfizetőit, miközben nem is vezette be a gyakorlatába a méltányos használati feltételeket.⁷²¹ A hatósági jogalkalmazás következetesen érvényesíti a személyre szabottság követelményét, amelynek során arra is figyelemmel kell lenni, hogy a fogyasztókat ne érje információs terhelés, és ne szerepeljenek a tájékoztatásokban olyan felesleges elemek, amelyek az átláthatóságot csökkentik.

Úgyszintén szükség volt a hatósági fellépésre a welcome üzenetek megfelelő érvényesülése érdekében, ugyanis a szolgáltatói gyakorlatban felmerült, hogy esetleg ügyfélirritációt okozhat az ismételt üzenetküldés azokban az esetekben, amikor az előfizető rövid időn belül, többször lép másik állam területére. A welcome SMS-ek esetében azonban a Roaming rendelet egyértelmű abban, hogy minden egyes határátlépésnél küldeni kell a tájékoztatást, amelytől azért sem lehet eltekinteni, mert ennek az üzenetnek a határmenti területeken jellemző szándékolatlan roaming megakadályozásában is fontos szerepe van.

A számlasokk elkerülése érdekében a legjelentősebb védelmi mechanizmus az ún. pénzügyi vagy adatforgalmi limit funkció, amelynek célja, hogy az előfizető számlája ne halad hassa meg a legfeljebb 50 eurós összeget. A szabályozás alapján a korlát 80%-ának eléréséről az előfizetőt tájékoztatni kell, a 100% elérésekor pedig a roaming szolgáltatást korlátozni kell, és csak az előfizető kérésére lehet újra biztosítani.

⁷¹⁸ Az Európai Parlament és a Tanács 2022. április 6-i (EU) 2022/612 rendelete az Unión belüli nyilvános mobilhírközlő hálózatok közötti barangolásról (roaming).

⁷¹⁹ Roaming rendelet 14. cikk.

⁷²⁰ Ld. Roaming rendelet 5. cikk.

⁷²¹ Ha a szolgáltató úgy látja, hogy az előfizető jellemzően nem belföldön használja a szolgáltatásait, a szolgáltató jogosult – előzetes értesítést követően – többletdíj felszámítására.

Mind a limitről szóló értesítés, mind az automatikus welcome üzenet lemondható az előfizető által, és bármikor újra kérhető, amellyel összefüggésben az NMHH következetesen ösztönzi a szolgáltatókat az egyértelmű kommunikációra, hiszen kiemelt jelentőséggel bír, hogy az előfizető megértse, hogy milyen védelemről mond le, ha nem kéri ezeket az értesítéseket.

Még a tudatos előfizetők számára sem mindig egyértelmű, hogy a készüléken a háttérben alkalmazások (pl. időjárás, csevegő appok) futhatnak, amelyek akkor is forgalmat generálhatnak, ha az előfizető nem használja aktívan a telefont vagy a tabletet. Egy időjárás-frissítés például 50-60 kB adatforgalmat igényel, ami akár 9500 Ft-ba is kerülhet, pár perc közösségi médiaplatform használat pedig akár 60 MB forgalmat is jelenthet, amely akár 100 000 Ft feletti összeget eredményezhet. Ezért a szabályozás megköveteli, hogy a szolgáltatóknak minden észszerű lépést meg kell tenniük azért, hogy megóvják az ügyfeleiket a szándékolatlan barangolás okozta költségektől. Ez a gyakorlatban a roaming tiltás lehetőségével, illetve a szolgáltatói honlapokon való tájékoztatás útján valósul meg, emellett az NMHH következetesen ösztönzi a szolgáltatókat arra, hogy minden lehetséges eszközzel segítsék a fogyasztókat, így például a határ közelében élőknek érdemes javasolni a roaming tiltás alapértelmezett beállítását.

Repülő vagy hajós utazások során további kockázatot jelentenek a nem szárazföldi hálózatok, amelyeken akár több százezres vagy milliós összegű forgalmak keletkezhetnek (egy konkrét esetben az előfizető a kikötőben sétálva csatlakozott a műholdas hálózathoz, amivel mintegy négymillió forintos összegű forgalmat generált). Az uniós roaming szabályozás magyar javaslatra vonta a hatálya alá az ilyen hálózatokon való barangolást, és írta elő a szolgáltatók részére azt, hogy a díjszabással és az adatforgalmi limittel kapcsolatos értesítéseket a nem szárazföldi hálózatokra történő csatlakozás estén is küldeniük kell,⁷²² továbbá, hogy tegyenek meg minden észszerű lépést annak érdekében, hogy ilyen hálózatra az előfizetők szándék nélkül ne csatlakozzanak fel, például a csatlakozást az előfizető kérésére tiltsák meg.

4.6. Panaszkezelés

A fogyasztók, felhasználók és előfizetők jogainak és érdekeinek hatékony érvényesítése szempontjából elsődleges, hogy legyen módjuk megtenni panaszukat, rendelkezésre álljanak a panaszok kezelésére alkalmazható, ügyfélbarát folyamatok. Éppen a felek adottságainak különbségeiből (nagyszámú, csekély érdekérvényesítő képességű felhasználók tömege a kisszámú, meghatározó befolyású szolgáltatóval szemben) adódik, hogy az előfizetők a szolgáltatói jogsértés esetén panaszukkal és igényükkel elsődlegesen a szolgáltatóhoz fordulhatnak. E célra az előfizetői szolgáltatást nyújtó elektronikus hírközlési szolgáltatóknak az előfizetői és felhasználói bejelentések intézésére, panaszok kivizsgálására és orvoslására, az előfizetők és felhasználók tájékoztatására ügyfélszolgálatot kell működtetniük. Az előfizetői panaszok kezelésével összefüggésben a szolgáltatóknak biztosítaniuk kell, hogy az előfizető a panaszát megtehesse és azt a szolgáltató megfelelő módon kezelje.

⁷²² Roaming rendelet (46) preambulumbekzdés, 1. cikk (2) bekezdés, 13. cikk.

Annak érdekében, hogy a fogyasztók számára ismert legyen, hogy panaszukkal hova fordulhatnak, a szolgáltatóknak az ügyfélszolgálatukon közzé kell tenni, hogy az előfizetők az előfizetői szolgáltatás nyújtásával kapcsolatos bejelentéseiket, panaszukat hogyan tehetik meg, tájékoztatni kell őket arról, hogy a szolgáltató a panaszokat mennyi időn belül fogja kivizsgálni, és mennyi időn belül fogja értesíteni az előfizetőt annak eredményéről, valamint, hogy a szolgáltatás nyújtásával összefüggő viták rendezése érdekében az előfizető mely hatósághoz vagy bírósághoz fordulhat.

Az elektronikus hírközlési szolgáltatók mint közszolgáltatási tevékenységet végző vállalkozások ügyfélszolgálatával és panaszkezelésével összefüggésben nemcsak az elektronikus hírközlésre vonatkozó szabályok, hanem az Fgytv. is tartalmaz rendelkezéseket. Az elektronikus hírközlési szolgáltató által működtetett ügyfélszolgálat, valamint az előfizetői panasz intézésével kapcsolatos ügyekben az NMHH hatásköre kiterjed a fogyasztóvédelmi törvény betartásának felügyeletére is. Nem tartozik e körbe a személyes ügyfélszolgálat működési rendjével összefüggő, így különösen az ügyfélszolgálat ügyfélfogadási idejére, megközelítésére, nyitvatartására vonatkozó szabályok betartásának ellenőrzése.

A gyakorlatban azonban ezen elhatárolásnál összetettebb esetek is előfordulhatnak, amire tekintettel a jogalkalmazói gyakorlatnak kellett kimunkálnia a feladatok elhatárolását. Az NMHH az ügyfélszolgálat, valamint az ügyfélszolgálati tevékenység összefüggésben csak akkor jár el felügyeleti hatáskörében, ha az adott ügy szerinti ügyfélszolgálatot elektronikus hírközlési szolgáltató működteti és a kifogásolt ügyfélszolgálati tevékenységet elektronikus hírközlési szolgáltatás kapcsán látja el. Egy szolgáltatónak ugyanis többféle tevékenysége lehet (pl. az ügyfélszolgálat helyszínén egyidejűleg berendezéseket, tartozékokat is forgalmaz a szolgáltató), és ezáltal egy üzletben ugyanazon a helyen, ugyanazok a személyek többféle ügyben is kapcsolatba lépnek a fogyasztókkal. Az NMHH hatáskörébe kizárólag azok az esetek tartoznak, amikor az ügyfélszolgálati tevékenységet az elektronikus hírközlési tevékenység kapcsán látják el, és az elektronikus hírközlésre vonatkozó szabály szerint előfizetőnek minősülő személy, fogyasztó kiszolgálására kerül sor.

Egy berendezés vagy készülék vásárlásával kapcsolatban panaszt tevő fogyasztó nem minősül előfizetőnek, akkor sem, ha a terméket egyébként elektronikus hírközlési szolgáltatótól vásárolta, és akkor sem, ha előfizetői szerződést is kötött az elektronikus hírközlési szolgáltatóval. Amennyiben a panasz nem az elektronikus hírközlési szolgáltatással, hanem a vállalkozás által értékesített valamely dolog minőségével, vagy az értékesítéshez kapcsolódó szavatossági, jótállási igényekkel kapcsolatos, akkor a fogyasztóvédelmi hatóság hatásköre állapítható meg.⁷²³ Az elektronikus hírközlési szabályok külön előírásokat tartalmaznak a számlareklamációkkal összefüggésben. Ha az előfizető a szolgáltató által felszámított díj összegét vitatja, a szolgáltatónak a díjreklamációt haladéktalanul nyilvántartásba kell vennie.

Az előfizetők érdekeit védi az a szabály, hogy ha az előfizető a szolgáltató által követelt díj összezszerúségét vitatja, a szolgáltatónak kell bizonyítania, hogy a hálózata az illetéktelen hozzáféréstől védett és számlázási rendszere zárt, a díj számlázása, továbbá megállapítása helyes volt. Rögzítve van ugyanakkor az is, hogy ellenkező bizonyításig nem terheli

⁷²³ Ld. a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól szóló 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet 8. § (1) bekezdés.

számlázási rendszere zártságának vonatkozásában külön – eseti – bizonyítási kötelezettség a szolgáltatót, ha tanúsítvánnyal rendelkezik a számlázási rendszere zártságáról. A szolgáltatói gyakorlatban előfordult, hogy a szolgáltatók nem vizsgálták ki érdemben a számlareklamációkat, arra hivatkozva, hogy tanúsítvánnyal rendelkeznek, volt, aki erre tekintettel az ÁSZF-ben is megpróbálta kizárni a bizonyítási kötelezettségét a számlareklamációk esetén.⁷²⁴

Annak érdekében pedig, hogy az előfizetők kétség esetén fel tudják mérni, hogy érdemes lehet-e panaszt bejelenteni a számlával összefüggésben, részletes számlamellékletet, ún. „hívásrészletezőt” igényelhetnek, amelyben szerepelnek a díj kiszámításához szükséges számlázási, és – ha a szolgáltatás jellege ezt lehetővé teszi – forgalmazási adatok.

4.7. Emelt díjas szolgáltatások

Az elektronikus hírközlési előfizetői viszonyok speciális részterületét jelentik az emelt díjas szolgáltatások. E szolgáltatások igénybevételével a felhasználó különféle hang, szöveg vagy multimédia-alapú tartalmat érhet el a tartalomszolgáltatók által, és ennek díját a neki telefonszolgáltatást nyújtó szolgáltató számára fizeti meg. Az emelt díjas tartalomért tehát az előfizető által fizetendő díjat az elektronikus hírközlési szolgáltató számlázza ki és szedi be az elektronikus hírközlési szolgáltatásért esedékes havi számlában, a tartalomszolgáltató és az elektronikus hírközlési szolgáltató pedig egymással elszámolnak.

A magas díjak miatt, valamint az által, hogy az emelt díjas szolgáltatások értékláncában egyes szereplők magatartása olykor kifejezetten a fogyasztók megtévesztésére, megkárosítására irányul, fogyasztóvédelmi szempontból rendkívül érzékeny, problematikusá tették e szolgáltatásokat, amely így mind a jogalkotásban, mind a jogalkalmazásban célzott és jelentős fellépést kíván.

Tipikus tényállás, hogy a telefon, táblagép kijelzőjén, akár rendszerüzenetnek álcázott felugró ablakokban megjelenő reklámokra kattintva olyan folyamat indul el, amelynek végén a gyanútlan telefonhasználó olyan emelt díjas szolgáltatás előfizetője lesz, amire észrevétlenül iratkozott fel. További jellemző visszaélészerű magatartás, hogy megtévesztő módon, különféle ígérekkel tartják hívásban a felhasználókat, vagy akár csengetési visszhang folyamatos lejátszásával hitetik el a hívóval, hogy még nem érte el az emelt díjas tartalmat, és várnia érdemes. A megtévesztéses visszaélések és a csalások egyes eseteiben a közigazgatási fellépés mellett már a büntetőjogi értékelés is felmerülhet.

A gyakorlatban továbbá a tartalomszolgáltatók jellemzően nem rendelkeztek ügyfélszolgálattal, így sokszor elérhetetlenek a felhasználók számára, akik panasz esetén így nem tudtak hozzájuk fordulni. Az esetleges reklamációkat az elektronikus hírközlési szolgáltatók érdemben nem tudják kivizsgálni, ehhez a tartalomszolgáltatók közreműködésére van utalva, ezért a gyakorlatban – mivel az elektronikus hírközlési szolgáltatás a telefonhívás, vagy üzenetküldés igazolhatóan, ténylegesen megvalósult – a legtöbb esetben ragaszkodnak a díjak megfizetéséhez. Az anomáliák kiküszöbölése érdekében az emelt díjas szolgáltatásokra vonatkozó szabályokat a jogalkotó több lépcsőben szigorította. Az elő-

⁷²⁴ A Minőség. 5. és 13-14. §-ának együttes értelmezése alapján.

fizetők védelme szempontjából a legnagyobb jelentőségű lépés a fogadott emelt díjas szolgáltatásoknál az alapértelmezett tiltás bevezetése volt. Ez azt jelenti, hogy a szolgáltatók valamennyi előfizetőnél automatikusan és központilag tiltják, hogy az előfizető fogadott emelt díjas szolgáltatást vegyen igénybe, arra regisztrálni tudjon és a tiltást csak az előfizető külön ilyen irányú igényére oldhatják fel. A szolgáltatónak ellenőriznie kell azt is, hogy az igény ténylegesen az előfizető személyétől érkezik-e és az előfizető nem kiskorú-e. Ez az intézkedés további részletszabályokkal nagyon jelentősen csökkentette a fogadott emelt díjas szolgáltatásokkal kapcsolatos visszaélések számát, idővel pedig az ilyen típusú visszaélések és a fogadott emelt díjas hívások eltűnéséhez vezetett.

Emellett szigorú szabályok vonatkoznak a tartalomszolgáltató, a vele szerződő elektronikus hírközlési szolgáltató, valamint a tartalmat elérni kívánó előfizetőnek szolgáltatást nyújtó szolgáltatók viszonyára, és megszabják a feladat- és felelősségi köröket is. Az elektronikus hírközlési szolgáltató csak azzal a tartalomszolgáltatóval köthet szerződést, aki vállalja többek között, hogy az előfizetőt közérthetően tájékoztatja a megrendelt szolgáltatásról még a szolgáltatás megkezdése előtt, megfelelő ügyfélszolgálatot biztosít és a számhasználat során jogszerű módon jár el. Az elektronikus hírközlési szolgáltatók felelőssége egyrészt az együttműködés kialakítására, a feltételek tartalomszolgáltatók általi betartásának ellenőrzésére és az információk közzétételére is kiterjed, másrészt az elektronikus hírközlési szolgáltatók felelősséggel is tartoznak a visszaélésekért, amennyiben azt számukra kijelölt telefonszámok felhasználásával követik el. Ilyen esetben az elektronikus hírközlési szolgáltató felelőssége objektív és független attól, hogy a visszaélést ténylegesen nem ő, hanem a tartalomszolgáltató követi el. Ennek keretében az NMHH a telefonszám felhasználásával elkövetett csalás, visszaélés esetén megtilthatja az azonosító további használatát, kötelezheti az elektronikus hírközlési szolgáltatót az azonosító elérésének megakadályozására, elrendelheti az azonosító eléréseért fizetendő díjak visszatartását, és az előfizetőknek felszámított, vagy tőlük beszedett díj jóváírását, illetve visszatérítését.⁷²⁵ Az emelt díjas szolgáltatással összefüggésben is kulcsfontosságú a felhasználók megfelelő tájékoztatása, ezért az elektronikus hírközlési szolgáltatóknak kereshető nyilvántartást kell közzétenniük a honlapjukon, amelyben az egyes számokon elérhető tartalomszolgáltatások valamennyi fontos adata elérhető, így az előfizető meg is tudja keresni, hogy egy, a híváslistában, vagy a hívásrészletezőben szereplő számon melyik tartalomszolgáltató milyen szolgáltatása volt elérhető az adott időpontban. Az NMHH közleményt jelentetett meg arról, hogy milyen módon lehet az emelt díjas számhoz tartozó adatokat lekérdezni, továbbá arról, hogy az előfizetők ingyenesen kérhetik a szolgáltatónál az emelt díjas hívások és SMS-ek forgalmának tiltását, amellyel védekezhetnek az emeltdíjas forgalom ellen.⁷²⁶

⁷²⁵ Eht. 49. § (7) bekezdés h) pont.

⁷²⁶ https://nmhh.hu/cikk/221361/Igy_tudhatjuk_meg_milyen_szolgaltatas_all_az_emelt_dijas_szamok_mogott

5. Összefoglalás

Az elektronikus hírközlésspecifikus fogyasztóvédelmi igazgatás elsődleges és legalapvetőbb célja a felhasználók érdekeinek magas szintű védelme, továbbá annak biztosítása, hogy a felhasználók megbízható, biztonságos, megfelelő minőségű elektronikus hírközlési szolgáltatásokat vehessenek igénybe.

Az elektronikus hírközlési szolgáltatások igénybevételével összefüggésben rendkívül összetett szempontrendszer alapján lehetséges a közjogi beavatkozás indokoltságát vizsgálni, a beavatkozás mértékét és garanciális eszközrendszerét meghatározni. Az elektronikus hírközlésspecifikus fogyasztóvédelmi jogintézmények biztosítják, hogy a szolgáltató és a fogyasztó között a szolgáltatások jellegéből adódóan természetesen fennálló aszimmetria fogyasztó számára hátrányos hatásai minimálisra csökkenjenek, továbbá a fogyasztók, előfizetők megfelelő védelmét az előfizetői jogviszony létrejötte, fennállása és megszűnése során.

Fontos kiemelni, hogy a liberalizált elektronikus hírközlési piac kialakulását követően szinte azonnal kiemelt szerephez jutó, évtizedek óta a hírközlési szabályozást meghatározó fogyasztóvédelmi jellegű jogintézmények érvényesítése által a hatósági jogalkalmazói gyakorlat is jelentősen hozzájárult a fogyasztóvédelmi célok érvényesüléséhez, az elektronikus hírközlési piac dinamikus fejlődéséhez, ugyanakkor a digitalizáció és a konvergencia térnyerése, az újabb és újabb technológiák, digitális szolgáltatások megjelenése folyamatosan új kihívások elé állítják a jogalkotót és a jogalkalmazót is.

Az elektronikus hírközlésspecifikus fogyasztóvédelmi rendelkezések egyre szorosabban kapcsolódnak a tartalomszabályozáshoz és az online platformok szabályozásához is, ezzel párhuzamosan pedig a szabványok, technológiai specifikációk szerepe is egyre jelentősebbé válik, a fogyasztóvédelmi jellegű elektronikus hírközlési szabályokat tartalmazó joganyag folyamatosan bővül, ez a folyamat pedig megújuló szemléletet követel a szolgáltatóktól és az NMHH-től is.

6. Forrás- és irodalomjegyzék

- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/612 rendelete (2022. április 6.) az Unión belüli nyilvános mobilhírközlő hálózatok közötti barangolásról (roaming).
- A Bizottság (EU) 2019/2243 végrehajtási rendelete (2019. december 17.) az (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv alapján a nyilvánosan elérhető elektronikus hírközlési szolgáltatásokat nyújtó szolgáltatók által használandó szerződésösszefoglaló-minta létrehozásáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/1972 irányelve (2018. december 11.) az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról.
- 2003. évi C. törvény az elektronikus hírközlésről.
- 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról.
- 1997. évi CLV törvény a fogyasztóvédelemről.

- 19/2014. (IV. 29.) NGM rendelet a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés keretében eladott dolgokra vonatkozó szavatossági és jótállási igények intézésének eljárási szabályairól.
- 22/2020. (XII. 21.) NMHH rendelet az elektronikus hírközlési előfizetői szerződések részletes szabályairól.
- 13/2011. (XII. 27.) NMHH rendelet az elektronikus hírközlési szolgáltatás minőségének az előfizetők és felhasználók védelmével összefüggő követelményeiről, valamint a díjazás hitelességéről.
- Elvi ajánlás az elektronikus hírközlési szolgáltatók részére a késedelmes előfizetői fizetéssel kapcsolatos intézkedések körében egységes és méltányos gyakorlat kialakítására (https://nmhh.hu/cikk/232878/Elvi_ajanlas_az_elektronikus_hirkozlesi_szolgaltatok_reszere_a_kesedelmes_elofizetoi_fizetessel_kapcsolatos_intezkedesek_koreben_egyseges_es_meltanyos_gyakorlat_kialakitasara).
- A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság mobilpiaci gyorsjelentése, https://nmhh.hu/dokumentum/243790/nmhh_mobilpiaci_jelentes_2023_ii_negyedev.pdf.
- https://nmhh.hu/cikk/221361/Igy_tudhatjuk_meg_milyen_szolgaltatas_all_az_emelt_dijas_szamok_mogott.
- https://nmhh.hu/cikk/237337/Egyuttmukodes_a_meltanyos_megoldasokert.
- Fővárosi Törvényszék 3.K.30678/2012/5. sz. ítélet.
- Bak, L. (2023). Átlagfogyasztó-koncepció a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló szabályozásban In Rigó, Cs. B., Szoboszlai, I. & Csirszki M. M. (szerk.), *A hazai fogyasztóvédelmi jog áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások*. (pp. 26-27). Versenykör-könyvsorozat (Tóth, A., szerk.). Budapest, Gazdasági Versenyhivatal.
- Balogh, V. (2022). Digitalization and consumer protection enforcement. *Institutiones Administrationis. Journal of Administrative Sciences*, 2(1), 85-99. <https://doi.org/10.54201/ia-jas.v2i1.42>
- Balogh, V. et al. (2010). *Magyar fogyasztóvédelem és reklámjog*. (p. 313). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Bencsik, A. (2021). Rekviem egy ágazatért – a fogyasztóvédelmi igazgatás alakváltozatai. *Közigazgatástudomány*, 1(1), 16-29. <https://doi.org/10.54200/kt.v1i2.13>
- Bencsik, A. (2013). A fogyasztóvédelem szakigazgatási alapjai. In Lapsánszky, A. (szerk.), *Közigazgatás és szakigazgatás. Fejezetek szakigazgatásaink köréből. II. kötet*. (p. 343). Budapest, CompLex Kiadó.
- Fazekas, J. (2007). *Fogyasztóvédelmi jog*. (p. 72). Budapest, CompLex Kiadó.
- Fehér, J. (2012). Szempontok a hatékonyabb hírközlési fogyasztóvédelem megteremtéséhez. *Diskurzus – A Batthyány Lajos Szakkollégium folyóirata*, 2(2), 3-14.
- Lapsánszky, A. (2021a). Az elektronikus hírközlés gazdasági közigazgatása hazánkban. (pp. 343, 369). Budapest, CompLex Kiadó.

- Lapsánszky, A. (2021b). Általános és különös hatósági eljárási szabályok viszonya a hazai elektronikus hírközlési igazgatásban. *Közigazgatástudomány*, 1(2), 80-93. <https://doi.org/10.54200/kt.v1i1.8>
- Lapsánszky, A. (2009). A közszolgáltatás fogalmának, tartalmának, tagolásának általános alapjai a hírközlési szolgáltatási rendszer mintáján keresztül. *Jog-Állam-Politika*, 1(3), 64-107.
- Lapsánszky, A. & Koltay, A. (2023). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok megítélése a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság hírközlési szektort érintő gyakorlatában. In Rigó, Cs. B., Szoboszlai, I. & Csirszki M. M. (szerk.), *A hazai fogyasztóvédelmi jog áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások*. (p. 248). Versenytükör-könyvsorozat (Tóth, A., szerk.). Budapest, Gazdasági Versenyhivatal.

IX. Fejezet. A GVH fogyasztóvédelmi tevékenysége az online térben, különös tekintettel a nagy technológiai óriások elleni eljárásokra

1. Bevezetés
2. A nagy technológiai óriások elleni fellépés jogszabályi háttere
3. A GVH versenyfelügyeleti eljárásai digitális szolgáltatást nyújtó óriásvállalatokkal szemben
 - 3.1. Elégtelen, megtévesztő tájékoztatási gyakorlat
 - 3.2. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok, sürgető üzenetek
 - 3.3. Megtévesztő ingyenes állítás
 - 3.4. Rejtett költségekkel befolyásolás
 - 3.5. Célzott reklámozás, ingyenesség, adattal való fizetés dilemmái
4. Vizsgálat az online szálláshelyfoglalás és a szálláshely-szolgáltatás hazai piacán
5. Átfogó gyorsselelmzések
6. Piacselelmzés a mesterséges intelligencia hatásairól
7. Összefoglalás
8. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A digitális átállás folyamatos innovációval és soha nem látott sebességgel zajlik a szemünk előtt. A naponta megjelenő új technológiák további lehetőségeket, ugyanakkor veszélyeket is hordoznak az emberiség számára. A figyelemgazdaság felismerése óta⁷²⁷ – az egyre jobb hardver és szoftver technológiáknak köszönhetően – mára az adatvezérelt döntéshozatal vált jellemzővé nem csupán az üzleti világban, hanem a kormányzati szektorokban is. A figyelemgazdaságban a bőséges – sokszor redundáns – információkat kínáló szereplők a fogyasztók figyelméért és idejükért, mint korlátozott erőforrásért versenyeznek. A fogyasztók döntési folyamatát nem egy esetben szoftverek befolyásolják bonyolult algoritmusok segítségével. Az internet és a digitális gazdaság „kitermelte” a maga médiamonopóliumait, amint azt feszegeti könyvében Matthew Hindman.⁷²⁸ A technológiai óriásvállalatok élen járnak a platformjaikon megforduló felhasználók – legyenek azok fogyasztók vagy kisebb piaci szereplők – adatainak megszerzésében és kiaknázásában, így téve szert elképesztő bevételekre, illetve busás haszonra.

Szinte nincs már olyan ember, akinek az életére ne lenne hatással az online világ, vagy aki ne találkozott volna valamely nagy digitális platform nyújtotta szolgáltatással. Azok a fogyasztók, akik napi szinten használnak számítógépet vagy okos eszközöket, sokszor kiszolgáltatott helyzetben vannak az interneten a technológiai óriásokkal szemben. Európá-

⁷²⁷ Herbert, 1971.

⁷²⁸ Hindman, 2018.

ban a felhasználók 72%-a szeretné tudni, hogyan kezelik adataikat a közösségi média használatakor.⁷²⁹ A digitális jogok és elvek témakörében 2021 őszén készített Special Eurobarometer 518 riport⁷³⁰ szerint az Európai Unióban tíz válaszadóból nyolc gondolja úgy, hogy az internet és a digitális eszközök fontos szerepet játszanak a jövőben is. A felmérésben résztvevők ugyanilyen arányban tartják hasznosnak, hogy az Európai Bizottság a sikeres digitális átalakulás biztosítása érdekében közös európai jövőképet alakít ki az európai digitális jogokkal kapcsolatban.

Az elmúlt évek hazai és nemzetközi online fogyasztóvédelmi és versenyjogi ügyei és az azokban hozott hatósági és közigazgatási bírósági döntések rávilágítottak arra, hogy nagyon időszerű volt egy biztonságosabb digitális tér kialakítása, a digitális szolgáltatások felhasználóinak, a fogyasztók alapvető jogainak védelme érdekében mind szabályozási, mind jogalkalmazási eszközökkel.

A digitális szolgáltatásokat nyújtó online közvetítők és platformok, az online piacterek, a közösségi hálózatok, a tartalommegosztó platformok, az alkalmazásboltok, valamint az online utazási és szállásplatformok szabályozásában az Európai Bizottság kétséget kizáróan úttörő szerepet tölt be. A digitális piacokon a rendszerszintű szerepet betöltő úgynevezett kapuőr platformok szűk keresztmetszetet jelentenek a vállalkozások és a fogyasztók közötti digitális szolgáltatások áramlásában, ezért az egyenlő versenyfeltételek megteremtése, az innováció és a versenyképesség előmozdítása alapvető fontosságú, így „*a digitális átalakulás szabályozása terén az EU élen jár, annak egyértelmű modellalkotója és innovátora*”.⁷³¹

A fentiek tükrében joggal merül fel tehát, hogy a magyar fogyasztóvédelmi szabályozás képes volt-e az új kihívásokra gyors és hatékony válaszokat adni? Érdemes áttekinteni, hogy a GVH mint az egyik magyar fogyasztóvédelmi jogalkalmazó szerv mit tudott tenni eddig a fogyasztók védelme érdekében? A jelen fejezet a GVH jogalkalmazói gyakorlatának – példákkal alátámasztott – fogyasztóvédelmi tapasztalatait mutatja be. Szó lesz a jogsértések feltárásáról és felszámolásáról, átfogó gyorselemzésekről, gyorsított ágazati vizsgálatról, valamint a mesterséges intelligencia hatásairól.

2. A nagy technológiai óriások elleni fellépés jogszabályi háttere

A tisztességes gazdasági verseny és a fogyasztók jogainak védelme az Alaptörvényben is lefektetésre került. Az M) cikk (2) bekezdése kimondja, hogy „*Magyarország biztosítja a tisztességes gazdasági verseny feltételeit. Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védi a fogyasztók jogait.*” Az Alkotmánybíróság 8/2014. (III. 20.) AB

⁷²⁹ European Commission (2022). *Digital Rights and Principles Factsheet*. Publications Office of The European Union (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-rights-and-principles-factsheet> – letöltés: 2024.02.09.).

⁷³⁰ European Commission (2021). *Digital Rights and Principles, Special Eurobarometer 518 Report*. Publications Office of The European Union (<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2270> – letöltés: 2024.02.09.).

⁷³¹ Tóth, 2022, pp. 78-102.

határozata indokolásának [61] bekezdése kimondja, hogy az Alaptörvény M) cikk (2) bekezdése második mondatából az államnak alkotmányos kötelezettsége keletkezik, amely többek között kiterjed a fogyasztók jogait biztosító jogszabályok megalkotására is.

A GVH a nagy technológiai óriásokkal szemben indított versenyfelügyeleti eljárásai során a Tptv. és az Fttv. eljárási szabályait alkalmazza az Ákr. keretei között.

Magyarország 2024-ben ünnepli az Európai Unióhoz való csatlakozás huszadik évfordulóját. Hazánk csatlakozásával a GVH is tagja lett az Európai Bizottság Versenyjogi Főigazgatóságából és a tagállami versenyhatóságokból álló Európai Versenyhálózatnak⁷³² (ECN), s így bekerült az uniós versenyjog alkalmazói közé. A fogyasztóvédelmi jogalkalmazás szempontjából is egyértelműen előnyös a GVH számára, hogy aktív tagja a tagállami hatóságokból álló Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózatnak⁷³³ (CPC).

A GVH-nak munkája során szem előtt kell tartania a digitális szolgáltatásokról szóló jogszabályt (DSA rendelet⁷³⁴), amely 2022. november 16-án lépett hatályba,⁷³⁵ és amely 2024. február 17-től közvetlenül alkalmazandó az egész Európai Unióban. A DSA rendelet célja, hogy „*hozzájáruljon a közvetítő szolgáltatások belső piacának megfelelő működéséhez, az olyan biztonságos, kiszámítható és megbízható online környezetre vonatkozó harmonizált szabályok meghatározásával, amely elősegíti az innovációt, és amelyben a Chartában rögzített alapvető jogok, köztük a fogyasztóvédelem elve hatékony védelmet élveznek*”.⁷³⁶ A legalább 45 millió/hó aktív felhasználóval rendelkező online platformoknak legkésőbb 2023. február 17-ig kötelességük volt a Bizottság felé jelenteni az aktív felhasználók számát. A Bizottság 2023. április 25-én közzétette⁷³⁷ 17 nagy online platform⁷³⁸ (*Very Large Online Platforms – VLOPs*) és 2 nagy keresőmotor⁷³⁹ (*Very Large Online Search Engines – VLOSEs*) nevét. E platformoknak 4 hónapon belül teljesíteniük kellett a DSA szerinti kötelezettségeiket és meg kellett küldeniük a Bizottságnak az első éves kockázatértékelésüket. Az uniós tagállamoknak 2024. február 17-ig kellett kinevezniük a digitális szolgáltatási koordinátorokat, amely időponttól a 45 millió/hó-nál kevesebb aktív felhasználóval rendelkező platformoknak is meg kell felelniük a digitális szolgáltatásokra vonatkozó valamennyi szabálynak.

⁷³² European Competition Network (ECN), https://competition-policy.ec.europa.eu/antitrust-and-cartels/european-competition-network_en (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³³ Consumer Protection Cooperation Network (CPC), https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/consumer-protection-cooperation-network_en (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁴ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet, EGT-vonatkozású szöveg), 2022.10.27. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_6906 (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁶ Ld. DSA rendelet 1. cikk (1)–(2) bekezdés.

⁷³⁷ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_23_2413 (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁸ VLOPs: Alibaba AliExpress, Amazon Store, Apple AppStore, Booking.com, Facebook, Google Play, Google Maps, Google Shopping, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter, Wikipedia, YouTube, Zalando.

⁷³⁹ VLOSEs: Bing, Google Search.

Szintén 2022-ben jelent meg a digitális piacról szóló jogszabály (DMA rendelet⁷⁴⁰), amely egységes szabályrendszert alkot a DSA-val. A fogyasztóvédelmi szabályozás szempontjából releváns joganyag még a 2019/2161 irányelv („Omnibus-irányelv”⁷⁴¹) és annak nyomán a 2022. május 28-ától hatályba lépett módosítások,⁷⁴² többek között ide tartozik az árfeltüntetéstől szóló 98/6/EK irányelv (PID⁷⁴³).

A DSA kimondja, hogy nem érinti a fogyasztóvédelmi uniós jogszabályokat⁷⁴⁴ – ideértve az UCP Irányelvet⁷⁴⁵ is –, ugyanakkor lehetnek olyan online közvetítői szolgáltatók által tanúsított magatartások, amelyek egyszerre sérthetik a DSA-t és a UCP Irányelvet magyar jogba átültető Fttv.-t. A Tptv. Harmadik Része a GVH versenyfelügyeleti eljárásról szóló 2019. évi LXXV. törvény 10. §-a (1) bekezdésében foglalta meg a versenyhatóság kezében.

3. A GVH versenyfelügyeleti eljárásai digitális szolgáltatást nyújtó óriásvállalatokkal szemben

Az elmúlt években a GVH több, digitális szolgáltatást nyújtó globális, vagy multinacionális vállalkozás ellen folytatott versenyfelügyeleti eljárást a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmába ütköző kereskedelmi gyakorlat miatt. Bár az Fttv.

⁷⁴⁰ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (digitális piacokról szóló jogszabály, EGT-vonatkozású szöveg), 2022.10.12. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴¹ Az Európai Parlament és a Tanács 2019/2161 irányelve (2019. november 27.) a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról, L 328/7, 2019.12.18. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX%3A32019L2161> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴² Az Európai Parlament és a Tanács 2019/2161 irányelve (2019. november 27.) a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról, 2021. 12. 18. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX%3A32019L2161> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴³ Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve (1998. február 16.) a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről, 1998.03.18. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A31998L0006> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴⁴ DSA rendelet, (10).

⁷⁴⁵ Ld. az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról. A Bizottság közleménye – Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (2021/C 526/01; EGT-vonatkozású szöveg; „UCPD-iránymutatás”), 2021. 12. 29. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2021:526:FULL&from=EN> – letöltés: 2024.03.27.).

nem ismeri a sötét mintázat kifejezést, de az online, fogyasztókat megtévesztő vagy agreszív kereskedelmi gyakorlatok tárgyalásához mindenképpen szükséges kitérni röviden a sötét mintázatok („dark patterns”) mibenlétére, mivel a következőkben bemutatott ügyek jelentős részében ebbe a kategóriába eső módszereket vetettek be a vállalkozások.

A sötét mintázatok elnevezést 2010-ben Harry Brignull, felhasználói dizájnspecialista használta először. Az elmúlt években számos fogalom meghatározással és még több csoportosítási móddal találkozhattunk.⁷⁴⁶ Az azonban mindegyik definícióban közös, hogy sötét mintázatoknak olyan digitális felületeken megjelenő megoldásokat tekintenek, amelyek célja, hogy a felhasználókat olyan döntés meghozatalára készítsék, amelyet ezen kialakítások hiányában nem hoztak volna meg, és ez kárt okoz(hat) a fogyasztóknak.

3.1. Elégtelen, megtévesztő tájékoztatási gyakorlatok

Az információk vizuális elrejtésének (ún. „elrejtett információ”) módszerével, mint sötét mintázattal kapcsolatban több kutatás⁷⁴⁷ is bebizonyította, hogy az nem csak, hogy torzíthatja a fogyasztók ügyleti döntését, de más sötét mintázatokhoz képest a torzítás mértéke nagyobb. Ennek hátterében az áll, hogy ez a fajta sötét mintázat a fogyasztók számára a legkevésbé észlelhető. A kutatások alapján ugyanis elmondható, hogy minél kevésbé érzékel a fogyasztó egy, a döntésének befolyásolását célzó megoldást (sötét mintázatot), az annál jobban képes torzítani a fogyasztó választását.

A GVH több, az információ elrejtését célzó módszert alkalmazó „BigTech” cég ellen is indított versenyfelügyeleti eljárást, amelyekben azt vizsgálta, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak-e a vállalkozások az Fttv. 7. § (1) bekezdésében foglalt („megtévesztő mulasztás”), vagy a 3. § (2) bekezdés („generálklauzula”) szerinti magatartás megvalósításával.

A VJ/32/2016. számú ügyben a GVH Versenytanácsa 100 millió forint bírság kiszabása mellett megállapította, hogy az Apple Inc. 2015 szeptemberétől a magyarországi fogyasztókat érintő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, mert az ún. Wi-Fi-asszisztens szolgáltatással kapcsolatban egyes lényeges jellemzőket nem közölt, amely révén elhallgatott az iOS 9 operációs rendszerrel (és így végső soron az érintett Apple készülékek használatával) kapcsolatban lényeges információkat. A fogyasztók számára lényeges információként azonosította a Versenytanács, hogy a Wi-Fi-asszisztens szoftver-frissítés, illetve okostelefon üzembehelyezése során automatikusan aktiválódik, de van lehetőség kikapcsolni, továbbá, hogy a Wi-Fi-asszisztens szolgáltatás egyik funkciója, hogy gyenge Wi-Fi jel esetében automatikusan mobilinternet hálózatra kapcsolja a készüléket, amely miatt a felhasználónál megnövekedett mobiladat-forgalomra lehet számítani. A VJ/32-164/2016. számon kiadott határozat⁷⁴⁸ szerint az is elvárható lett volna az Apple Inc.-től, hogy a Wi-

⁷⁴⁶ Pl. OECD „Dark commercial patterns”, OECD Digital Economy Papers, No. 336, OECD Publishing (2022), Paris, <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en> (letöltés: 2022.12.05.), vagy Európai Bizottság „Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation”, 2022. április. 20. (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en> – letöltés: 2022.12.05).

⁷⁴⁷ OECD „Dark commercial patterns” (2022), 21-23.

⁷⁴⁸ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_32_2016_164 (letöltés: 2024.03.28.).

Fi-asszisztens (hiányolt) lényeges jellemzőiről a telepítéssel, illetve a frissítéssel azonos platformon és egyidőben tájékoztassa a fogyasztókat, mivel a használt kommunikációs csatorna jellege ezt lehetővé tette volna. Hiába voltak ugyanis közvetetten elérhető információk egyéb, további felületeken (illetve egyes kommunikációs csatornák esetében az információk csak többszörös legörgetés után voltak elérhetők), azok a Versenytanács szerint nem képeztek szerves egységet a főkommunikációval, mert a telepítési folyamat során egy kattintással (illetve legörgetés nélkül) nem érhetette el a fogyasztó magyar nyelven valamennyi, szükséges és lényeges információt. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerinti átlagfogyasztó jellemzőjeként mondta ki a Versenytanács, hogy az ilyen fogyasztó nem olvassa el a teljes weboldalt, ezért növeli annak a lehetőségét, hogy a fogyasztóhoz nem jut el egy információ, ha az csak legörgetéssel érhető el.

A VJ/88/2016. számú GVH eljárás tárgya a Google LLC két szolgáltatásával, az Allo chatkliens (intelligens üzenetküldő alkalmazás) bevezetésével és Google-fiók funkcióbővülésével kapcsolatos tájékoztatási gyakorlata volt. A GVH többek között azt vizsgálta, hogy az Allo chatkliens telepítése során a fogyasztó az alkalmazás adatkezeléséről és adattárolási módjáról megfelelő tájékoztatást kapott-e. A Versenytanács hangsúlyozta, hogy nem az adatvédelmi kérdések képezték a vizsgálat tárgyát, mert *„még az adatvédelmi szabályok betartása esetén is sérülhet a fogyasztónak a nem torzított üzleti döntés meghozatalához való joga, ha valamilyen olyan, fentiek szerinti információt nem kap meg vagy nem időszerűen, nem érhetően stb., amely a tájékozott döntéséhez szükséges”*. A VJ-88-71/2016. számú határozat⁷⁴⁹ utal arra, hogy az online világban általában nem az információk rendelkezésre állásának hiánya nehezíti meg a fogyasztók számára egy-egy döntés meghozatalát, hanem az információk nagy mennyisége, amelyek közül a fogyasztóknak meg kell keresniük és ki kell válogatniuk a számukra releváns információkat. Mindezekre tekintettel fogalmazta meg a Versenytanács azt az elvárást, hogy az adatkezelésről szóló tájékoztatás olyan (kiegysúlyozott, egyértelmű, értelmezhető és ellentmondásmentes) módon valósuljon meg, hogy annak lényegét, a kockázatokat átlássa a fogyasztó, ezáltal fel tudja mérni, hogy az adatkezelés milyen hatással jár a magánszférájára. Az eljárás végül jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül zárult, mivel a Versenytanács elfogadta a Google LLC kötelezettségvállalását, amelynek keretein belül a szolgáltató külön az adatkezeléssel kapcsolatos, magyar nyelvű tájékoztató aloldalt hozott létre, módosította az alkalmazásáruházban az Allo chatkliensről elérhető leírást, az alkalmazás telepítésének menetét, valamint az érintett felhasználókat közvetlen üzenetben értesítette a tájékoztatási aloldallról.

Szintén kötelezettségvállalással zárult a VJ/18/2017. PayPal ügy⁷⁵⁰, amely azért indult, mert a GVH valószínűsítette, hogy a PayPal (Europe) S.á.r.l. et Cie, S.C.A. tájékoztatásai időszerűtlenek, hiányosak a pénznemváltást igénylő fizetéseknél alkalmazott árfolyamokról, illetve azok módosítási lehetőségeiről, így e tájékoztatások megtévesztőek a fogyasztók számára. Az alapbeállítás szerint a szolgáltató saját árfolyamán végezte az átváltást, és

⁷⁴⁹ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_88_2016_7 (letöltés: 2024.03.28.).

⁷⁵⁰ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2017/vj_18_2017_120 (letöltés: 2024.03.28.).

ugyan volt lehetőségük a fogyasztóknak, hogy a kártyakibocsátó bankjuk által alkalmazott árfolyamon történő váltást válasszák, de erről a lehetőségről vizuálisan nehezen észlelhetően és homályos megfogalmazással tájékoztatták a fogyasztókat. A kötelezettségvállalás nyomán a www.paypal.com oldalt úgy alakította át a szolgáltató, hogy a különböző átváltási árfolyamok együtt jelennek meg, valamint a fogyasztók tájékoztatását is kibővítették és egyértelműsítették.

A 2018-ban létrehozott, és a fiatalok (11-24 év közöttiek) körében viharos gyorsasággal Magyarországon és világszerte nagy népszerűsége szert tett TikTok videómegosztó ellen a VJ/24/2020. számon indult versenyhivatali eljárás. A GVH azt valószínűsítette, hogy a szolgáltatásról, annak lényeges jellemzőiről (így az adatkezeléséről) nem az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható szakmai gondossággal tájékoztatják a fogyasztókat. Valószínűsítette azt is a GVH, hogy a szakmai gondosság követelményét sértheti azzal a TikTok, hogy a szerződéses feltételek nem érhetőek el magyar nyelven. Vizsgálati szempont volt továbbá az is, hogy az elvárható szakmai gondossággal jár el-e a TikTok annak érdekében, hogy a gyermek- és fiatalkorúak reklámoknak való kitettségét moderálja, mivel ez a korosztály kevésbé tudatos és tapasztalatlan a reklámok, kereskedelmi célú gyakorlatok azonosításában. Az ügyet lezáró, VJ/24-185/2020. számú határozatban⁷⁵¹ a Versenytanács rögzítette, hogy *„önmagában az felveti a szakmai gondosság elvárt szintjének a sérelmét, ha egy piaci szereplő csak szabályzatokon, szerződéses feltételeken keresztül ismerteti a – jelentős arányban kiskorú – fogyasztóival a terméke alapvető jellemzőit. Különösen jelentős ez a sérelem, ha egyébként a termék, a szolgáltatás igénybevételének jellege miatt magától értetődően adódna az in-platform, azaz a letöltési, a regisztrációs vagy az egyéb felhasználási folyamatba épített, közérthető és egyértelmű kommunikáció, aminek sem terjedelmi, sem tartalmi/formai korlátjai nincsenek (azaz a fogyasztóknak adott tájékoztatás kontextus idegen).”* A Versenytanács hozzáfűzte, hogy azt tartaná kívánatosnak, ha a platformszolgáltatók olyan egyszerű és világos üzeneteket közvetítenének a felhasználók számára, amely megkönnyítené az adatkezeléssel kapcsolatos döntések meghozatalát, például akként, hogy 3-4 adatkategóriára lehetővé tennék a teljes engedélyezést és/vagy tiltást.

A videómegosztó platform üzemeltetőivel szemben több országban (USA, Hollandia, Olaszország, Írország) is bírságot szabtak ki a hatóságok, ugyanakkor a GVH eljárása olyan kötelezettségvállalás elfogadásával zárult, amely érdemben és globális szinten is javíthatja a fogyasztók tájékozódását. Az információs célú Adatközpont és szolgáltatás legfontosabb jellemzőiről szóló TikTok videók beiktatása a hírfolyamba egyaránt segítséget nyújtanak ahhoz, hogy a felhasználók tudatosabb döntéseket hozzanak a szolgáltatással kapcsolatban. A gyermek- és fiatalkorúak védelmét szolgálják a vállalatok azon részei, amelyek szerint a platform üzemeltetői (a TikTok Inc. és TikTok Technology Limited) népszerűsítik a képernyőidő, szülői felügyelet és egyéb, a gyermekeket védő beállításokat, valamint önként 20%-ban korlátozzák a hírfolyamban megjelenített hirdetések arányát.

⁷⁵¹ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-242020185 (letöltés: 2024.03.28.).

Az elmúlt időszak legújabb technológiai újdonsága, a mesterséges intelligencia sem esik ki a GVH látóköréből. A VJ/20/2023. ügyszámom indult és a kézirat zárásakor még folyamatban lévő eljárásban⁷⁵² a Microsoft Ireland Operations Limited mesterséges intelligencián alapuló, chat funkcióval kiegészített keresőszolgáltatását, az ún. „új Bing szolgáltatását” vizsgálja a GVH, többek között abból a szempontból, hogy vajon az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható szakmai gondossággal tájékoztatja-e a fogyasztókat a Microsoft a szolgáltatása (melyet időközben Copilotra neveztek át) teljeskörűségére, megbízhatóságára, naprakészségére és megalapozottságára vonatkozóan. A vizsgálat tárgya az is, hogy megfelelően tájékoztatják-e a felhasználókat a szolgáltatás alapját képező adatok felhasználásával kapcsolatban (így például, hogy a megosztott adatokat a Microsoft miként használja fel a mesterséges intelligencia algoritmusának betanításához, mennyiben jeleníti meg őket más felhasználók kereséseire válaszolva, illetve hogyan lehet ezen adatokat eltávolíttatni).

3.2. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok, sürgető üzenetek

A sötét mintázatok között lehet olyan típusú manipulációkat is azonosítani, amelyek – az elrejtett információk ellentétéjeként – az intenzív kommunikációra helyezik a hangsúlyt és a fogyasztókat jellemzően a népszerűséget kihangsúlyozó, vagy időbeli korlátozottságra vonatkozó állításokkal sürgetik, pszichésen befolyásolják a döntéshozatal során. Az ilyen magatartások az Fttv. 8. §-ában, illetve a melléklet 7. pontjában meghatározott agresszív kereskedelmi gyakorlatként minősíthetők.

A szálláshelyek kínálatait a világ minden tájáról összegyűjtő www.booking.com gyakorlatát a VJ/17/2018. ügyszámú eljárásban vizsgálta a GVH. A 2 milliárd 500 millió forintos bírságot kiszabó⁷⁵³ VJ/17-110/2018. számú határozat⁷⁵⁴ szerint (más jogsértések elkövetését is megállapítva – ld. az alábbiakban) a Booking.com B.V. agresszív kereskedelmi gyakorlatot folytat azzal, hogy a weboldalan és az alkalmazásban elérhető szálláshely ajánlatokkal összefüggésben sürgető jellegű, pszichés nyomásgyakorlásra alkalmas tájékoztatásokat tesz közzé. A Versenytanács álláspontja szerint összességében, rendszerszintűen alkalmas a fogyasztók befolyásolására az a sürgetésre irányuló gyakorlat, hogy a foglalási folyamat minden szakaszában jelennek meg figyelemfelhívó, piros színnel kiírt, ezért erőteljes üzenetek a fogyasztók felé, miszerint egyes szálláshelyek nagyon keresettek („Nagyon keresett! (...), „Utolsó foglalás a szálláson: Épp az imént!”, „elmúlt 24 órában 17-szer foglaltak”), vagy korlátozottan elérhetőek („Már csak 1 szoba maradt!”, „Már csak 2 ilyen van!”), illetve elérhetetlenek. Ezek az információk, kiegészítve a szálláshelyek pozitív értékeléseinek kiemelésével („Nagyszerű”, „Rendkívüli”, „Mesés”) a fogyasztókban

⁷⁵² <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2023-as-sajtokozlemenyek/a-gvh-megvizsgalja-hogy-a-microsoft-mikent-tajekoztatja-a-fogyasztokat-uj-keresoszolgáltatasarol> (letöltés: 2024.03.28.). A versenyfelügyeleti eljárás megindítása nem jelenti annak kimondását, hogy a vállalkozás a jogsértést elkövette. Az eljárás a tények tisztázására és ezen keresztül a feltételezett jogsértés bizonyítására irányul.

⁷⁵³ A határozat bírósági felülvizsgálata a bírság tekintetében a jelen fejezet írásakor még folyamatban van, a határozat jogsértést megállapító részét a bíróság helybenhagyta, ld. [https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek_2018/vj-172018153](https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2018/vj-172018153) (letöltés: 2024.02.09.).

⁷⁵⁴ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-172018110 (letöltés: 2024.03.24.).

a lemaradás érzését alakíthatják ki (amelyet a szakirodalom *FOMO*⁷⁵⁵ hatásként szokott hívni). A Versenytanács hangsúlyozta, hogy „*valamennyi üzenet összességében tekintve azt célozta, hogy a fogyasztó ne kizárólag a foglalás megkezdéséről döntsön, hanem a foglalást fejezze is be, tehát, hogy az érdeklődő fogyasztóból tényleges, konverziót végrehajtó fogyasztó váljon. Az üzenetek – figyelembe véve a fogyasztói viselkedést is – egyértelműen egy képzelt vagy valós versenyhelyzetbe sodorhatták a fogyasztókat, akik így valóban pszichés nyomást élhettek át, hogy foglalásukat minél gyorsabban fejezzék be.*”

A VJ/42/2019. számú ügyben vizsgált Viagogo egy globális, nemzetközi online platformot (<https://www.viagogo.com/>) működtet viszonteladói piacot teremtve élő sport-, zenei és szórakoztatóipari eseményekre szóló jegyek értékesítésére. A Versenytanács a VJ/42-111/2019. számú határozatában⁷⁵⁶ 472 millió forintos bírság kiszabása és több más jogsértés megállapítása mellett⁷⁵⁷ kimondta, hogy a Viagogo AG a teljes vásárlási folyamat alatt (főleg az elérhetőséggel, kereslettel kapcsolatos) sürgető jellegű tájékoztatásokat tesz közzé, amelyek tartalmuk és vizuális megjelenítésük révén összhatásukban alkalmasak pszichés nyomásgyakorlásra, így agresszív kereskedelmi gyakorlatot valósítanak meg. Ebben az ügyben is azt hangsúlyozta a Versenytanács, hogy a vizsgált üzenetek összességükben alkalmasak arra, hogy a fogyasztókban azt a hatást keltsék, hogy sietniük kell a vásárlással. A fogyasztók befolyásolhatóságát nagyban növeli, hogy a keresletre és elérhetőségre vonatkozó állítások (pl.: „*X jegy maradt erre az eseményre oldalunkon*”, „*Utolsó dátum*”, „*Egy [magyar zászló képe] vásárló vett X jegyet, hogy megnézzé a(z) ... című eseményt itt: Budapest 3 nappal ezelőtt oldalunkon*”) a vásárlási folyamat minden lépésében, figyelemfelkeltő, élénk színekkel, központi helyen, gyakran felugró ablakokban jelennek meg, kiegészítve azzal a zavaró hatással, hogy a 9 perc 59 másodpercről induló (a vásárlás befejezésének határidejét jelző) visszaszámláló óra is folyamatosan látható. A Versenytanács megjegyezte azt is, hogy a sürgető üzenetek kifejezetten ellentétben állnak a fogyasztói érdekekkel, hogy kellő információk birtokában a megfontolt döntéshez szükséges idő biztosításával tudjanak jegyeket vásárolni.

A visszaszámláló órával hangsúlyosan megjelenített, rövid ideig elérhető, nagymértékű kedvezményeket kínáló „*Azonnali ajánlatok*” gyakorlatát vizsgálta – más magatartások mellett – a GVH az egyik legnépszerűbb nemzetközi e-kereskedelmi piactér, a Wish platform (www.wish.com) tekintetében a VJ/22/2021. számú ügyben. Az eljárás során az „*Azonnali ajánlatok*” kapcsán az Fttv. melléklet 7. pontja szerinti tényállás fennállását valószínűsítette a GVH, vagyis azt, hogy az „*Azonnali ajánlatok*” között megjelenített termékek esetében fogyasztók azonnali döntéshozatalra készítése céljából valótlannul állították a Wish platformon, hogy a termék csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre az

⁷⁵⁵ Fear Of Missing Out, kimaradástól/lemaradástól való félelem.

⁷⁵⁶ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2019/vj-0422019111 (letöltés: 2024.02.11.).

⁷⁵⁷ A Versenytanács kimondta továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytat, amikor (1) fizetendő vételárra vonatkozó kommunikációja során az árról időszertelesen tájékoztatja felhasználóit, valamint elmulasztja tájékoztatni a felhasználókat az átváltási árfolyamról (annak tényéről), illetve az árfolyamszámítás – platformon alkalmazott – módjáról, (2) nem teszi egyértelművé, hogy kizárólag az értékesítés bonyolítására alkalmas közvetítő platformot üzemeltet, továbbá azt a benyomást kelti, hogy a weboldalon kialakított árakra nincs ráhatása. A határozattal szemben rendkívüli perorvoslati eljárás van még folyamatban.

adott kedvezményes áron, ugyanis a vizsgálat azt észlelte, hogy a termék a visszaszámláló órával megadott időtartam lejárta után változatlanul a kedvezményesként megjelölt áron volt elérhető. Mivel az óra 4 percről számolt vissza, így valószínűsíthető volt, hogy ez a módszer megfosztja a fogyasztókat a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól. Az eljárás kötelezettségvállalással,⁷⁵⁸ így a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül zárult, amelyben a platform üzemeltetői, a ContextLogic B.V. és ContextLogic Inc. amellet, hogy az „Azonnali ajánlatok”-ra vonatkozó gyakorlat megszüntetését is vállalták, mintegy 100-150 ezer magyar fogyasztót kompenzáltak 1500 forint értékű kreditjövávírás-sal.

3.3. Megtévesztő ingyenes állítás

Az ingyenesség valótlan állításával való manipuláció már az online világ kialakulását megelőzően is ismert és gyakori jogsértése volt a vállalkozásoknak. Ezt a kereskedelmi gyakorlatot a jogalkotó az Fttv. mellékletét képező, ún. „feketelistában” helyezte el, ezzel az ilyen állítások tisztességtelensége kapcsán *ex lege* kimondta, hogy azok alkalmasak a fogyasztó üzleti döntésének torzítására, „ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és a termék birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell”⁷⁵⁹. Az alábbi, a GVH ügyeiből hozott példák azonban azt szemléltetik, hogy a konkrét kereskedelmi gyakorlat jellegétől függően akár mint a termék árával kapcsolatos valótlan állítás [Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont], akár mint elhallgatás [Fttv. 7. § (1) bekezdés] is tisztességtelennek minősülhet, ha azt a benyomást próbálják kelteni a fogyasztóban, hogy valamilyen termékhez ingyen juthat hozzá.

A Be2 világszerte elérhető online társskereső szolgáltatást (mely a magyar fogyasztók számára www.be2.hu és www.academicsingles.hu oldalakon érhető el) népszerűsítő kommunikációt vizsgálta a GVH a VJ/19/2018. számú eljárásban. A be2 S.à.r.l. a weboldalakon való regisztrációt, így a weboldalak használatát ingyenessként hirdette, azonban a regisztrált felhasználók a más társskeresők fényképeit és a kapott üzeneteiket csak akkor tekinthették meg, illetve akkor válaszolhattak az érdeklődésekre, ha előfizetői szerződést kötöttek díjfizetés ellenében. Ezek alapján a Versenytanács VJ/19-120/2018. számú határozatában⁷⁶⁰ kimondta, hogy az „ingyenesség” valótlan, mivel a szolgáltatásokhoz valóban díjmentesen csak korlátozott mértékben lehet hozzáférni, a társskereső céljának megfelelő igénybevétel lényegében csak díjfizetéssel lehetséges. A Versenytanács ezt megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősítette, többek között hangsúlyozva, hogy „az »ingyenesség« a fogyasztó érdeklődését már önmagában felkelti, ezért ezen fogalmak kereskedelemi tájékoz-

⁷⁵⁸ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2021/vj-222021114 (letöltés: 2024.02.09.).

⁷⁵⁹ Ld. Fttv. Melléklet 20. pont.

⁷⁶⁰ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-192018120 (letöltés: 2024.02.09.).

tatás részeként való alkalmazása, feltüntetése a fogyasztói döntés meghozatalára kiemelkedő jelentőséggel bír”. További három tisztességtelen magatartásra is tekintettel⁷⁶¹ a Versenytanács összesen 1 milliárd 600 millió forintos bírságot szabott ki a be2 S.à.r.l.-ra.

Egy másik online társskereső, a www.elittars.hu oldalon elérhető szolgáltatással kapcsolatosan, a VJ/16/2022. számú ügyben is felmerült az ingyenesség kérdése. A szolgáltatást nyújtó Spark Networks Services GmbH olyan konstrukciót alakított ki, ahol a társskereső honlapot a fogyasztóknak volt lehetőségük (1) regisztráció nélkül, (2) előfizetés nélküli regisztrációval és (3) prémium előfizetéssel is használni. Az előző, Be2 ügyhöz hasonlóan azonban az ingyenesen regisztrált tagok csak olyan online tartalmat értek el, amely nélkülözte a társkeresési funkcióhoz szükséges képességeket (azaz: a lehetőség a többi regisztrált felhasználó profilképeinek megtekintésére, továbbá szöveges üzenetek küldésére és a számukra küldött szöveges üzenetek olvasására). A tényállás annyiban eltérő volt azonban a Be2 ügyhöz képest, hogy az ingyenesség nem volt a kommunikáció központjában, hanem ezzel ellenkezően, a regisztráció során a fogyasztók nem kaptak tájékoztatást az előfizetés nélküli regisztrációval elérhető szolgáltatás valós tartalmára vonatkozóan, annak tényleges társkeresésre való alkalmatlanságára nem utalt semmi. Mindezek alapján a Versenytanács VJ/16-75/2022. számú határozatában⁷⁶² 169 millió forintos bírság kiszabása mellett kimondta, hogy az eljárás alá vont vállalkozás az Elittárs internetes társskereső szolgáltatás kapcsán megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat, amikor elhallgatja, hogy az előfizetés nélküli (ingyenes) regisztráció érdemi társkeresés folytatására nem alkalmas.

A sürgető üzenetek kapcsán említett VJ/22/2021. számú, Wish piactér elleni eljárásban az ingyenességre vonatkozó állítások is felmerültek. A platform kereskedelmi gyakorlata jellemzően abból állt, hogy jelentős számú terméket kínáltak nagymértékű akcióban (pl. 56%, 92%, 95% kedvezménnyel), vagy alacsony (pár száz forintos, pl. 827 Ft, 630 Ft, 240 Ft) árakon, egyes termékek azonban „ingyenesen” elérhetőként jelentek meg a találati listában, majd a termék oldalon is. A vizsgálat ezzel kapcsolatban azt tapasztalta, hogy a kiválasztott „ingyenes” termék paramétereinek (pl. szín vagy kiszínezés) megadását, illetve megváltoztatását követően a terméknel már egy forintban kifejezett, „ingyenesnél” magasabb ár jelent meg. Mindazonáltal a korábbiakban hivatkozott kötelezettségvállalás keretében az eljárás alá vontak azt is vállalták, hogy a jövőben nem alkalmazzák a GVH által kifogásolt árengedmény-feltüntetési gyakorlatot.

Szintén említhető ezen a témakörön belül a fentiekben idézett VJ/17-110/2018. Booking határozat, amelyben a Versenytanács azt is kimondta, hogy a platform üzemeltetője megtéveszti a fogyasztókat azzal, hogy a szolgáltatásán keresztül foglalható szálláshelyekkel kapcsolatban azok „*ingyenes lemondhatóságát*” állítja. A Booking ugyanis egyszerre kínálta ugyanazokat a szállásokat rugalmasan és nem rugalmasan lemondható módon is,

⁷⁶¹ A Versenytanács kimondta továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatának minősül, hogy (1) megtévesztő módon tájékoztatja a fogyasztókat az általa nyújtott szolgáltatás időtartamáról, valamint az igénybevétel alatt fizetendő díjról, (2) a szolgáltatást a valóltan „*Már 766.000 Regisztrált Tagunk bízott meg tudományos partnerkeresési módszerünkben!*” állítással népszerűsítette, valamint (3) az a gyakorlata, ahogyan egyrészt a szolgáltatások igénybevételének alapvető feltételeit ismerteti, másrészt ahogyan a fogyasztói jelzéseket kezeli.

⁷⁶² https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2022/vj-16202275 (letöltés: 2024.02.11.).

azonban az ingyenes lemondással hirdetett szállások árai magasabbak voltak, mint a lemondás esetén nem visszatérítendő díjú szállásoké. Mivel a két szállás-típus között ezen többlet-szolgáltatáson kívül más különbség nem állt fenn, ezért a Versenytanács arra az álláspontra helyezkedett, hogy a lemondhatóság (rugalmasság) díja lényegében beépül a szálláshely díjába, vagyis az ingyenesség nem valósul meg ténylegesen.

3.4. Rejtett költségekkel befolyásolás

A sötét mintázatok között találhatunk további, az árakkal, díjakkal kapcsolatos manipulációt. Ilyen az ún. „csepegtető árazás” gyakorlata, amikor a fogyasztót részletekben, időben elszórva szembesítik azzal, hogy a kiválasztott termék (vagy szolgáltatás) árán (vagy díján) felül további, kiegészítő, nem-opcionális költségeket is állnia kell. Az ilyen gyakorlatok az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerinti megtévesztő mulasztásnak minősülnek.

A fentebb már említett, VJ/42-111/2019. számú határozatában az agresszív kereskedelmi gyakorlat (sürgető üzenetek) mellett a Versenytanács azt is kimondta, hogy a Viagogo AG fizetendő vételárra vonatkozó kommunikációja során az árról időszertlenül tájékoztatja felhasználóit. A Versenytanács megállapította, hogy a fogyasztóknak a www.viagogo.com/hu oldalon a vásárlási folyamat során lépésről-lépésre haladva, eltérő mezőkben, különböző színű és méretű módon megjelenített információkból kell összegyűjteniük az árakkal, költségelemekkel kapcsolatos információkat, és csak a vásárlási folyamat végén jelenik meg számukra a teljes, fizetendő ár. A határozatban a Versenytanács azt is rögzítette, hogy *„a jegyekért fizetendő teljes ár olyan sok elemből, tételből (jegyár, kezelési/szállítási költség, foglalási/szolgáltatási díj, adók és mindezek esetleges árfolyamváltási költsége, jegyenként és összességében) tevődhet össze, amelyek rendszere és meghatározása a fogyasztó számára még abban az esetben is zavaros (figyelemmel az egyes fogalmak kapcsán alkalmazott eltérő kifejezésekre is), ha azok után célzatosan informálódik, azokat a honlapon kifejezetten keresgéli.”*

Szintén csepegtető árazást érintett a német Eventim csoport hazai tagjával, a CTS Eventim Hungary Kft.-vel szemben, VJ/11/2023. számon lefolytatott eljárás. Az ügyet lezáró döntésben⁷⁶³ a Versenytanács kimondta, hogy a www.eventim.hu jegyértékesítő oldalon a szolgáltató megtévesztette a fogyasztókat az online árusítás során azzal, hogy egyes költségekről (így a kezelési, illetve szállítási költségekről) időszertlenül módon, azaz csak a jegyek kosárba helyezését, illetve regisztrációt követően tájékoztatja a felhasználókat. A határozat kiemelte, hogy úgy sem minősült megfelelőnek a tájékoztatás, hogy fogyasztó az elkerülhetetlen többletköltségekről szóló információkat a vásárlási folyamat során észlelhető kommunikáción kívül (az ÁSZF-ben vagy nehezen fellelhető aloldalakon megjelenő cikkekben) találhatta csak meg.

⁷⁶³ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2023/vj-11202365 (letöltés: 2024.11.16).

3.5. Célzott reklámozás, ingyenesség, adattal való fizetés dilemmái

Az egyik legnagyobb közösségi média platform, a Facebook ellen VJ/85/2016. számon indult eljárásban a GVH a személyes adat, mint ellenszolgáltatás és a célzott reklámozás viszonyával foglalkozott.⁷⁶⁴ A VJ/85-189/2016. számú határozatában⁷⁶⁵ a Versenytanács kimondta, hogy a Facebook Ireland Ltd. megtévesztette a fogyasztókat, amikor azt állította, hogy a Facebook használata ingyenes, noha a felhasználók által megadott adatokat arra használják, hogy célzott reklámokat közvetítsenek feléjük. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja szerinti megtévesztő kereskedelmi gyakorlatra tekintettel 1 milliárd 200 millió forint bírságot szabott ki a platform üzemeltetőjére. A Versenytanács álláspontja szerint pénzbeli ellenszolgáltatást valóban nem kell a weboldal használatáért fizetni, azonban a Facebook által nyújtott szolgáltatás egyértelmű ellenértéke a fogyasztó személyes adata. A Versenytanács kiemelte, hogy a Facebook „működési modelljé[nek] lényege, hogy felhasználói adatait, továbbá a felhasználói aktivitás során generált adatokat, információkat kezel, azokat különböző módon hasznosítja, »piacosítja« marketing és egyéb célokra. Erre tekintettel a szolgáltatás azon jellemzője, hogy mi a használatának az ellenértéke [...], kétségtelenül alapvető és jelentős információ a szolgáltatás kapcsán, melynek hiányában nem tudja a fogyasztó, hogy milyen jellegű terméket vett igénybe [...]”.

A határozat ellen bírósági felülvizsgálatot kért a Facebook üzemeltetője, amelynek eredményeképpen a Kúria Kfv.II.37.243/2021/11. számú ítéletében⁷⁶⁶ megsemmisítette a határozatot, mert az eljáró tanács úgy ítélte meg, a hatályos jogszabályi keretek nem adnak arra lehetőséget, hogy a személyes adatok átadását az Fttv. szerinti „ár, díj vagy árkedvezmény” fogalmába tartozónak lehessen érteni. A Kúria kifejtette, hogy megítélése szerint semmilyen kimutatható többlethátrányt nem jelent az a különbség, hogy a fogyasztó az átadott adatai miatt nem általában reklámot, hanem célzott reklámokat kap, így nincs olyan tényező, ami a fogyasztót az ügyleti döntése meghozatalakor befolyásolhatja. Az ítélet indokolása mindazonáltal kifejti, hogy a perben azt senki nem vitatta, hogy a személyes adatoknak értéke van, valamint azt, hogy meghatározott együttes feltételek fennállása esetén az ingyenesség alatt lehet a pénzbeli ellenszolgáltatás-mentességen kívül mást is érteni.

A Facebook ellen indított versenyhivatali eljárás óta az Európai Unió jogalkotása előrelépett a témában, és 2019-ben kiadott irányelvében⁷⁶⁷ már a digitális tartalmak és a digitális szolgáltatásokra vonatkozó fogyasztóvédelmi előírások alkalmazását olyan szerződésekre is előírta, amelyek esetében a fogyasztó nem vételár megfizetését vállalja, hanem személyes adatot szolgáltat. A magyar jogba a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelettel, valamint a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól szóló 373/2021.

⁷⁶⁴ A problematikáról ld. bővebben: Tóth, Szoboszlai & Szalatkay, (2022).

⁷⁶⁵ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj-852016189 (letöltés: 2024.02.09.).

⁷⁶⁶ https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2016/vj-852016227 (letöltés: 2024.03.24.).

⁷⁶⁷ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/770 irányelve (2019. május 20.) a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól („DSD”) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A32019L0770> (letöltés: 2024.03.16.).

(VI. 30.) Korm. rendelettel átültetett szabályozás tehát már egyenértékű védelmet ad azokra az esetekre, ha egy vállalkozás nem pénzt, hanem a fogyasztó személyes adatát kéri árúja ellenértékéért.

A fogyasztók személyes adatainak védelmét erősítő jogszabályi változások nyomán az adat ellenszolgáltatásként való értékelése könnyebbé vált. Ennek lehet egy újabb példája a GVH előtt VJ/6/2020. számon indult, és kötelezettségvállalással zárult ügy.⁷⁶⁸ Az eljárásban a versenyhatóság (többek között) azt vizsgálta, hogy a Viber Media S.á.r.l. megtévesztette-e a Viber chatalkalmazása kapcsán a fogyasztókat, amikor azt állította, hogy szolgáltatása ingyenes, miközben valószínűsíthető volt, hogy a fogyasztók által átadott adatok elmentélezést nyújtanak a szolgáltatásért. Az ingyenességre vonatkozó állítások kommunikálását a Viber már az eljárás során megszüntette, emellett az eljárás végkifejleteként a Versenytanács által elfogadott kötelezettségek jócskán túlmutatnak a fogyasztók megfelelő tájékoztatásán. A Viber ugyanis (egy többelemes intézkedéscsomag részeként) vállalta a havi díjért igénybe vehető Viber Plus szolgáltatás bevezetését, akként, hogy a szolgáltatásra előfizető felhasználók személyes adatait nem használja fel hirdetésekhez. Ezen felül vállalta, hogy a nem-fizetős alap Viber szolgáltatás esetében csökkenti az alapértelmezés szerint a vállalkozás által felhasználható személyes adatok mennyiségét és javítja a fogyasztók tájékoztatását adatvédelmi és biztonsági kérdések kapcsán.

4. Vizsgálat az online szálláshelyfoglalás és a szálláshely-szolgáltatás hazai piacán

A 2023 nyarán megnövekedtek a GVH-hoz beérkező panaszok, mert a Booking nem fizette ki időben a szállásadó partnerei egy részét. A fizetési zavarok több országban is jelentkeztek, de Magyarországon több ezer szállásadót is nehéz helyzetbe hozott a turisztikai szezon kellős közepén. Ennek okán a GVH a Tptv. 43/D. § (1a) bekezdése alapján az online szálláshelyfoglalás és a szálláshely-szolgáltatás hazai piacán gyorsított ágazati vizsgálatot indított 2023. augusztus 24-én. A vizsgálat kiterjedt annak értékelésére, hogy sérülhetett-e a piaci verseny – többek között – a Booking szerződési- és szerződésteljesítési gyakorlata kapcsán.

A vizsgálat egyrészt magában foglalta az online szálláshelyfoglalás magyarországi piacon uralkodó versenyviszonyok elemzését, másrészt a piaci szereplők által a szállásadók irányába alkalmazott azon szerződéses feltételek és gyakorlatok vizsgálatát, amelyek hatással lehetnek a szálláshelyek közötti versenyre. A beérkezett piaci információk alapján számos hazai szállásadó üzletmenetében komoly fennakadást okozott az, hogy az egyik legnagyobb online szállásközvetítő platform – a Booking.com – olyan szerződéses feltételeket alkalmazott, illetve üzleti gyakorlatot folytatott velük szemben, amelyet más szállásadó partnerekkel szemben nem. Így joggal merült fel a gyanú, hogy sérült a szabad piaci verseny a szállásadók között, ami – különös figyelemmel a nyári szezonra – közvetlenül kihathatott a szállásfogláló fogyasztókra is.

A gyorsított ágazati vizsgálat a versenytörvényben rögzített, piaci problémák feltérképezésére szolgáló eljárás olyan esetekben, amikor a körülmények a verseny torzulására

⁷⁶⁸ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-62020142 (letöltés: 2024.11.16.).

vagy korlátozódására utalnak és sürgős beavatkozás indokolt az adott szektorban. A vizsgálat során a versenyhatóság többek között a piaci szereplőktől összegyűjtött – kötelező válaszadáson alapuló – információk elemzésével tárja fel a verseny torzulásának részletes okait, hogy megtehesse a szükséges lépéseket azok kiküszöbölésére.

Információgyűjtés után, az adatok elemzését követően a GVH nyilvános jelentésben⁷⁶⁹ összegezte a gyorsított ágazati vizsgálat eredményeit 2023. október 20-án. A vizsgálat során a GVH szem előtt tartotta, hogy a turisztikai szektor a magyar nemzetgazdaság egyik húzóágazatának számít. A turizmushoz köthető ágazatok hozzáadott értékének aránya – a tovagyrúzó hatásokkal együtt – a nemzetgazdaság egészének több mint egytizede, mintegy 400 ezer embernek adva munkát. E kiemelt gazdasági jelentőségű ágazatban a versenynek, illetve a hazai szereplők versenyképességének fenntartása és élénkítése érdekében a GVH – nemzetközi példákat is követve – az alábbi jogalkotási, illetve gyakorlati működést érintő javaslatokat fogalmazta meg:

- a GVH támogatja a nagyobb szálláshely-közvetítők általános szerződési feltételei (és az azokhoz kapcsolódó üzleti gyakorlatok) kereteinek szigorúbb szabályozását a szállásadók számára nyitva álló panaszkezelési mechanizmusok, valamint a hibás teljesítések kölcsönös jogkövetkezményei tekintetében;

- a hatóság továbbá javasolja a jogalkotónak, hogy az online szálláshely-közvetítés szereplői számára tiltsa meg az ún. árparitási kikötések alkalmazását;

- a nemzeti versenyhatóság emellett javasolja a szálláshely-közvetítőknek, hogy tegyék átláthatóbbá a platformjaikon a keresési találatok rangsorolásának szempontjait.

A jelentéshez négy online szálláshelyfoglalo platformot üzemeltető vállalkozás, illetve szakmai szervezet fűzött véleményt, amely alapján a GVH véglegesítette az anyagot, továbbra is fenntartva javaslatait a fogyasztók, illetve a hazai szállásadók védelme érdekében.

5. Átfogó gyorselemzések

A GVH nem csak hatósági eljárásai, hanem egyéb tevékenységei kapcsán is kiemelt figyelmet fordít az online világban előkerülő sötét mintázatokra. Ennek egyik típusa az ún. „sweep” (sepregetés) módszerével végzett gyorsvizsgálat (honlapok és/vagy alkalmazások rövid időtartamon belüli, előre meghatározott típusú kereskedelmi gyakorlatokra irányuló ellenőrzése). A közelmúltban a GVH két olyan sweepet is végzett, amely a sötét mintázatok kiszűrését célozta.

A tagállami hatóságokból álló Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat közös gyorsvizsgálata⁷⁷⁰ során 2022 októberében és novemberében a hatóságok (köztük a GVH) összesen 399, főként európai online áruházat ellenőriztek különböző ágazatokban (pl. elektronikus és háztartási eszközök, textiltermékek, kozmetikumok), hogy felmérjék alkalmaznak-e sötét mintázatokat.

Az európai szintű vizsgálatban 148 olyan webáruházat találtak, amely legalább egyet

⁷⁶⁹ https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/OTA_gyorsított_agazati_vizsgalat_jelentes_231214.pdf&inline=true (letöltés: 2024.02.11.).

⁷⁷⁰ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_418 (letöltés: 2024.02.09.).

alkalmazott a közös akció központjában álló három féle sötét mintázatból („hamis visszaszámlálás”, „torzított kiemelés” és „bújtatott információ”), de volt olyan, ahol többféle manipulációval is éltek.

A honlapok nagyjából 10%-a (42 db) használt a fogyasztókat vásárlásra ösztönző visszaszámlálást, miközben a határidő lejártá után ismét visszaszámlálást indított újabb határidővel („hamis visszaszámlálás”). Az online kereskedők 14%-a (52 db) igyekezett rávenni vizuális kiemelésekkel vagy félrevezető nyelvezettel a fogyasztókat arra, hogy a választási lehetőségek (pl. szállítási, fizetési opciók) közül ne a fogyasztó, hanem a kereskedő számára legkedvezőbbet válassza („torzított kiemelés”).

A webáruházak 17%-a (70 db) úgy volt megtervezve, hogy a vásárlás szempontjából jelentős információ el legyen rejtve a fogyasztók számára („bújtatott információ”). A feltárt 70 esetből 23 honlapon arra akarta a kereskedő észrevétlenül rávenni a fogyasztókat, hogy előfizessenek valamely, a kereskedő által kínált szolgáltatásra, amelynek díját így ismétlődően levonhassa a vásárlóktól.

Az akció keretében vizsgált kereskedők több mint harmada (131) nem csak honlapot tart fenn, hanem mobiltelefonos alkalmazás útján is értékesít. A hatóságok ebből 90 telefonos applikációt tekintettek át, és azt tapasztalták, hogy a mobiltelefonon keresztül vásárló fogyasztók is majdnem ugyanolyan számban találkozhatnak a sötét mintázatokkal, mint akik asztali számítógépen böngésznek.

A GVH 2022 októberében végzett egy önálló átfogó gyorselemzést⁷⁷¹ is annak vizsgálatára, hogy az egyes, Magyarországon elérhető légitársaságok – ideértve az ún. diszkont, azaz „fapados” légitársaságokat is – honlapjai és repülőjegy összehasonlító weboldalak eladási és népszerűsítési gyakorlatuk során alkalmaznak-e sötét mintázatok. A sweep eredményeiből az alábbiak emelhetők ki.

A weboldalak többségén jellemző a korlátozott elérhetőség kiemelésével való pszichés nyomásgyakorlás a megvásárolható jegyek és egyéb szolgáltatások, például plusz csomagfeiadás kapcsán („már csak 2 jegy elérhető ezen az áron”). Az előzőek gyakran érzékmanipulációval párosulnak, azaz feltűnő színekkel emelnek ki egyes ajánlatokat, míg az általában olcsóbb vagy egyszerűbb megoldások ehhez képest vizuálisan nehezebben érzékelhetők.

Jellemző a félreérthető szövegezés is, például a választási lehetőségek megfogalmazásából nem derül ki egyértelműen, hogy nem csak a foglalás során, hanem később is van lehetőség az ülőhelyek kiválasztására.

A honlapok többsége esetében megfigyelhető a fogyasztók információkkal való elhalmozása, amelynek következtében a fogyasztó összezavarodhat a rengeteg adat és tudnivaló olvasása közben, könnyen elveszítheti a fókusz. Ugyanakkor az is előfordul, hogy – különösen a fapados légitársaságok weboldalain – fontos, jelentős információkat és választási lehetőségeket pedig elrejtjenek.

A sweep során a GVH azt tapasztalta, hogy az összehasonlító weboldalakon csupán eseti jelleggel jelennek meg problémás gyakorlatok.

⁷⁷¹ <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2022-es-sajtokozlemenyek/repjegyet-venne-vigyazzon-igye-befolyasolhatjak-donteset> (letöltés: 2024.03.04.).

6. Piacelemzés a mesterséges intelligencia hatásairól

A mesterséges intelligencia (MI) egy rendkívül gyorsan fejlődő technológiacsalád, amely már jelenleg is hatással van a fogyasztók mindennapjaira, sokszor úgy, hogy nem is tudnak róla. Az MI alapú eszközök gyors fejlődésével, és a már meglévő digitális szolgáltatásokba való beépítésével, a technológia meghatározó részévé válik a magánszemélyek, a vállalkozások és az államigazgatás mindennapjainak.

Az MI fantasztikus dolgokra képes, amit felhasználóként nap, mint nap megtapasztalhatunk. Valószínűleg sokan használtak már egy fordítóprogramot vagy chatbot-ot, vagy hallottak az okos mezőgazdaságról. Ez utóbbi esetben az MI automatikusan kiszámolja, hogy milyen tápanyagokra és mennyi vízre van szüksége a földnek a legjobb terméshozamhoz. Az MI alapú technológia további fejlesztése, valamint jogkövető, tisztességes alkalmazása gazdasági és társadalmi hasznokat eredményez, azonban jelentős kockázatokat is rejt magában; például kifejezetten ijesztő jelenség az olyan a deep fake videók terjedése, amikor az MI úgy hamisítja meg valakinek a fényképét (vagy a róla készült videót), ahogy sosem nézett ki. Lassan már a szakemberek is alig tudják megítélni, hogy igaz-e vagy hamis, amit látnak vagy hallanak.

A GVH 2024. január 4-én hirdetményt tett közzé⁷⁷² „A mesterséges intelligencia (MI) piaci versenyre és fogyasztókra gyakorolt hatásainak vizsgálata” tárgyában megindított piacelemzéséről, amelynek keretében feltárja a technológia piaci versenyre és a fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásait. A Tptv. 43/C. § rendelkezései értelmében a GVH törvényben meghatározott feladatai hatékonyabb és eredményesebb ellátása érdekében piacelemzést végezhet, amelynek keretében nyilvános információk, valamint önkéntes válaszadáson alapuló adatgyűjtés útján felméri és elemzi az egyes piacok működését, a piaci folyamatokat és a piaci trendek alakulását, illetve egyes piaci gyakorlatokat, továbbá ezeknek a versenyre és az üzletfelekre, így különösen a végső üzletfelekre gyakorolt hatásait.

Mivel az új technológia robbanásszerű terjedése torzíthatja a versenyt a digitális ágazatokban és kiszolgáltatottabb helyzetbe hozhatja a fogyasztókat, ezért nem haszontalan előre feltérképezni az MI kockázatait.

A mesterséges intelligencia robbanásszerű terjedése két alapvető problémakört is eredményezett, amelyre a piacelemzés koncentrál. Az egyik az, hogy az MI alapú technológia veszélyt jelenthet a tisztességes piaci versenyre. A mesterséges intelligencia jelenleg új, innovatív technológiának tekinthető, fejlesztése pedig ez idő szerint rendkívül nagy erőforrásokat igényel. Kellően nagymértékű erőforrásokkal – és a fejlesztést könnyítő technológiai tapasztalatokkal – jelenleg csak a legnagyobb technológiai óriásvállalatok rendelkeznek, amelyek így jelentős lépéselőnyhöz juthatnak a piaci versenyben. A mesterséges intelligencia gyakorlati alkalmazása ebből kifolyólag a vállalkozások egy szűk rétegének kiváltságává válhat, ami a jövőben torzíthatja a piaci versenyt a digitális ágazatokban. A másik problémakör az az, hogy az MI alapú technológia kiszolgáltatottabb helyzetbe hozhatja a fogyasztókat. A digitális térben számos olyan adatgyűjtési és reklámozási gyakorlat van

⁷⁷² https://www.gvh.hu/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/hirdetmeny-piacelemzes-meginditasarol-az-a-mesterseges-intelligencia-piaci-versenyre-es-fogyasztokra-gyakorolt-hatasainak-vizsгалata-targyaban (letöltés: 2024.02.11.).

jelen, amelyek veszélyesek lehetnek a fogyasztókra. A mesterséges intelligencia alkalmazásával a vállalkozások új szintre emelhetik a fogyasztók adatainak gyűjtését, felhasználását, valamint a „sötét mintázatok” és a személyre szabott reklámok alkalmazását. Eklatáns példája ennek a kockázatnak a chatbotok működése, amelyek esetében a fogyasztó nincs tisztában azzal, hogy a válasz, amit a mesterséges intelligenciától kapott, hiteles forráson alapul, vagy fizetett promóció eredménye.

A piacelemzés keretében a GVH a nemzetközi gyakorlatok és tapasztalatok feltárása érdekében egy desk research típusú kutatást is elvégez, amelynek során részletesen áttekinti a hazai és uniós országok mesterséges intelligencia stratégiáját, valamint jelentéseit. A hazai vállalati gyakorlatok feltárása érdekében mélyinterjúk kutatások keretében a GVH az MI hazai használatát tárja fel. Napirendre kerül az MI-vel kapcsolatos fogyasztói percepció is. Folyamatban van a nagy technológiai cégek és a jelenleg elérhető generatív MI modellek fejlesztőinek adatkerő kérdőívekkel történő megkeresése.

A piacelemzés végleges változata 2024 októberében elkészült.⁷⁷³ A Tptv. 43/F. § értelmében, ha a piacelemzés eredménye alapján olyan piaci zavar áll fenn, amely versenyfelügyeleti eljárás révén nem vagy nem teljességgel orvosolható, akkor a GVH erről tájékoztatja az Országgyűlés feladatkörrel rendelkező bizottságát, a feladat- és hatáskörrel rendelkező minisztert vagy hatóságot, továbbá ajánlást adhat ki, illetve szükség esetén jogszabály megalkotását vagy módosítását kezdeményezheti.

A tanulmányban – az elemzés eredményei, illetve a vonatkozó nemzetközi tapasztalatok alapján – a GVH több javaslatot és iránymutatást is megfogalmazott. Többek között azt is hangsúlyozta, hogy MI-megoldásokon alapuló szolgáltatásokat végfogyasztók felé nyújtó vállalkozások számára javasolt már a szolgáltatás bemutatása során, de még a fogyasztói felhasználást megelőzően jól érthetően és jól észlelhetően tájékoztatni a fogyasztókat. A fogyasztók tájékoztatásának ki kell térnie arra a tényre, hogy mesterséges intelligenciát használ az adott szolgáltatás, valamint annak lényeges jellemzőire, így különösképpen: a használatnak mi a lényege, hogyan, milyen forrásokra támaszkodik a szolgáltatás, mi az információk forrása, a feldolgozás alapvető jellemzője; utóbbiakból is fakadóan milyen kockázata, bizonytalansága lehet az eredményeknek, a válaszoknak, illetve általában az előállított tartalomnak; a fenti okokból kifolyólag van-e szükség a fogyasztó részéről, és ha igen, milyen típusú ellenőrzésekre, illetve általában a szolgáltatással kapcsolatos fenntartásokra.

7. Összefoglalás

A digitális átállás az elmúlt években alapvető módon változtatta meg mindannyiunk életét, és ez a változás még nem fejeződött be, a belátható jövőben is a technológiai újdonságok folyamatos megjelenése várható. Ezek a nagymértékű változások egyszerre jelentenek új lehetőségeket az emberiség számára, valamint új kihívásokkal is járnak – a fogyasztóvédelemben csakúgy, mint más területeken.

⁷⁷³ https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/mesterseges-intelligencia_piacelemzes_tanulmany_2024_10_21&inline=true (letöltés: 2024.11.20.).

A fentiekben bemutatott versenyfelügyeleti eljárások jól bemutatják, hogy milyen sokféle módon igyekeznek a vállalkozások a fogyasztók döntéseit befolyásolni az online térben is. Ennek során nem csak az offline világban már megismert tisztességtelen gyakorlatok bukkantak fel új köntösben, de a digitális környezet sajátosságai is kitermeltek olyan, csak rájuk jellemző technikákat (sötét mintázatokat), amelyek célja a fogyasztó választásának manipulálása. Ebben az online környezetben a termékek és szolgáltatások népszerűsítése során a tisztességességre törekvő vállalkozásoknak ugyanazon korlátokat kell figyelembe venniük, amelyeket a digitalizációt megelőzően is. A marketing önmagában továbbra sem tilos, de a fogyasztók kegyeiért küzdő kereskedőknek, szolgáltatónak online felületeik és folyamataik kialakítása során a vásárlásra buzdítás és az előnyök kihangsúlyozása mellett arra is kell törekedniük, hogy a fogyasztók időszerű, világos, érthető és objektív módon kapjanak a valóságnak megfelelő tájékoztatást minden, a döntésükhöz szükséges jelentős információról.

A digitális ágazatban működő vállalkozásokkal szembeni döntések, átfogó elemzések, ágazati vizsgálat és piacelemzés azt mutatják, hogy a magyar fogyasztóvédelem, és ezen belül a GVH képes volt az új kihívásokat felismerni és azokra gyors és hatékony válaszokat adni. Ahhoz, hogy a változó környezethez ilyen jól tudjon alkalmazkodni a hatóság, kellett a GVH hagyományosan kezdeményező szerepe, valamint az Fttv. technológia-semleges szabályozási rendszere, amely az elmúlt másfél évtizedben erős eszközt adott és továbbra is ad a fogyasztóvédelem kezébe.

Az ismertetett ügyek jelentőségét az is adja, hogy szinte minden magyar fogyasztó életére kihatással voltak és vannak, hiszen a digitális átállás keretében az online világ mindannyiunk életében egyre nagyobb szerepet tölt be. Az eljárás alá vont vállalkozások pedig pont azok a szolgáltatók, amelyek a lakosság nagy hányadát elérik, „ott vannak” a napi szinten használt számítógépeken, okostelefonokon. Továbbá azt is hangsúlyozni szükséges, hogy bár az eljárások a magyar fogyasztók védelmében indultak, de azoknak egy része a magyar piacon túlmutató módon zárult le, mivel az eljárás alá vont vállalkozások többször világszinten változtattak kereskedelmi gyakorlatukon a fogyasztók számára kedvező módon.

A GVH a nagy technológiai óriások elleni eredményes fellépéseivel nemzetközi tekintélyt vívott ki és bekerült a digitális piacvédelem uniós szakértői csoportjába.⁷⁷⁴

Az Európai Bizottság munkáját egy ún. magas szintű munkacsoport segíti, amelynek elsődleges feladata, hogy tanácsot és szakértelmet nyújtson az új rendeletek (DMA, DSA) végrehajtásával és érvényesítésével kapcsolatban. A csoportot öt nagy európai adatvédelmi, hírközlési, illetve verseny- és fogyasztóvédelmi szervezet alkotja, amelyek egyike az uniós Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat. Ez utóbbi szervezet delegálta a GVH-t az uniós szakértői testületbe.

A nemzetközi szinten is kialakult megbecsülést a GVH azzal kívánja megszolgálni, hogy továbbra is arra törekszik, hogy megtalálja azokat a lényeges ügyeket, amelyekkel előremutató módon tudja védeni a fogyasztókat, és ezen keresztül biztosítja a gazdasági verseny érvényesülését. Ehhez az eddig meglévő összes eszközét továbbra is használni

⁷⁷⁴ <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2023-as-sajtokozlemenyek/a-gvh-bekerult-a-digitalis-piacvedelem-unios-szakertoi-csoportjaba> (letöltés: 2024.03.16.).

fogja, amelyeket több új lehetőséggel is kiegészített a közelmúltban a jogalkotó. 2023. január 1-jétől a felszólító levél lehetőségével a GVH elnöke feltételezett jogsértés észlelése esetén (versenyfelügyeleti eljárás helyett, vagy azt megelőzően) jelezheti a hatóság aggályait a címzett vállalkozások által tanúsított magatartásokkal kapcsolatban.⁷⁷⁵ Az Fttv. 2024. március 1-jétől hatályos módosítása nyomán pedig a GVH Versenytanácsa elrendelheti elektronikus adat (pl. honlap) hozzáférhetetlenné tételét, amennyiben ez a fogyasztók kiterjedt érintettségére figyelemmel súlyos sérelem kockázatának megelőzése érdekében szükséges.⁷⁷⁶

8. Forrás- és irodalomjegyzék

- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2019/2161 irányelve (2019. november 27.) a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/770 irányelve (2019. május 20.) a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve (1998. február 16.) a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről.

⁷⁷⁵ https://gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/Tajekoztato_a_Tpvt._szerinti_felszolito_levelrol.pdf&inline=true (letöltés: 2024.03.24.).

⁷⁷⁶ Részletesen ld. Fttv. 27/A.-27/E. §. A jelen fejezet témaköréhez ld. pl. Barta, 2023, pp. 33-48.; Darázs, 2023, pp. 81-92.; Fazekas, 2022, pp. 121-130.; Pusztahelyi & Czibrik, 2022; Szilágyi, 2023; Tóth, 2023; továbbá: Autoriteit Consument & Markt (2022). *Guidelines on Protection of the Online Consumer. Boundaries of online persuasion*. <https://www.acm.nl/en/publications/guidelines-protection-online-consumer>; Competition & Markets Authority (2022). *Online Choice Architecture – How digital design can harm competition and consumers*. Crown (https://assets.publishing.service.gov.uk/media/624c27c68fa8f527710aaf58/Online_choice_architecture_discussion_paper.pdf); European Commission (2022). *Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation*. 2022. április 20. (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en>); Federal Trade Commission (2022). *Bringing Dark Patterns to Light* (https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/P214800%20Dark%20Patterns%20Report%209.14.2022%20-%20FINAL.pdf).

- Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) M) cikk (2) bekezdés.
- 2016. évi CL. törvény az általános közigazgatási rendtartásról.
- 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról.
- 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról.
- A Bizottság közleménye – Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (2021/C 526/01; EGT-vonatkozású szöveg; „UCPD-iránymutatás”, 2021.12.29.).
- Autoriteit Consument & Markt (2022). *Guidelines on Protection of the Online Consumer. Boundaries of online persuasion*. <https://www.acm.nl/en/publications/guidelines-protection-online-consumer>.
- Competition & Markets Authority (2022). *Online Choice Architecture – How digital design can harm competition and consumers*. Crown (https://assets.publishing.service.gov.uk/media/624c27c68fa8f527710aaf58/Online_choice_architecture_discussion_paper.pdf).
- Consumer Protection Cooperation Network (CPC), https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/consumer-protection-cooperation-network_en (letöltés: 2024.03.27.).
- European Commission (2022). *Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation*. 2022. április 20. (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en>).
- European Commission (2022). *Digital Rights and Principles Factsheet*. Publications Office of The European Union (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-rights-and-principles-factsheet> – letöltés: 2024.02.09.).
- European Commission (2021). *Digital Rights and Principles, Special Eurobarometer 518 Report*. Publications Office of The European Union (<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2270> – letöltés: 2024.02.09.).
- European Competition Network (ECN), https://competition-policy.ec.europa.eu/antitrust-and-cartels/european-competition-network_en (letöltés: 2024.03.27.).
- Federal Trade Commission (2022). *Bringing Dark Patterns to Light* (https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/P214800%20Dark%20Patterns%20Report%209.14.2022%20-%20FINAL.pdf).
- OECD „Dark commercial patterns”, OECD Digital Economy Papers, No. 336, OECD Publishing (2022), Paris, <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en> (letöltés: 2022.12.05.). <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en>
- https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/mesterseges-intelligencia_piacelemzes_tanulmany_2024_10_21&inline=true (letöltés: 2024.11.20.).

- https://www.gvh.hu/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/hirdetmeny-piacelemzes-meginditasarol-az-a-mesterseges-intelligencia-piaci-versenyre-es-fogyasztokra-gyakorolt-hatasainak-vizsgalata-targyaban (2024.01.04.; letöltés: 2024.02.11.). <https://doi.org/10.47829/COS.2024.11201>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2023/vj-11202365 (letöltés: 2024.11.16).
- <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2023-as-sajtokozlomenyek/a-gvh-bekerult-a-digitalis-piacvedelem-unios-szakertoi-csoportjaba> (letöltés: 2024.03.16.).
- <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2023-as-sajtokozlomenyek/a-gvh-megvizsgálja-hogy-a-microsoft-mikent-tajekoztatja-a-fogyasztokat-uj-keresoszolgáltatasarol> (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.69849/revistaft/th102410021703>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2022/vj-16202275 (letöltés: 2024.02.11.).
- <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2022-es-sajtokozlomenyek/repjegyet-venne-vigyazzon-igy-befolyasolhatjak-donteset> (letöltés: 2024.03.04.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2021/vj-222021114 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-242020185 (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.69849/revistaft/th102410021703>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-62020142 (letöltés: 2024.11.16.).
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2019/vj-0422019111 (letöltés: 2024.02.11.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2018/vj-172018153 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-172018110 (letöltés: 2024.03.24.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-192018120 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2017/vj_18_2017_120 (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.1055/s-0043-106837>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_32_2016_164 (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.1016/j.gexplo.2015.12.010>
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_88_2016_7 (letöltés: 2024.03.28.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj-852016189 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2016/vj-852016227 (letöltés: 2024.03.24.).

- https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/OTA_gyorsított_agazati_vizsgalat_jelentes_231214.pdf&inline=true (letöltés: 2024.02.11.).
- https://gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/Tajekoztato_a_Tpvt._szerinti_felszolito_levelrol.pdf&inline=true (letöltés: 2024.03.24.).
- Barta, J. (2023). A pszichés nyomásgyakorlás, mint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére.* (pp. 33-48). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.06>
- Darázs, L. (2023). *Digitális fogyasztóvédelem európai perspektívában.* In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére.* (pp. 81-92). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.10>
- Fazekas, J. (2022). A fogyasztóvédelmi jog digitális transzformációjának újabb eredményei – avagy az áruk, a digitális tartalmak és a digitális szolgáltatások hibás teljesítéséről szóló irányelvek és transzpozíciójuk. *Jog – Állam – Politika*, 14(2. ksz.), 121-130.
- Herbert, S. A. (1971). Designing Organizations for an Information-rich World. In Greenberger, M. (szerk.), *Computers, communications, and the public interest.* Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press.
- Hindman, M. (2018). *The Internet Trap – How the Digital Economy Builds Monopolies and Undermines Democracy.* Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691184074>
- Pusztahelyi, R. – Czibrik, E. (2022). Online kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelensége a Booking.com döntés tükrében. *Miskolci Jogi Szemle*, (1) (http://real.mtak.hu/146397/1/8_pusztahelyiczibrik_tordeltDOI.pdf). <https://doi.org/10.32980/MJSz.2022.1.1939>
- Szilágyi, P. (2023). *Sötét mintázatok, sötét megoldások, különös tekintettel az online platformokra.* DENTAL-PANNONIA Zrt. (<https://onlineplatformok.hu/files/b7ab7c5b-9f8e-4a37-bd28-1de518af560c.pdf>).
- Tóth, A. (2023). Az ingyenesség állítása mint fogyasztóvédelmi kihívás a digitális gazdaságban. In *A hazai fogyasztóvédelmi jog áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások.* (Versenyükör-könyvsorozat II. kötet). (pp. 258-271).
- Tóth, A. (2022). Az online platformok európai szabályozása. In *Medias Res*, (2), 78-102. <https://doi.org/10.59851/imr.11.2.6>
- Tóth, A., Szoboszlai, I. & Szalatkay, J. (2022). Fogyasztóvédelmi jog a digitális gazdaságban. *Versenyükör*, 18(2), 68-86. (https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/kiadvanyok/versenyukor/lapszamok/Versenyukor_2022_2.pdf&inline=true).

X. Fejezet. Fogyasztóvédelem az élelmiszerláncban és a tűzifa-forgalmazásban – a Nébih tevékenysége

1. Bevezetés
2. A Nébih hatósági ellenőrzési rendszere
3. A Nébih minőségvizsgálatai
4. A Szupermenta – a Nébih termékteszt programja
5. Kettős minőség vizsgálatok
6. Kiváló minőségű élelmiszer védjegyrendszer (KMÉ)
7. Lakossági bejelentések, a „Zöldszám” és a közösségi média
8. A termékvisszahívások nyilvánosságra hozatala
9. A közétkeztetés minősítőrendszere, a Minőségvezérelt Közétkeztetés Program
10. A Nébih oktatási tevékenysége
11. A faanyag termék-lánc-felügyelete (EUTR)
12. Összefoglalás
13. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A Nébih a teljes élelmiszerláncot (a termőföldtől az asztalig) felügyeli, azt országos illetékességgel ellenőrizheti, így végső soron az élelmiszerlánc-biztonság (ezen belül kiemelten is a hazai élelmiszerbiztonság) „garanciája”. Az élelmiszerlánc egységes és folyamatos hatósági felügyeletéről pedig az Éltv. rendelkezik.

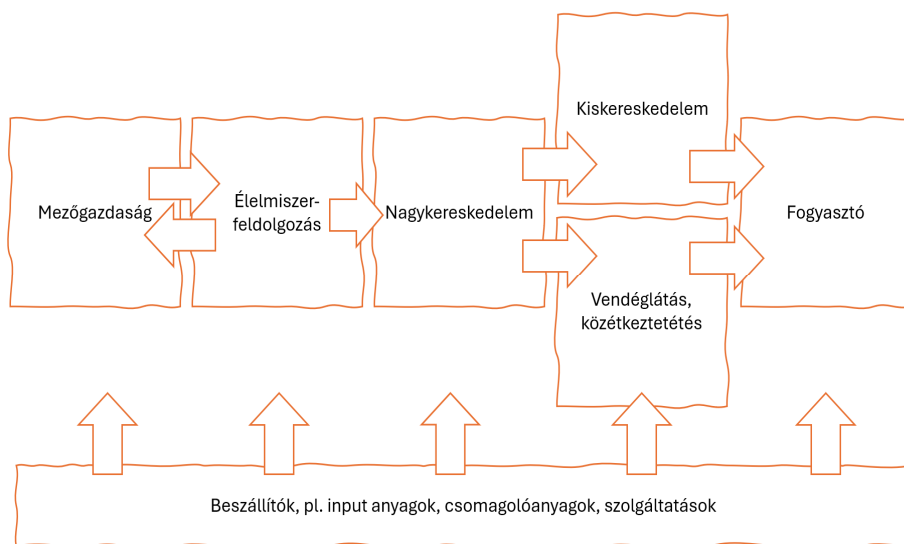
Közigazgatási értelemben a hazai élelmiszerlánc-felügyelet múltja egészen 1888-ig, az állategészségügy rendezéséről szóló 1888. évi VII. törvénycikk megszületéséig nyúlik vissza, amely jogi keretet tovább tágította az 1895. évi XLVI. törvénycikk a mezőgazdasági termények, termékek és cikkek hamisításának tilalmazásáról. Ez utóbbi jogszabály a mai értelemben is modern szemléletű elemeket tartalmazva megelőzte korát, hiszen rendelkezik a hatósági ellenminta átadásáról, illetve a feltárt jogszabálysértések nyilvánosságra hozataláról, valamint a büntetési tételek laboratóriumfejlesztésre való fordításáról. A terület felügyeletét napjainkban ellátó Nébih 2012. március 15-én jött létre, szakmai tevékenységét az akkor még készülő, később a 1703/2013. (X. 8.) Korm. határozatával elfogadott Élelmiszerlánc-biztonsági Stratégia (ÉLBS) iránymutatása alapján kezdte meg.⁷⁷⁷

Az élelmiszerlánc-biztonság fogalmát több helyen és többféleképpen is meghatározták,⁷⁷⁸ de mindegyiknek az a lényege, hogy a végső termék biztonságát csak az oda vezető folyamatok, valamint a köztes termékek biztonságossága eredményezheti. A lánc elemei egymásra épülnek, a folyamatok sérülékenyek, éppen ezért a lánc bármely pontján keletkezett probléma a végső termék biztonságát veszélyezteti. Az élelmiszerlánc az élelmi-

⁷⁷⁷ Ld. VM-Nébih, 2013; Kasza et al., 2013.

⁷⁷⁸ Ld. VM-Nébih, 2013; Kasza, 2018.

szere közvetlen vagy közvetett hatással bíró, a „termőföldről az asztalig” tartó láncot alkotó folyamatok (1. ábra), valamint e folyamatok eredményeképpen létrejövő termékek összessége.⁷⁷⁹ Egy hosszabb definíció szerint az élelmiszerlánc-biztonság azt jelenti, hogy „a szereplők a láncban jelenlévő veszélyeket azonosítják, azok kockázatait kezelik, azért, hogy ne jelenthessenek elfogadhatatlan mértékű egészségügyi, gazdasági (és egyéb) kockázatot sem az egyén, sem a társadalom számára. Az élelmiszerlánc-biztonságot úgy lehet fokozni, hogy minden szereplő korszerű, objektív tudással rendelkezik, és azt a gyakorlatban megfelelően alkalmazza. Ebben azonban már nem csak a vállalkozóknak, hatóságnak, fogyasztóknak és felhasználóknak van szerepe, hanem a társadalom más csoportjainak is, így a politikának, médiának, tudománynak, oktatásnak, szakmai köztestületeknek, szakmai és civil szervezeteknek is”.⁷⁸⁰



1. ábra: az élelmiszerlánc szereplői, forrás: saját szerkesztés.

A Nébih integrált élelmiszerlánc-felügyeleti hatóságként működik, vagyis lefedi a teljes élelmiszerláncot a termőföldről az asztalig. Az ÉLBS alapján elmondható, hogy az élelmiszerlánc-biztonság megteremtéséhez és fenntartásához a hiteles és erős hatóságon túl szükség van a felelős és felkészült vállalkozásokra, valamint a tudatos fogyasztókra, vásárlókra egyaránt. E hármas egység megteremtésével lehet hatékonytá tenni a működést. Így tehát az uniós fogyasztóvédelmi alapjogok és célok a Nébih esetében is hangsúlyosak, különösen a fogyasztók egészségének és biztonságának védelme, a gazdasági érdekeinek védelme, valamint a fogyasztók tájékoztatása és tájékozottságának növelése tekintetében.⁷⁸¹

⁷⁷⁹ Ld. ITNET, 2012.

⁷⁸⁰ VM-Nébih, 2013.

⁷⁸¹ Ld. EP, 2020.

A fentiek miatt a klasszikus biztonságra és nyomonkövethetőségre vonatkozó vizsgálatokon és ellenőrzéseken túl a Nébih kiemelt figyelmet fordít a minőségvizsgálatokra, minősítésekkel járó folyamatokra is, illetve igyekszik minél élénkebb párbeszédet folytatni a vállalkozások mellett a fogyasztókkal is, jó példát mutatva a kockázatkommunikáció Partnerségi modelljére,⁷⁸² amely a jelenlegi legfejlettebb modell az EU-s országok gyakorlatában.⁷⁸³ Számos olyan akciót, illetve projektet indítottunk, amelyek a fogyasztói érdekeket helyezik előtérbe és a fogyasztókhoz szólnak.⁷⁸⁴ Az élelmiszer a lánc összetettsége miatt bizalmi termék, éppen ezért kiemelten fontos a fogyasztó tájékozottsága a tudatos választás és a felesleges kockázatok elkerülése érdekében.⁷⁸⁵

2. A Nébih hatósági ellenőrzési rendszere

Alapesetben az élelmiszerlánc-termékek (pl. élelmiszer, takarmány) biztonságosságáért és minőségéért is a vállalkozás, azaz a gyártó/előállító, vagy külföldön gyártott termék esetében az első hazai forgalmazó felel, bár bizonyos esetekben felmerül a belföldi forgalmazó, szállító felelőssége is.⁷⁸⁶ Mind a biztonságot, mind a minőséget, mind pedig a hozzá tartozó folyamatokat a hatóság a kockázatelemzésének megfelelően ellenőrizheti és ellenőrzi. A meg nem felelés az intézkedésekre kötelezést, illetve bírság kiszabását vonja maga után.

Az élelmiszerlánc összetettsége miatt a Nébih ellenőrzi a különböző szintű folyamatokat (előállítás, kereskedelem), a nyomonkövethetőséget (a termék, valamint termékhez felhasznált alapanyagok tekintetében), a terméket (köztes terméket vagy végső, már fogyasztóhoz kerülő terméket egyaránt). A végső termék biztonsága és minősége így szavatolható leghatékonyabban.

A Nébih vizsgálatai – beleértve természetesen a termékek minőségvizsgálatát is – alapvetően három nagy csoportba sorolhatók: a) éves terv szerint, előre meghatározottan, kockázatelemzés alapján a termék-monitoring, illetve létesítmény-ellenőrzés keretében; b) szezonális és céllenőrzések keretében (ilyen pl. az adott időszakra fókuszáló húsvéti, tavaszi céllenőrzés, vagy adott termékkörre – pl. import húsról – koncentrált ellenőrzés); c) egyedi ügyekként indulva (pl. közérdekű bejelentésre, társhatósági jelzésre vagy az informatikai rendszer által jelzett kockázat alapján).

Valamennyi esetben külön döntés születik arról, hogy a vizsgálat kizárólag központilag történik vagy a vármegyei élelmiszerlánc-felügyeleti hatóság is részt vesz benne, illetve, ha igen, akkor milyen mértékben.

Létesítmény-ellenőrzés során hatósági szakemberek vizsgálják az adott létesítmény folyamatait, kritikus pontjait, általános higiéniját, az alapanyagok és a kész termékek nyomonkövethetőségét. Szükség esetén mintát vesznek, ami a klasszikus termék és alapanyagmintán túl higiénéjára vonatkozó egyéb (pl. felületi) minta is lehet.

⁷⁸² Ld. Kasza et al., 2020.

⁷⁸³ Ld. Kasza et al., 2024.

⁷⁸⁴ Ld. OFÁ, 2022.

⁷⁸⁵ Ld. Barna et al., 2014.

⁷⁸⁶ Ld. Éltv. 14. §.

A vásárlókat, fogyasztókat leginkább érdeklő termékvizsgálatok gyors elvégezhetőségének érdekében a Nébih központi mintavevő csoportot működtet, országosan szinte valamennyi termék esetében akkreditált módon tudnak hatósági mintát venni kereskedelemben és előállítónál egyaránt. A mintavétel professzionális működtetését a Nébih Élelmiszerlánc-biztonsági Centrum nevű non-profit szervezete támogatja. A létesítmény és termékvizsgálatok jelentős része éves terv alapján, illetve szezonális és céllenőrzés során történik, kisebb számban pedig egyedi ügyként indulnak.

A Nébih állategészségügyi, borászati és az élelmiszerlánc további termékeit vizsgáló laboratóriumai évente több mint 1,6 millió mintából közel 4,4 millió paraméterre végeznek vizsgálatokat a szakemberek.⁷⁸⁷

3. A Nébih minőségvizsgálatai

A Nébih a minőséget és a minőségi paramétereket mind a felhasznált alapanyagok, mind pedig a végső termékek esetében is vizsgálja. A hazai előállítású termékeknél a folyamat is ellenőrizhető, míg a külföldön gyártott termék esetében csak a kész termék vizsgálható. Emiatt a hazai előállítású termék „biztosabbnak” tekinthető, hiszen az előállítási folyamat vagy annak egy része is látható, és a gyártó vállalkozás, illetve annak előélete is ismert a hazai hatóság számára. A termék minőségvizsgálatát és annak lépéseit leginkább a már kereskedelmi forgalomban lévő élelmiszereken keresztül lehet jól bemutatni. Ez esetben az első lépés a mintavétel, amely egy kereskedelmi egységben (akár eladótérből, akár raktárból) vagy közvetlenül az előállító készáru raktárában történik. E mintavétel jellemzően, de nem minden esetben előre meghatározott vizsgálati irányt tükröz a mérni kívánt paraméter vagy paraméterek ismeretében. Így a szükséges mintamennyiség is előre meghatározható, ilyen például a vaj zsírtartalma. A minta a Nébih laboratóriumába kerül, ahol a kérdéses paramétert vagy paramétereket mérik, majd a terméken feltüntetett vagy jogszabályban meghatározott előírt mennyiséggel összevetik.⁷⁸⁸

4. A Szupermenta – a Nébih termékteszt programja

A biztonságos, minőségi és megfelelő élvezeti értékű élelmiszerek fogyasztása összértékelmi érdekünk. E paraméterek (biztonság, minőség, kedveltség) ismeretében tud a fogyasztó helyesen dönteni arról, hogy mi kerüljön az asztalára. Ezek együttes és egyidejű elemzésére, azaz az élelmiszerek minőségi-biztonsági-kedveltségi vizsgálatára, valamint a vizsgálati eredmények fogyasztókkal és vállalkozókkal történő megosztására vállalkozott a Nébih 2014-ben. A Szupermenta program célja az egyes termékkörök hatósági „átvilágítása”, az eredmények hasznosítása a hatósági munka során, azok megosztása a vállalkozókkal, valamint végül, de nem utolsósorban az eredmények nyilvánosságra hozatala a vásárlók tájékoztatása és vásárlói döntések segítése érdekében. A vásárlók tudatos választása, illetve a vásárlói preferenciák megváltozása visszahathat az előállítókra, így végső

⁷⁸⁷ Ld. OFÁ, 2022.

⁷⁸⁸ Ld. pl. Magyar Élelmiszerkönyv, 2024; Szegedyné et al., 2016.

soron a kínálatot a magasabb minőség irányába képes befolyásolni. Különösen fontos lehet ez azokban az időszakokban, amikor az infláció magas, és emiatt a vásárlók az olcsóbb termékeket keresik, ezért a termelés a költséghatékonyság okán a minőséget alapvetően háttérbe szorítaná.

A terméktesztet ütemezése az előző évben összeállított éves terv alapján történik. A terv összeállításakor ma már kiemelt figyelmet kapnak a fogyasztóktól érkező megkeresések, de alapvetően a mindennapi, gyakran fogyasztott élelmiszerek, a korábbi tapasztalatok szerinti problémás termékkörök, illetve egyes nagy érdeklődésre számot tartó újdonságok élveznek előnyt a vizsgálati kör meghatározásánál. A megvalósítás első lépése a meghatározott termékkörre az ún. polcfelmérés lefolytatása, amikor a szakemberek összeírják és bekezelik a megjelölt termékkörben kapható termékeket. Rendszerint ezt követi egy szűkítési folyamat, a termékkör a részletes adatok ismeretében szűkül, konkretizálódik. A cél, hogy a hatósági szakemberek és a hatósági laboratórium által jól kezelhető termékszám jöjjön létre, hogy a termékek egymással jól összehasonlíthatók legyenek, továbbá, hogy a teszt eredménye a fogyasztók számára informatív legyen, valamint a kockázatokról, a minőségi termék fogalmáról megfelelő információkat adhassunk át. Optimális esetben a vizsgált termékek száma 20-35 közé esik. A mintavétel hatósági mintavétel formájában zajlik, azaz nem megfelelés esetén azonnali hatósági eljárás indítható és a nem biztonságos, vagy súlyosan minőséghibás termék azonnal lekerül a polcokról. A hatósági vizsgálat jelölés-vizsgálatból (vagyis a címke-információk ellenőrzéséből), illetve biztonsági és minőségi paraméterekre is kiterjedő laboratóriumi vizsgálatokból áll. A jelölés vizsgálatánál az összetevők felsorolása, az allergének feltüntetése, a tápérték valamint a megtevéstől jelölés jelenlétének vizsgálata kiemelt figyelmet kap. A laboratóriumi vizsgálatok sokrétűek, meghatározásuk során számtalanszor kerül sor nem szokványos, nem elvárt vizsgálatra, ezzel is segítve az új kockázatok felmérését. Így került sor kávéőrlemény esetében az ebben a kategóriában nem megszokott (a takarmányok vizsgálatok egyébként gyakori) mikroszkópos vizsgálatra, állati eredetű élelmiszerrel növényvédőszer-vizsgálatra, vagy egyes adott termékkörre nem engedélyezett szerek vizsgálatára is. A terméktesztet olykor kiegészülnek apró szemléletformáló kísérlettel is, például akrilamid mérése gyorsfagyasztott hasáburgonya sütése során. A hagyományos élelmiszer termékkörökön túl rendszeres az egyéb Nébih-hatáskörbe tartozó termékek vizsgálata is, mint például az állatgyógyászati készítmények, vetőmagok, étrend-kiegészítők. A vendéglátó egységeken túl 2023-ban megkezdődtek az egyéb létesítmények összehasonlító-minősítő vizsgálatai is a nagy üzletláncok meghatározott részlegeinek összehasonlításával. A Szupermenta 2024 márciusáig 104 termékkör teljes körű vizsgálatát végezte el, több mint 2250 terméken közel 230 ezer laboratóriumi paraméter vizsgálatával. A kedveltségi vizsgálatok több mint 2000 fő bevonásával zajlottak.⁷⁸⁹

Az adott termékteszt végén kialakult rangsornak megfelelően a rangsor élén végző termékeknek, vállalkozásoknak lehetőségük van Szupermenta emblémát igényelni. Az embléma nem védjegy, ugyanakkor segítheti a vásárlót a minőségi termék megtalálásában. Az embléma egy évig viselhető, a terméken vagy annak közvetlen környezetében helyezhető el. Így a hatósági tevékenység egy markáns, jól felépített kommunikációval egészül ki,

⁷⁸⁹ Ld. Szupermenta, 2024.

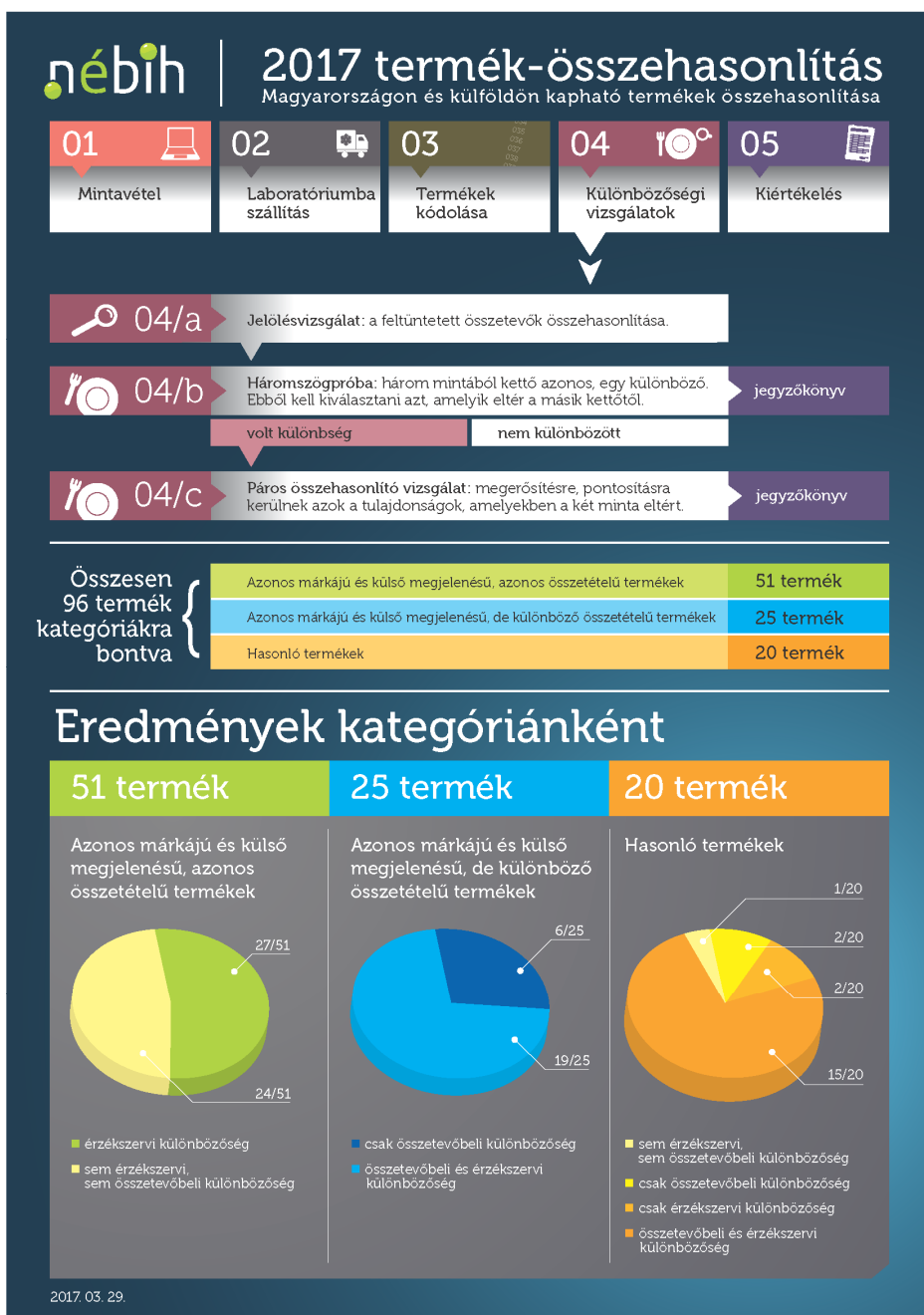
nemcsak a teszt eredményei, de az egyes termékkörökkel kapcsolatos érdekességek, információk is elérhetőek. A Szupermenta program a sajtóközleményeken és sajtómegkeresések-sajtóválaszok eszközein túl a közösségi médiát is igénybe veszi, önálló Facebook és Instagram oldallal, valamint TikTok felülettel is rendelkezik. A közösségi média felületeken a fogyasztókkal párbeszéd alakul ki, az olvasók kérdezhetnek, illetve a TikTok segítségével a fiatalabb generáció is edukálható.

5. Kettős minőség vizsgálatok

Az élelmiszerek kettős minőségének vizsgálata alapvetően az Európai Unió tagországaiban forgalmazásra kerülő azonos márkajelzésű, azonos megnevezésű, azonos megjelenítésű és azonos jelölésű élelmiszerek összehasonlító vizsgálatait jelenti. A „kettős minőség” jelenségének kutatása a 2014. évtől kezdődően több éven keresztül több lépcsőben folyt hazánkban az élelmiszerek területén. Több kisebb, tájékozódó vizsgálatot követően az első nagy átfogó, felmérő vizsgálat a 2017. év első negyedévében zajlott. A felmérés közel 100 termékpárt érintett, elsősorban élelmiszereket. A vizsgálat megállapította, hogy *„a különböző piacokra különböző minőségben történő gyártás jelensége létezik, azonban nem általános gyakorlat, csak termékenként vizsgálható, nem hatja át a teljes élelmiszerlánc-ágazatot”*.⁷⁹⁰

A vizsgálat eredményeképpen három kategóriát határoztak meg a Nébih szakemberei: azonos márkájú és külső megjelenésű, azonos összetételű termékek; azonos márkájú és külső megjelenésű, de különböző összetételű termékek; hasonló termékek. Mindhárom kategórián belül beazonosításra kerültek olyan termékek, ahol a megtévesztően hasonló vagy azonos megjelenítésű csomagolás alkalmas volt a fogyasztók szándékos vagy véletlenszerű megtévesztésére. Tehát mindhárom kategórián belül azt kellett feltérképezni, hogy a különbség mennyire volt szándékos, és ennek milyen okai lehettek. Az első csoport esetében az eltérést az eltérő minőségű alapanyagok, illetve az eltérő gyártási technológia okozhatta, a termékeket összehasonlítva a különbség a termékek kibontása előtt nem volt érzékelhető, jellemzően az érzékszervi vizsgálatok tárták fel a különbségeket. A második és a harmadik csoport esetében már a két terméket egymás mellé helyezve, és a jelölést, főként az összetevőket összehasonlítva is látható volt a különbség. Ezekben az esetekben, bár a jelölés szabályos volt, viszont az átlagfogyasztó a különböző országokban vett termékeket a való életben ritkán teszi egymás mellé, így a szabályos jelölés ellenére a termékek könnyen összetéveszthetők, különbözőségük nem derül ki, így alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére.

⁷⁹⁰ Nébih, 2017.



2. ábra: a Nébih vizsgálati eredményei az élelmiszerek kettős minőségének terén.⁷⁹¹

A vizsgálatról a fenti infografikán túl színes – nyomtatott és online formában is elérhető – kiadvány, az érzékszervi vizsgálat menetéről pedig videó készült, amelyek a Nébih honlapján elérhetőek.

⁷⁹¹ Nébih, 2017.

A 2017. év nyarán zajlott a következő vizsgálat, amely a fentieket megerősítette. Ez esetben 39 termékpárt vizsgáltak a Nébih szakemberei, újdonságnak számított, hogy az összehasonlítható termékek listája kiegészült zöldségekkel, gyümölcsökkel is. A termékek közel harmadánál tapasztaltak eltérést a szakemberek.

A mintavétel és a vizsgálat menete kettős minőség vizsgálatok során ugyan hasonlított a Szupermenta tesztek menetéhez, de pár lényeges különbséget ki kell emelni. A mintavétel ez esetben nem hatósági mintavétel, hiszen a külföldi termékek esetében ennek kivitelezése szinte lehetetlen. Ugyanakkor a szakemberek minden esetben igyekeztek azzal egyező feltételeket teremteni, azaz valamennyi esetben helyszíni (nem online) mintavásárlásra került sor, és a szállítás is a hatósági mintához hasonló módon (a hűtési lánc fenntartásának biztosításával) történt. A másik lényeges különbség, hogy bár kedveltségi vizsgálatok is történtek, azaz laikusok is kóstoltak, a vizsgálat sorozat a klasszikus műszeres laborvizsgálatokon túl kiegészült laboratóriumi érzékszervi vizsgálatokkal is. Így akkreditált vizsgálatok erősítették vagy éppen cáfolták meg a laikusok észrevételeit.

Szintén ebben az időszakban a Nébih reprezentatív közvéleménykutatást is végzett, amely megerősítette, hogy a hazai lakosság mintegy fele tapasztalt már minőségi eltérést a nyugat-európai országokban vett termékekhez képest.⁷⁹² Élelmiszerek közül az édesipari termékek kerültek kiemelésre.

A 2019. év második felére összegyűlt annyi adat és probléma, ami miatt a Nébih az aktuális Kerekasztal rendezvényének témájául a kettős minőséget választotta. A beszélgetésen a Nébih, az Agrárminisztérium mellett fogyasztóvédelmi civil szervezetek, gyártók és kereskedők érdekképviselői, szakmaközi szervezetei vettek részt. Bár a téma addigra jelentősen átpolitizálódott, a résztvevők egyetértettek abban, hogy a különböző országokban eltérő minőségben ugyanolyan vagy hasonló csomagolásban forgalmazott termék etikus is lehet, ha ezt például az eltérő helyi szabályok vagy egyes helyi alapanyagok eltérő minősége, beszerezhetősége, esetleg a két országban élő fogyasztók kutatásokkal is alátámasztott eltérő ízlése okozza, míg ha a különbséget kizárólag a maximalizálható gazdasági haszonszerzés indokolja, akkor etikátlan.

2018-ban az Európai Bizottság fogyasztóvédelmi szervezetének támogatásával indult a Nébih élelmiszer-minőséggel foglalkozó projektje, amelynek egyik legfontosabb célja volt a kettős minőség jelenségének kutatása. Ennél a vizsgálat sorozatnál a termékek több mint negyede mutatott lényeges eltérést. 2022. május 28. előtt eljárások megindításának lehetőségét jogszabályi háttér még nem biztosította, ugyanakkor a Nébih által nyilvánosságra hozott adatok a gyártókat és a forgalmazókat is párbeszédre ösztönözte. 2022. május 28. után jogszabályok alapján rendezetté vált ennek a területnek is a hatósági ellenőrzése és az esetleges hibák feltárása, valamint szankcionálása.

A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 6. cikk (2) bekezdés c) pontja átültetésre került a hazai jogszabályokba. Az Fttv. 6. § (2) bekezdés c) pontja szerint megtévesztő kereskedelmi gyakorlat az a gyakorlat, amelynek keretében egy árut az egyik tagállamban akként forgalmaznak, hogy az megegyezik egy más tagállamban forgalmazott áruval, miközben az utóbbi áru összetételében vagy

⁷⁹² Ld. Bognár et al., 2020.

jellemzőiben jelentős eltérések vannak. Kivételt jelent, ha az eltérés jogszerű és objektív tényezők indokolják. Ebben az esetben tehát a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítetik, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

Az élelmiszerekre vonatkozóan pedig az Élt. 14/B. § (1)–(2) bekezdése ekként rendelkezik: „(1) Ha a Magyarországon forgalomba hozott élelmiszer megegyezik egy másik tagállamban forgalmazott élelmiszerral, az élelmiszer előállítója, nem hazai előállítású élelmiszer esetében pedig az első magyarországi forgalomba hozó felelős azért, hogy a Magyarországon forgalomba hozott élelmiszer a másik tagállamban forgalmazott élelmiszertől összetételében vagy jellemzőiben ne térjen el jelentősen, kivéve, ha azt jogszerű és objektív ok fennállása teszi szükségessé. (2) Az (1) bekezdés szerinti jogszerű és objektív oknak minősül különösen, ha az élelmiszer összetételében vagy jellemzőjében jelentkező eltérést az e törvény végrehajtására kiadott rendeletben meghatározottak szerint jogszabály által előírt követelményeknek való megfelelés, valamely alapanyag élelmiszer-jelölésen feltüntetett eredete, időszakos jellege vagy a hazai fogyasztók egészséges és tápláló élelmiszerekhez való fokozottabb hozzáférése érdekében tett receptúramódosítás indokolja.”

Mivel a jogszabályi környezet sok esetben nem volt teljesen egyértelmű, az egységes értelmezés, valamint az élelmiszer-vállalkozók és a fogyasztók segítő tájékoztatása érdekében a Nébih – Európában az elsők között – Útmutatót állított össze. A munka során a hatósági tapasztalatok, valamint a közel tíz éven át elvégzett összehasonlító vizsgálatok tapasztalatai is beépítésre kerültek, az érintett szakmaközi szervezetekkel és vállalkozásokkal történő folyamatos egyeztetés mellett. Az Útmutató a Nébih honlapján elérhető.⁷⁹³

A Nébih kiemelten fontos és folyamatos feladatként tekint az Útmutató naprakészen tartására és szükség szerinti revíziójára. Erre elsősorban a szabályozási környezet esetleges változásai, a hatósági tapasztalatok, továbbá az élelmiszeripari vállalkozások konstruktív visszajelzései alapján lehet majd szükség a jövőben. Amennyiben a változó jogszabályok ezt indokoltá teszik, úgy az Útmutató haladéktalanul módosításra kerül.

A hatósági vizsgálatok folyamata a vonatkozó jogszabályoknak megfelelően az Útmutató iránymutatásai alapján történik az összehasonlítandó termékek körültekintő vizsgálatával, amelynek az is része, hogy az adott termékek előállításában történt változást vagy módosulást is nyomon követik. Amennyiben változás tapasztalható a gyártásban, akkor a változás okát fel kell tárni, mert csak ennek alapján lehet megállapítani, hogy objektív okról van-e szó. A vizsgálat arra is kiterjed, hogy a termék-előállítás során történt-e receptúra-módosítás, ez mennyire volt indokolt, és ennek következtében változott-e, és ha változott, akkor milyen irányban a késztermék tápértéke, illetve érzékszervi tulajdonsága. Minden hatósági vizsgálat elsődleges szempontja az az alapvető fogyasztói elvárás, miszerint azonos márkajelzésű, megnevezésű, megjelenítésű és jelölésű termékek összetétele azonos legyen és érzékszervi tulajdonsága, élvezeti értéke se legyen jelentősen eltérő. Mivel a „jelentős eltérés” fogalmát jogszabály nem határozza meg, ezért az Útmutató biztosítja az egységes értelmezést is. Az Útmutató készítése során a legnagyobb kihívást az ún. objektív

⁷⁹³ Ld. Nébih, 2022.

okok felsorolása jelentette. Az objektív ok megléte a kettős minőség vizsgálata során indokoltta és elfogadhatóvá teszi a vizsgált termékek közti jelentős eltérést is, amely körében a következők jelennek meg:

- jogszabály által előírt követelményeknek való megfelelés (pl. energiatalok – Magyarországon a taurin felhasználás különadó alá esik – népegészségügyi termékadó, Neta törvény; Magyar Élelmiszerkönyv rendelkezései);

- különböző országban lévő gyártóhelyeken gyártott termékek esetében, amennyiben az adott ország hazai vagy logisztikai szempontból észszerű közelségben lévő országok alapanyagainak felhasználásával, illetve az adott ország gyártási kapacitását kihasználva történik, ezáltal rövidítve az ellátási láncot [igazolásul szolgálhat a 74/2012. (VII. 25.) VM rendelet Magyar termék és Hazai termék kategóriának való megfelelés];

- indokolt ideig tartó eltérés új receptek és önkéntes receptmódosítások miatt, ahol több tagállamra kiterjedő, egyszerre történő piacra való bevezetés műszakilag és gazdaságilag nem megoldható;

- nemzeti ízpreferenciák figyelembevétele, amennyiben a gyártó ezt igazolni tudja [pl. kóstolási teszt/fogyasztói felmérés, hazai ízpreferencia nemzeti minőségrendszerrel (KMÉ) történő igazolása].

A fentiekhez a hatósági tapasztalatokon túl szükség volt a gyártók és a kereskedők valós mindennapi gyakorlatából hozott példákra, azok közös megvitatására, végül annak az Útmutatóban történő rögzítésére. Nem mondható el, hogy a munka befejeződött, mert a változó gyártói és kereskedelmi gyakorlatnak megfelelően adott esetben a leírtakat aktualizálni szükséges.

6. Kiváló minőségű élelmiszer védjegyrendszer (KMÉ)

A Szupermenta embléma sikerei, a rendezvényeken, különféle fórumokon a Nébih szakemberei és lakosság közötti párbeszéd során megfogalmazódott, hogy a vásárlók, fogyasztók oldaláról igény lenne egy olyan védjegyre, ami összekapcsolódik a Nébih nevével, szakmai tudásával. Ezért a Nébih a 2018. év első félévében reprezentatív felmérést készített a védjegyekről, amelyet később több alkalommal megismételt.⁷⁹⁴ A lakossági felmérések az alábbi eredményeket hozták:

- a védjegyekhez minőséget, megbízhatóságot és biztonságot társítanak a vásárlók;
- a védjegyek mögött állami hatósági ellenőrzéseket feltételeznek a fogyasztók – a hatósági ellenőrzésekben bíznak meg leginkább, a gyártói önellenőrzésekben a legkevésbé;
- a hatóságok között kiemelkedik a Nébih ismertség és megbízhatóság tekintetében, így ezt a hivatalt alkalmasnak érzik arra a válaszadók, hogy egy ilyen védjegyrendszert működtessen;
- a tudatos tájékozódás elenyésző, a lakosság túlnyomó többsége nem tájékozódik magától a védjegyekkel kapcsolatban, ismereteit leginkább vásárlás közben, az élelmiszerek csomagolásáról, esetleg vásárokon, rendezvényeken, fesztiválokon szerzi;
- a magyar vásárlók még mindig elsődlegesen árérzékenyek;

⁷⁹⁴ Ld. Szakos et al., 2022; Kasza et al., 2023; Fekete et al., 2023.

– az áron túl a terméktulajdonságok között a minőség a legfontosabb – élelmiszer vásárlásakor a három legfontosabb szempont az élelmiszer minősége, a termék lejárat ideje és az élelmiszer egészségre gyakorolt hatása; a legkevésbé fontosnak tartott szempontok között szerepelt az élelmiszer márkája, de a fogyasztók meglepő módon kevés hangsúlyt fektetnek arra is, hogy magyar terméket vásároljanak;

– a jelenleg Magyarországon bejegyzett 41 tanúsító védjegy rendszere átláthatatlan egy vásárló számára; szükség van egy olyan védjegyre, amely garantálja a kiváló minőséget egy élelmiszer esetében; ez az eredmény szoros összefüggést mutat az AKI korábbi tanulmányának megállapításaival.⁷⁹⁵

Megfogalmazódott tehát, hogy az élelmiszerek minősége kiemelten fontos a vásárlók számára. A hazai vásárlók szerint pedig a Nébih neve garanciát adhat egy adott védjegy hitelességére, elismertségére, a sok védjegy között ez valódi megkülönböztető értékkel bírhat. A vásárlói igények, a Nébih elképzelése, a szakmaközi szervezetek hazai termékeket előtérbe helyező kívánsága, valamint a kormányzati szándék megegyezett: a Nébih szakmai tudására alapozva jöjjön létre egy olyan védjegyrendszer, ami a minőséget garantálja, később ún. nemzeti minőségrendszer lehet, és a hazai termékek számára elérhető, adott esetben meg is különbözteti őket. A védjegy megalkotása során a biztonsági és minőségi szempontok mellett a fenntarthatósági kérdéskör is kiemelt figyelmet kapott. Ha a hazai lakosság elsősorban hazai előállítású termékeket vásárol, úgy hozzájárul az ellátási lánc rövidüléséhez (fenntarthatóság), segíti a magyar gazdaságot, és sok esetben biztonságosabb, minőségibb termékhez jut, hiszen a hazai termékek esetében a hatóság nem csak a végterméket, hanem a folyamatot is tudja ellenőrizni.

Ezen elvek mentén a Nébih – a mögötte álló Élelmiszerlánc-biztonsági Centrum Non-profit Kft. bevonásával – 2019-ben hozta létre a KMÉ védjegyrendszert. A KMÉ a magyar vásárlói igényekhez és a magyar élelmiszeripar jellemzőihez is igazodva született meg. Célja, hogy a biztonságosság, az ellenőrzött minőség, a hagyomány és fenntarthatóság automatikusan társuljon a hazai termék fogalmához, növelve ezzel a hazai termékek iránti bizalmat. A KMÉ egy állami tulajdonban lévő ún. tanúsító védjegy (azaz valódi minősítés van mögötte), egyben az Európai Unió által is elfogadott ún. nemzeti minőségrendszer is.

A KMÉ védjegy pályázat útján érhető el, a jelentkezőknek egy előre kiírt feltételrendszernek kell megfelelniük (ez a termékleírás). A minőséget és fenntarthatóságot garantáló termékleírások feltételrendszerének összeállítása időigényes és körültekintést igénylő feladat, termékkörönként történik, ezért a KMÉ pályázati lehetőség ágazatonként eltérő időben nyílik meg. Ez az oka annak, hogy a vásárlók még csak bizonyos termékeken találkozhatnak a KMÉ védjeggyel. A termékleírások elkészítésekor a Nébih elsősorban a saját tapasztalataira támaszkodik, de a szakmaközi szervezetekkel is egyeztet. Fontos kiemelni, hogy ez a védjegy tanúsító védjegy, tehát valódi tanúsítási folyamat van mögötte, azaz a beérkezett pályázatok adminisztratív ellenőrzése mellett termékekre vonatkozó laboratóriumi vizsgálatok vannak, és helyszíni ellenőrző audit is történik.

Az auditorok kérdéslista alapján vizsgálják az előállítás folyamatának megfelelőségét; amennyiben nem áll rendelkezésre elegendő akkreditált laborvizsgálati adat, úgy termék-

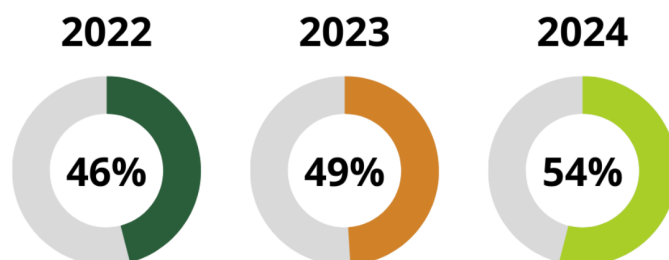
⁷⁹⁵ Ld. Darvasné et al., 2014.

mintát is vesznek. Teljes egyetértésükről vagy esetleges aggályaikról tájékoztatják a Védjegyirodát. Végül egy szakemberekből álló grémium, a Bírálóbizottság dönt. A bizottság figyelembe veszi a pályázat anyagát, a benyújtott vagy audit során vett minták laboratóriumi vizsgálatát, illetve az audit jegyzőkönyvét. A termék védjegyet csak abban az esetben kap, ha minden tekintetben megfelel az elvártaknak. A védjegyes termékek minőségének állandóságát pedig a védjegytulajdonoson túl a kockázatértékelésen alapuló utóellenőrzések biztosítják. Eddig 57 termék esetében történt sikeres minősítés, így ennyi árucikk viselheti a csomagolásán a KMÉ védjegyet.

Fogyasztói igényként merült fel, hogy a jók között is szeretnék a vásárlók megtalálni a legjobbat. Ezen igénynek megfelelően kerül időről-időre megrendezésre a Termékmustra, amely tulajdonképpen egy konkrét termékkört érintő verseny, ahol a legjobbak győznek. A Termékmustrára a már Szupermentából jól ismert polcfelmérés révén (nagyobb gyártók, tömegtermékek), vagy jelentkezéssel (kisebb gyártók, lokálisan értékesített termékek) lehet bekerülni. A mustra során biztonsági és minőségi paraméterek laboratóriumi mérése, valamint széles, zsűri részvételével történő „összekóstolás” történik. A verseny legjobb termékei számára válik elérhetővé a KMÉ arany fokozata.

A KMÉ védjegyrendszer szabályrendszerét a termékleírások (speciális tanúsítási követelmények), Tanúsítási Szabályzat és Tanúsító Védjegy Szabályzat alkotják. A szabályokhoz kapcsolódik az Arculati Kódex, amely a védjegy logók megfelelő felhasználásáról rendelkezik, hogy a fogyasztó számára, vásárlásai során, a KMÉ egyértelmű iránymutató lehessen.

Az elmúlt évek következetes tanúsítási és kommunikációs munkájának köszönhetően a KMÉ védjegy ismertsége 2024-re a magyar vásárlók körében már meghaladta az 50%-ot (3. ábra).



3. ábra: a KMÉ védjegy ismertsége a magyar vásárlók körében.⁷⁹⁶

⁷⁹⁶ Nébih, 2024.

7. Lakossági bejelentések, a „Zöldszám” és a közösségi média

A 2012-ben megalakult Nébih az élelmiszerlánc-biztonsági stratégiának és a Partnerségi modellnek megfelelően a kezdetektől kiemelt figyelmet fordított a társadalmi kapcsolatokra, ezen belül is a fogyasztókra. A fogyasztókkal történő párbeszéd, a fogyasztók edukációja mind hozzájárul az élelmiszerbiztonság megteremtéséhez. A hivatalhoz érkező kérdések és bejelentések megmutatták, hogy szükség van egy minél ismertebb, mindenki által elérhető és könnyen használható elérhetőségre, ahol lehet kérdezni, illetve a problémákat jelezni. Hasznos ez abból a szempontból is, hogy „több szem többet lát”, a hatósági szakemberek nem tudnak mindig mindenhol ott lenni, a felkészült fogyasztó pedig jól tudja észlelni és jelezni a problémát. Így jött létre szinte a Nébih létrehozásával egyidőben a Nébih Zöldszám telefonvonala, amely munkaidőben humán operátorral működik, de üzenetrögzítő formájában éjjel, hétvégén és munkaszüneti napokon is elérhető. Az üzenetrögzítőt az ügyeletes kollégák rendszeresen lehallgatják, tehát egy többnapos ünnep során a bejelentés és szükséges (magas kockázatú) esetben a kivizsgálás nem várja meg az első munkanapot. A lehetőségről a lakosság elsősorban a médián keresztül tájékozódhatott. Még ebben az évben kikerült a telefonszám szinte minden áruházlánc üzleteibe. Az ismertség növelése érdekében a Nébih több médiakampányt is lefolytatott, amelyek közül a legismertebb talán a „Hófehérke kampány”.⁷⁹⁷



4. ábra: a Nébih zöld szám kampányának kreatív anyaga.

A Nébih zöldszámra történő bejelentési lehetőség 2014-ben mobilapplikációs lehetőséggel, a Nébih Navigátorral bővült. A Zöldszám bejelentések száma 2013-ban 3500-ról indult,⁷⁹⁸ 2014-ben 7611,⁷⁹⁹ 2015-ben pedig több mint 12000⁸⁰⁰ (OFÁ, 2015) bejelentés érkezett. A bejelentési kedv azóta sem csökkent, a 2015. év óta rendre 10000 fölötti, kis visszaesést

⁷⁹⁷ Ld. Nébih youtube csatorna NÉBIH Zöldszám az élelmiszerbiztonságért (youtube.com).

⁷⁹⁸ Ld. FM, 2014.

⁷⁹⁹ Ld. FM, 2015.

⁸⁰⁰ Ld. OFÁ, 2015.

2021-ben, a covid évében mutatott, feltehetően a csökkenő helyszíni bevásárlások, valamint a fokozott higiéniai intézkedések miatt. Az ügyfelekkel, fogyasztókkal történő párbeszéd azóta is kiemelt jelentőségű. A Nébih létrejötte óta működteti Facebook oldalát. A Nébih Facebook Messenger felületen kérdező vagy bejelentő ügyfelek számának növekedésére reagálva 2020. júliusától már Nébo, a chatbot is fogadja az üzeneteket, segíti a gördülékeny párbeszédet, ezzel megvalósítva a nonstop elérhetőséget.⁸⁰¹

8. A termék visszahívások nyilvánosságra hozatala

Amennyiben egy termék az élelmiszer-biztonsági vagy minőségi követelményeknek nem felel meg, vagy akárcsak fennáll annak veszélye, hogy nem felel meg, két intézkedést lehet haladéktalanul megtenni. Az egyik, hogy ki kell vonni a forgalomból, azaz a terméket az élelmiszerláncból eltávolítják, az előállítótól a végső forgalmazóig. Ez az intézkedés a vásárlókat nem érinti, tehát a már értékesített termékek visszahívása nem történik meg. A forgalomból kivonás csak olyan esetekben alkalmazható, amikor még nem jutott el a termék a vásárlóhoz, vagy ha eljutott, nem okoz élelmiszerbiztonsági kockázatot. Ez utóbbi esetre lehet példa egy olyan termék, amely töltési tömege elmarad a jelölésen szereplő mennyiségtől, vagy rossz sorrendben tüntették fel az összetevőket a címkén. Ezek a termékek sem maradhatnak jogszerűen a forgalomban, mert félrevezetik a fogyasztókat a termék egyes tulajdonságai tekintetében, de megbetegedést ezek a hibák még szélsőséges esetben sem okoznak. A másik intézkedés a termék visszahívás. Ebben az esetben a feltárt hiba élelmiszerbiztonsági kockázatot jelenthet, és a kockázatot jelentő termék már eljutott a vásárlókhoz, emiatt a fogyasztók egészségvédelmét csak teljes körű visszahívással lehet biztosítani. Vissza kell hívni többek között azokat a termékeket, amelyekből meg nem engedett összetevőt (pl. gyógyszerhatóanyagot, mérgező növényeket) vagy határérték feletti szennyeződést (pl. a megengedett szintet meghaladó növényvédőszer-maradékot) mutattak ki a vizsgálatok, vagy éppen nem megfelelően jelölték rajtuk az allergén összetevők jelenlétét.⁸⁰²

Az élelmiszerlánc összetettsége és hosszúsága miatt mind a folyamat, mind a termék több ponton is sérülhet, illetve egy adott termék nem megfelelősége is több ponton kiderülhet. Ezért kiemelten fontos a lánc valamennyi vállalkozása számára (előállítótól a kereskedelemig) a nyomonkövetésre vonatkozó szabályok betartása, hiszen ez garantálja, hogy egy észlelt probléma esetén a láncon mindkét irányba a szükséges információk végig fussanak. A megfelelő minőségbiztosítási és önellenőrzési rendszerek pedig a problémák mielőbbi észlelését biztosítják. Az élelmiszer biztonságáért az európai uniós jog szerint a vállalkozás felel, ugyanakkor az élelmiszerlánc-biztonság fenntartásához a hatóság és a fogyasztó is hozzájárul. A tudatos fogyasztó bármilyen észlelt probléma esetén tájékoztatja a vállalkozót vagy – amennyiben ez nem megoldható – a hatóságot. A hatóság egyrészt maga is észlelhet problémát vizsgálatai során, másrészt ellenőrzi és támogatja, vagy szükség szerint kikényszeríti a tudomására jutott kockázatok felszámolására hozott intézkedéseket.

⁸⁰¹ Ld. Július 1-től Nébo segíti a Nébih ügyfélszolgálati munkáját - Nébih (gov.hu)

⁸⁰² Ld. Barna et al., 2018.

Az élelmiszerjog általános szabályait meghatározó 178/2002/EK rendelethez készült Útmutató 19. cikke a vállalkozások kötelezettségéről így rendelkezik: „Amennyiben egy élelmiszer-ipari vállalkozó úgy véli vagy okkal feltételezi, hogy egy élelmiszer, amelyet a vállalkozás behozott, előállított, feldolgozott, gyártott vagy forgalmazott, nem felel meg az élelmiszer-biztonsági követelményeknek, és a kérdéses élelmiszer már kikerült az élelmiszer-ipari vállalkozó közvetlen ellenőrzése alól, az élelmiszer-ipari vállalkozó haladéktalanul kezdeményezi az élelmiszer kivonását a piacról és erről tájékoztatja az illetékes hatóságot. Ha a termék eljuthatott a fogyasztóhoz, a vállalkozó hatékony eszközökkel és pontosan tájékoztatja a fogyasztókat a kivonás okáról, valamint szükség esetén – amennyiben egyéb intézkedések nem elegendőek a magas szintű egészségvédelem megvalósításához – vissza kell hívnia a fogyasztóhoz már leszállított terméket.”

A vállalkozásoknak tehát az alábbi tájékoztatási kötelezettségei vannak: minden élelmiszer-kivonással kapcsolatos intézkedésről tájékoztatniuk kell az illetékes hatóságot; a piacról történő kivonás miatt tájékoztatja a többi érintett vállalkozást, azaz a vevőit (a lánc következő szereplőjét), szükség szerint (pl. alapanyag probléma esetén) az előző szereplőket is; ha a termék vásárlóknál lehet, akkor hatékony eszközökkel és pontosan őket is tájékoztatja. Ezen túl, ha a termék ártalmas lehet az egészségre, a tájékoztatás mellett mindent meg kell tenni a veszély megszüntetésére, csökkentésére, megelőzésére is.

A tájékoztatási kötelezettség, különösen a fogyasztókat érintő termékviisszahívások során eszközök és elemek tekintetében nem egyértelmű. Míg egy átláthatóságot preferáló nagyobb cég akár az országos médiumokat, országos napilapokat bevonva is tud adni tájékoztatást, egy kisebb, kevésbé tehetős vállalkozás vagy az átláthatóságot kevésbé kedvelő cég kisebb „visszhangú” termékviisszahívást hajthat végre, azaz kevesebb embert ér el, csendesebben zajlik a folyamat, de a jogszabályi kötelezettségnek eleget tesz.

Ezt a problémát észlelve 2018. nyarán a Nébih a témában kerekasztal-beszélgetést szervezett, ahol a hatósági szakembereken túl részt vettek gyárók és forgalmazók, valamint fogyasztóvédelmi szervezet is. A közös gondolkodás eredményeképpen meghatározták, hogy: milyen egy jó termékviisszahívás – érje el a vásárlót, legyen jól azonosítható a termék, tartalmazza az okot és hogy mit kell tenni; szükség van egy visszahívásokat egységes szemléletben, tárgyilagosan bemutató, semleges, objektív felületre; a vásárlók edukációja a témában közös felelősség és cél. Bemutatták a Nébih e tárgyban készült reprezentatív kutatását is, amely szerint a vásárlók a vállalkozóktól és a hatóságtól várják el a tájékoztatást.⁸⁰³

2019. tavaszán elindult a Nébih tematikus aloldala, ami 6 hónapra visszamenőleg tartalmazza az aktuális fogyasztóktól történő termékviisszahívásokat, és azóta folyamatosan, naprakészen frissül az aktuális információkkal. Az aloldal látogatottsága kiemelkedő, tartalmát az országos internetes hírportálok rendszeresen megosztják. Az online felületre heti rendszerességgel kerülnek fel termékek, amelyek jelentős része a felelős vállalkozók bejelentésén alapszik. Az elmúlt évek tapasztalatai alapján azt mondhatjuk, hogy havonta átlagosan 3-7 termékviisszahívás történik. 2023 óta hírlevél is tájékoztatja az érdeklődőket a visszahívásokról.⁸⁰⁴

⁸⁰³ Ld. Barna et al., 2018; <https://portal.nebih.gov.hu/-/kozeppontban-a-termekviisszahivasok>

⁸⁰⁴ Ld. <https://portal.nebih.gov.hu/termekviisszahivas>

9. A közétkeztetés minősítőrendszere, a Minőségvezérelt Közétkeztetés Program

A közétkeztetés élelmiszerbiztonságának és megfelelő minőségének biztosítása rendkívül összetett feladat. Egyrészt a közétkeztetésben résztvevő fogyasztók heterogenitása és számossága miatt a kívánalmak is különbözőek, akár még egy intézményen belül is, másrészt mert a rendszer rendkívül sokszereplős, a lánc hosszú, a vásárlói visszajelzés is közvetett. A megrendelő nem maga a fogyasztó, hanem általában egy intézmény vagy önkormányzat. A legtöbb esetben az intézmény számára az étkeztetési szolgáltatás biztosítása kötelező feladat, amelyet szűkös erőforrásokból kell biztosítani, ezért költségtakarékosságra törekszik. A főzés helyszíne (főzőkonyhák) és a tálalás helyszíne (tálaló- és melegítőkonyhák) gyakran elválnak egymástól. A közétkeztetést igénybe vevők száma magas, különösen igaz ez két sérülékeny korcsoportra, a gyermekekre és a nyugdíjasokra. A gyermekek esetében még adott korosztályn belül is nagy lehet a tápérték-igény különbség, valamint a speciális diéták is egyre gyakoribbak. E sajátos helyzet kihívásainak hatékony kezelése érdekében jött létre a Nébihben az az objektív minősítésen alapuló rendszer, amely fejlődésre ösztönöz, és ami mind a megrendelőnek (önkormányzatok), mind a fogyasztóknak (pl. szülők, gyerekek), mind pedig maguknak a szolgáltatást nyújtó vállalkozásoknak egyaránt segítség.

A program kidolgozása külföldi példák átvilágításával, illetve a hazai vállalkozások bevonásával történt. A Nébih célja egy olyan átlátható rendszer kialakítása volt, ahol a szolgáltatók felé az elvárások jól megfogalmazottak, valamennyi probléma/hiba feltárára kerül, és azok megoldásához a résztvevők minden esetben konkrét javaslatot kapnak, a szolgáltatások teljesítménye összemérhető, a minősítés pedig naprakész, azaz a hibák javítása után a szolgáltató újraminősíthető.

A vizsgálat nem hatósági eljárás keretében zajlik, tehát hatósági jogkövetkezménye nincs (kivétel az olyan súlyos biztonsági hiányosság, ahol a hatósági szakembereket haladéktalanul értesíteni kell), a vizsgálatokat képzett és folyamatosan visszaellenőrzött auditorok végzik.

A minősítés kétlépcsős, egyrészt vizsgálja az előállítás folyamatát és körülményeit, másrészt vizsgálja és minősíti azokat a kész termékeket, vagyis az ételeket is, amelyekkel a fogyasztó találkozik. Mindkét lépcsőben a biztonsági paraméterek vizsgálatán túl a minőséget is ellenőrzik. A minősítés még nem kötelező jelleggel, hanem önkéntes alapon 2015-ben indult, majd egy közel 2 éves tesztüzemet követően az Éltv. 2017-es módosításával vált kötelezővé. A program legfőbb célja a közétkeztetés minőségének javítása, és hogy csak megfelelő minőségű étel kerülhessen a végső fogyasztóhoz. Éppen ezért nem a szankcionálás eszközeivel dolgozik, viszont törekszik az átláthatóságra. Az ellenőrzési „checklista” nyilvános, megkönnyítve az auditon történő sikeres szereplést. Az elért eredmények is publikusak, így ösztönözve a szolgáltatót a minél minőségibb szolgáltatás biztosítására. A helyszíni audit előre nem egyeztetett időpontban történik, eredménye visszavonásig, legfeljebb három évig érvényes. Az auditot maga a szolgáltató is kezdeményezheti, amennyiben az eredményén javítani szeretne.

Az alábbi táblázatokból látszik, hogy a program rendkívül sikeres, mert az első teljes évben történt minősítésekhez (2016) képest a konyhák újbóli minősítésekor jelentős javulások (1-es, 2-es, 3-as érdemjegyek csökkenése, 4-es, 5-ös érdemjegyek növekedése), fejlődések tapasztalhatók mind a főző-, mind pedig a tálalókonyhák esetében.

Időszak	Minősített létesítmények száma	Ellátottak száma	1		2		3		4		5	
			db	%	db	%	db	%	db	%	db	%
2015	722	395863	22	3,05	85	11,77	252	34,9	278	38,5	85	11,77
2016	1891	685073	158	8,36	383	20,25	759	40,14	498	26,34	93	4,92
2017	817	290045	79	9,67	136	16,65	327	40,02	231	28,27	44	5,39
2018	852	442393	75	8,8	130	15,26	286	33,57	291	34,15	70	8,22
2019	1127	577892	51	4,53	148	13,13	402	35,67	444	39,4	82	7,28
2020	1189	428652	56	4,71	180	15,14	424	35,66	439	36,92	90	7,57
2021	1499	733008	81	5,4	169	11,27	505	33,69	607	40,49	137	9,14
2022	955	374674	45	4,71	110	11,52	285	29,84	403	42,2	112	11,73
2023	1066	446858	43	4,03	113	10,6	340	31,89	424	39,77	146	13,7
2024	1360	711199	25	1,84	86	6,32	356	26,18	611	44,93	264	19,41
Összesen	11 478	5 085 657	635	5,51	1540	13,19	3936	34,16	4226	37,09	1123	9,91

1. táblázat: közétkeztető főzőkonyhák minősítésének eredményei (2015-2024).

Időszak	Minősített létesítmények száma	Ellátottak száma	1		2		3		4		5	
			db	%	db	%	db	%	db	%	db	%
2016	281	34699	24	8,54	38	13,52	109	38,79	90	32,03	20	7,12
2017	1398	163987	66	4,72	208	14,88	492	35,19	482	34,48	150	10,73
2018	1372	167205	67	4,88	166	12,10	410	29,88	511	37,24	218	15,89
2019	917	121287	27	2,94	65	7,09	250	27,26	383	41,77	192	20,94
2020	262	33273	7	2,67	14	5,34	60	22,90	125	47,71	56	21,37
2021	664	96671	18	2,71	45	6,78	141	21,23	305	45,93	155	23,34
2022	1589	158007	49	3,08	147	9,25	395	24,86	711	44,75	287	18,06
2023	1175	121099	24	2,04	74	6,30	249	21,19	498	42,38	330	28,09
2024	694	69854	8	1,16	32	4,61	130	18,73	325	46,83	199	28,67
Összesen	8 352	966 082	290	3,47	789	9,45	2236	26,77	3430	41,07	1607	19,24

2. táblázat: közétkeztető tálalókonyhák minősítésének eredményei (2016-2024)

A helyszíni checklista alapú audit mellett a készételek minőségellenőrzése is folyik. A minősítő vizsgálatot laboratóriumi körülmények között – vagy a Nébih valamelyik laboratóriumának erre kialakított részén, vagy mobil érzékszervi vizsgáló állomáson (erre a célra kialakított laborautó) – képzett érzékszervi bírálók végzik. A bírálóbizottság négy tagból áll, akik a menüsorban szereplő ételeket érzékszervileg vizsgálják, egy 20 pontos súlyozó-faktoros pontozásos módszerrel az élvezeti értéket (külső, állomány, illat, íz) számszerűsítik, minősítik.

Időszak	Érzékszervileg minősített menüsorok száma (db)	Nem megfelelt (%)	Átlag alatti (%)	Átlagos (%)	Átlag feletti (%)	Kiválóan megfelelt (%)
2023	148	0	7	26	36	31
2022	273	2	8	33	37	20
2021	185	0	5	30	38	27
2020	66	3	6	16,7	45,5	28,8

3. táblázat: menüsorok érzékszervi minősítésének megoszlása (2020-2023).⁸⁰⁵

10. A Nébih oktatási tevékenysége

Kutatási tapasztalatok támasztják alá, hogy az élelmiszerfogyasztói magatartás felnőtt korban már nehezen változtatható meg, ezért a legfontosabb élelmiszerbiztonsági szabályokat érdemes gyerekkorban oktatni.⁸⁰⁶ A Nébih megalakulása óta foglalkozik ezzel a kérdéssel,⁸⁰⁷ először eseti jelleggel, majd projekt jelleggel, végül 2017-től átfogó oktatási program keretében.⁸⁰⁸ A hivatal a pedagógusok bevonásával kidolgozott oktatási anyagait a nebihoktatás.hu honlapon kínálja az érdeklődőknek korosztályonkénti csoportosításban. A Nébih munkatársai külön anyagokat készítettek az óvodások, az alsó tagozatos és felső tagozatos általános iskolások, valamint a középiskolások számára. A kisebb gyerekekkel foglalkozó pedagógusok részére elsősorban játékos, mesés tananyagokat kínál a honlap, a nagyobbaknál a természettudományos ismeretterjesztés is megjelenik a gyakorlatias ismeretek átadása mellett. Minden tananyagnál szempont volt, hogy a pedagógusok „kulcsra kész” megoldásokat kapjanak, vagyis minimális legyen a felkészüléshez szükséges idő. Ezt tanári kézikönyvek segítik elő, amelyek pedagógiai javaslatokat és érdekes háttérinformációkat tartalmaznak. Az anyagoknak része egy-egy gazdagon illusztrált diasor is, amelyet szabadon szerkeszthető formában tud letölteni a pedagógus, ezzel lehetőséget kapva arra, hogy saját ötletei alapján színesítse, bővítse, vagy éppen szűkítse a tananyagot. Számos tananyag angol nyelven is elérhető, így akár az idegennyelvi képzésben is felhasználhatók a Nébih-es diasorok, munkafüzetek. A választékot bővítik az előre rögzített, letölthető vagy honlapról lejátszható demonstrációs órák, animációk és egy hangoskönyv is. Az Oktatási Program gerincét az élelmiszerbiztonságra, élelmiszerminőségre, tudatos fogyasztásra fókuszáló anyagok adják. Az elmúlt években a legnépszerűbb témakör az iskolák körében a Maradék nélkül programhoz kapcsolódó élelmiszerpazarlás-megelőzéssel, fenntartható élelmiszerfogyasztással foglalkozó oktatási csomag volt. A Nébih munkatársai és a program önkéntesei 2017 óta 35000 gyereket látogattak meg személyesen iskolai órákon, tematikus iskolai napokon, óvodai foglalkozásokon vagy éppen nyári táborokban, a nyomtatott és online

⁸⁰⁵ Ld. Menüsorok vizsgálata és minősítése - közetkeztetes - Nébih (gov.hu)

⁸⁰⁶ Ld. Syeda et al., 2021; Hann et al., 2023.

⁸⁰⁷ Ld. Dorkó et al., 2018.

⁸⁰⁸ Nébih Oktatási Program.

anyagok pedig közel félmillió diákhhoz jutottak el eddig. Az Oktatási Program minden évben vetélkedőket szervez az iskoláknak, igyekezve fenntartani az érdeklődést az anyagok iránt. A gyerekek mellett a fiatal felnőttek oktatása is fontos kérdés, ezért több egyetemmel is élénk oktatási célú együttműködést folytat a hivatal, kihelyezett tanszékekkel rendelkezik, és több olyan munkatárs is dolgozik a Nébih-ben, akik tantárgyfelelősként, órátartóként, meghívott előadóként, vizsgáztatóként, témavezetőként, gyakorlatvezetőként támogatják a szakemberek jövő generációjának képzését.

11. A faanyag terméklánc-felügyelete (EUTR)

A Nébih 2017 márciusa óta látja el erdészeti hatósági feladatai keretében országos illetékességgel a faanyag kereskedelmi lánc hatósági felügyeletét. E tevékenység alapvető célja annak biztosítása, hogy ne kerülhessen illegális kitermelésből származó faanyag Magyarország területén piaci forgalomba. A hatóság azt az elvet követi, hogy a fatermék nyomon követhetősége csak a teljes faanyag kereskedelmi lánc ellenőrzésével valósítható meg, mivel a legtöbb illegális eredetű fatermék a kereskedelmi lánc közbenső szereplőinél jelenik meg sok esetben eredetigazolt fatermék szállítmányokhoz kapcsoltnak.

Az erdészeti hatósági és láncellenőrzési tapasztalatok alapján, az európai uniós rendelet⁸⁰⁹ végrehajtását segítő hazai normarendszer⁸¹⁰ kialakításánál kiemelt figyelmet kapott a tűzifa termékpálya. Az illegálisan kitermelt vagy nem nyomonkövethető faanyagot jellemzően tűzifaként végfogyasztónak értékesítik, mert könnyen mozgatható, kisebb autóval is szállítható választék, gyorsan eltűnik a bizonyíték, laikus, sokszor tájékozatlan, kiszolgáltatottabb a vevőkör. A jogi keretek megteremtése érdekében az erdészeti jogszabályok szigorú számadású, Nébihnél bejelentés köteles szállítási dokumentumokat és naprakész nyilvántartást írtak elő a tűzifa értékláncban. A tűzifa mennyiségének, fafajának, minőségének megállapításához szükséges megfelelő erdészeti szakismeret mellett ezek a jogi keretek elengedhetetlenek a visszaélések feltárásához.

A tűzifa értékesítésben a tűzifa minősége (fűtőérték, nedvességtartalom), a feltüntetett fafaj, a kiszerelési egységek sokfélesége (pl. kaloda, hálós, ömlesztett), az alkalmazott mértegegységek és azok átváltása körüli bizonytalanságok vezetnek leggyakrabban a fogyasztók megkárosításához. A csaló, jogszerűtlenül működő láncszereplőket vagy elkövetői csoportokat a Nébih láncellenőrzéssel, komplex kockázatelemzéssel, társhatósági együttműködéssel, próbavásárlással azonosítja. Ezek során kiderült, hogy sok esetben a jogszerűen kitermelt legális eredetű tűzifát is valótlan mennyiségi és minőségi adatok megadásával értékesítik a láncban. A tűzifát használó lakosság és a tisztességes kereskedelmi gyakorlatot

⁸⁰⁹ Az Európai Parlament és a Tanács 995/2010/EU rendelete (2010. október 20.) a fát és fatermékeket piaci forgalomba bocsátó piaci szereplők kötelezettségeinek meghatározásáról (EUTR).

⁸¹⁰ Ld. az erdőről, az erdő védelméről és az erdőgazdálkodásról szóló 2009. évi XXXVII. törvény; a faanyag kereskedelmi lánc felügyeletével kapcsolatos eljárás, bejelentés, adatszolgáltatás, nyilvántartás és ellenőrzés részletes szabályairól szóló 414/2017. (XII. 18.) Korm. rendelet; a fatermék szállításával, nyilvántartásával, valamint a szállítójegy és a műveleti lap előállításával és forgalmazásával kapcsolatos részletes szabályokról szóló 58/2017. (XII. 18.) FM rendelet.

folytató erdőgazdálkodók és kereskedők érdekeinek védelme miatt az EUTR erdészeti hatóságnak kiemelt célja volt a lakosságot megkárosító tűzifa értékesítési gyakorlat visszaszorítása, megfelelő információk, segédletek kidolgozása, közzététele.

A tudatos fogyasztói attitűd kialakulását a hatóság számos, a honlapján⁸¹¹ közzétett tájékoztató szakmai anyaggal segítette, amelyeket a média rendszeresen átvett, ezzel is elősegítve az információ terjesztését az érintettek körében.



5. ábra: az EUTR rendszer vásárlói online felülete.

A lakosságot megkárosító tűzifa értékesítési gyakorlat visszaszorításának egyik hatékony eszköze – a jogkövető vállalkozói magatartás javulása mellett – a fogyasztói tudatosság növelése és a fogyasztói szokások átalakulása.

A Nébih tapasztalatai szerint a tűzifavásárlók elsősorban a helyi újságok hirdetési rova- taiból, illetve az internetes fórumokról gyűjtik össze a rendkívül előnyösnek tűnő ajánlato- kat. Ezekben jellemzően rendkívül olcsón, nagyon jó minőségű, száraz, akciós tűzifát kí- nálnak eladásra. A tisztességtelen kereskedők gyakran álnéven hirdetnek vagy csupán tele- fonon elérhetők, ami megnehezíti vagy ellehetetleníti az utólagos reklamációt. Emiatt a Nébih folyamatosan ellenőrzi a hirdetési újságokban és azok internetes felületein megje- lenő tűzifahirdetéseket, és a lapkiadókkal szoros és eredményes kapcsolatot tart fenn. A Nébih ellenőrzéseinek kiemelt célja, hogy a faanyagkereskedelmi lánc illegális szereplőitől megtisztítsa a piacot, valamint védje a legálisan működő kereskedők érdekeit.

Az ellenőrzések általános tapasztalata azt mutatja, hogy kiemelt fontosságú a jogsérté- sekkel kapcsolatos gyors tájékoztatás, adatszolgáltatás. Ennek egyik eleme a Nébih hon- lapján mindenki számára elérhető, a jogszerűtlen hirdetésekben található fiktív EUTR tech- nikai azonosító számokat, valamint az ezekhez kapcsolódó telefonszámokat és weboldal

⁸¹¹ Ld. <https://portal.nebih.gov.hu/eutr-vasarloi>

címket kereshető formában tartalmazó „*fekete lista*”, amellyel közvetlenül maguk a vásárlók ellenőrizhetik a kiszemelt kereskedőt.

A hirdetésekben szereplő EUTR technikai azonosító szám valóságos, illetve a tulajdonosának neve a Nébih EUTR keresőjében ellenőrizhető. Ez lehetővé teszi a hirdető azonosítását, így a vele szembeni panaszok, reklamációk is könnyebben érvényesíthetők. Előbbi eszközök, valamint a fogyasztók részére összeállított „*Online tűzifa vásárlási kisokos*”, amely a tűzifa vásárlással kapcsolatos kulcsinformációkat tartalmazza, együttesen növelik a fogyasztók azon képességét, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytató kereskedők megtevesztő ajánlatait elkerüljék, és ezzel megvédjék a saját érdekeiket.

A Nébih 2020 áprilisában elindította az ingyenes „*Tűzifát okosan*” online hirdetési felületet, ahol csak beazonosított erdőgazdálkodók, földhasználók és a faanyag-kereskedelmi lánc más szereplői hirdethetnek. A vásárlókat segítő rendszerben össze lehet hasonlítani a különböző feldolgozottsági fokú és készletezési formájú tűzifák árát, és a lakóhelyük környezetében telephellyel rendelkező erdőgazdálkodókat, földhasználókat találhatnak a vásárlók. A vásárlók ingyen regisztrálhatnak, de az eladók csak technikai azonosító szám birtokában használhatják az alkalmazást.

Ez az alkalmazás áttekinthető módon segíti a feleket, így a fogyasztókat az olcsó és jó minőségű helyi termék megtalálásában, az erdőgazdálkodókat és kereskedőket az ingyenes hirdetési lehetőségben, a hatóságot pedig a kockázat elemzésben, növelve ezzel a hatósági ellenőrzések hatékonyságát.

12. Összefoglalás

A Nébih megalakulása óta kiemelt figyelmet fordít a fogyasztókra; számos vizsgálatot, hatósági intézkedést végez a „direkt” fogyasztóvédelem érdekében; ahol szükséges ott – tapasztalatainak megfelelően – jogszabálmódosítást kezdeményez. Ezen túlmenően hisz a tudatos vásárló erejében, és a rendelkezésre álló eszközökkel, erőforrásokkal igyekszik ezt a folyamatot segíteni, támogatni. Az élelmiszerlánc-biztonság és -minőség mellett már figyelemmel fordul a fenntarthatóság kérdésköre felé is, mind a termelés, mind pedig a jelölések kapcsán. A fenntarthatóság a Nébih számos szakterületén jelen van (pl. antimikrobiális rezisztencia, csomagolóanyagok vizsgálata, élelmiszerpazarlás, agrárkörnyezet-gazdálkodás), de bőven ad még felfedezni és tennivalót a szakembereknek. Az európai uniós szinten egységes módszertan kidolgozása most van folyamatban, a vállalt állítások ellenőrzése új feladatok elé állítja majd a szakembereket. Külön kihívás, hogy a fenntarthatósági és biztonsági törekvések olykor egymás ellen hatnak, ezekben az esetekben meg kell találni azt az ideális állapotot, ahol a kockázat még elfogadható, és a fenntarthatósági elvek sem sérülnek. A fenntarthatóság mellett kiemelt cél az élelmiszerágazat szereplőinek hatékonyabb támogatása a szabályozási kérdések egyértelműsítésén, szakmai tanácsadáson és a tisztességes vállalkozók hatékonyabb védelmén keresztül. Ennek érdekében várhatóan tovább kell fejleszteni a Hivatal digitális eszköztárát, köztük az informatikai adatokra épülő kockázatelemzést és a kommunikációs csatornákat. Fel kell készülni továbbá a tudomány és technológia fejlődéséből eredő kihívásokra a laboratóriumi vizsgálatok területén is, en-

nek megfelelően a hamisítások kiszűrése, az eredetvédelmi kérdések eldöntése, a termékösszetétel megállapítása növekvő súlyú feladatok. Ugyancsak nyomon kell követni az úgynevezett érzékeny fogyasztók (pl. ételallergiában szenvedők, glutén- vagy tejcukor-érzékenyek) igényeit kielégítő élelmiszerek biztonságosságát, hiszen folyamatosan növekszik a lakosságon belül ez a célcsoport. Végezetül folytatni kell a lakossági kutatásokat, valamint a lakossági kommunikációs eszközök fejlesztését, amelyet az egyre gyorsabb ütemben változó fogyasztói életmód tesz szükségessé.

13. Forrás- és irodalomjegyzék

- Az Európai Parlament és a Tanács 995/2010/EU rendelete (2010. október 20.) a fát és fatermékeket piaci forgalomba bocsátó piaci szereplők kötelezettségeinek meghatározásáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról.
- 2011. évi CIII. törvény a népegészségügyi termékadóról.
- 2009. évi XXXVII. törvény az erdőről, az erdő védelméről és az erdőgazdálkodásról.
- 2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről.
- 414/2017. (XII. 18.) Korm. rendelet a faanyag kereskedelmi lánc felügyeletével kapcsolatos eljárás, bejelentés, adatszolgáltatás, nyilvántartás és ellenőrzés részletes szabályairól.
- 58/2017. (XII. 18.) FM rendelet a fatermék szállításával, nyilvántartásával, valamint a szállítójegy és a műveleti lap előállításával és forgalmazásával kapcsolatos részletes szabályokról.
- 74/2012. (VII. 25.) VM rendelet az egyes önkéntes megkülönböztető megjelölések élelmiszereken történő használatáról.
- ÉLBS (2103). Az Élelmiszerlánc-biztonsági Stratégia (2013–2022) elfogadásáról szóló 1703/2013. (X. 8.) Korm. határozat.
- EP (2020). A fogyasztóvédelmi politika: alapelvek és eszközök. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/46/a-fogyasztovedelmi-politika-alapelvek-es-eszkozok>.
- FM (2015). B/5882. számú jelentés az élelmiszerlánc-biztonságról és a felügyeleti díj felhasználásáról. <https://www.parlament.hu/irom40/05882/05882.pdf>.
- FM (2014). B/806. számú beszámoló az élelmiszerlánc-biztonságról. <https://www.parlament.hu/irom40/00806/00806.pdf>.
- ITNET (Integrált Többéves Nemzeti Terv) 2012. http://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/21476/ITNET_jelentes_2012_v2.pdf/89a92ad8-10b9-415c-819d-9c7d6c208a50.
- Magyar Élelmiszerkönyv (2024). <https://magyarelelmiszerkonyv.hu/>.

- Nébih (2024). Növekvő érdeklődés a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy iránt: friss kutatási eredmények. <https://kme.hu/novekvo-erdekloides-a-kivalo-minosegu-elelmiszer-vedjegy-irant/>.
- Nébih (2022). Útmutató az élelmiszerek „kettős minőségének” vizsgálatához. https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/21442/220525_UTMUTATO_Kettos+minoseg+vizsgalatahoz.pdf/7efc136e-cf17-f1ae-d2c1-952f14608951?t=1653474837058.
- Nébih (2017). Kettős minőséggel kapcsolatos vizsgálat összefoglaló jelentése. https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/323140/Term%C3%A9k-%C3%B6sszege-sonl%C3%ADt%C3%A1s_%C3%B6sszefoglalo%CC%81.pdf.
- OFÁ (2022). Országos Főállatorvosi Jelentés.
<https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/648191731/OFA+2022.pdf>.
- OFÁ (2015). Az országos főállatorvos beszámolója az élelmiszerlánc-biztonságról és a felügyeleti díj felhasználásáról. <https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/694214/Orsz%C3%A1gos+F%C5%91%C3%A1llatorvosi+Jelent%C3%A9s+-+2015.pdf/>.
- Szupermenta (2024). (<https://szupermenta.hu/rolunk/> 2024.03.).
- Útmutatás a vendéglátás és étkeztetés jó higiéniai gyakorlatához. http://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/406632/GHP_press_low.pdf/36f7dfad-0890-4950-b5e6-58bd71418b99.
- Útmutató az élelmiszerjog általános szabályait meghatározó 178/2002/EK rendelet 11., 12., 14., 17., 18., 19., és 20. cikkének alkalmazásához.
- MSZ EN ISO 8589:2015.
- MSZ ISO 6658:2007.5.3.6.
- Barna, S., Bognár, L., Dorkó, A., Szakos, D. & Kasza, Gy. (2018). A termékviSSzahívás fogyasztói megítélése az élelmiszerágazatban. *Élelmiszervizsgálati Közlemények*, 64(3), 2130-2139.
- Barna, S., Kasza, Gy. & Bódi, B. (2014). Fogyasztói kutatások az élelmiszerláncfelügyelet szolgáltatásban. *Élelmiszervizsgálati Közlemények*, 60(3), 285-293.
- Bognár, L., Dorkó, A., László, V., Fekete, L., Szakos, D. & Kasza, Gy. (2020). Az élelmiszerek kettős minőségének fogyasztói megítélése kérdőíves felmérés alapján. *Élelmiszervizsgálati Közlemények*, 66(3), 3040-3047.
- Darvasné Ördög, E., Székelyhidi, K., Felkai, B. O. & Szabó, D. (2014). Az európai uniós és a nemzeti élelmiszer-minőségrendszerek és védjegyek helyzete Magyarországon. Budapest, Agrárgazdasági Kutató Intézet.
- Dorkó, A., Balogh-Berecz, Á., Szabó-Bódi, B. & Kasza, Gy. (2018). Általános iskolás gyerekek élelmiszer-biztonsági tudásszintje és tudatossága. *Élelmiszervizsgálati Közlemények*, 64(4), 2267-2277.
- Fekete, L., Szakos, D., Kunszabó, A. & Kasza, Gy. (2023). Élelmiszerbiztonsági és minőségi garancia: a kiváló minőségű élelmiszer tanúsító védjegy fogyasztói megítélése. *Acta Agronomica Óváriensis*, 64(2), 5-14.

- Hann, M., Hayes, C. V., Lacroix-Hugues, V., Lundgren, P. T., McNulty, C., Syeda, R., C., Eley, P. Teixeira, D., Gennimata, M., Truninger, S., Knochel, L., Munter, R., Allison, A., Feher, T., Izso, A., Kunszabo, Gy., Kasza & Demirjian, A. (2023). Evidence-based health interventions for the educational sector: Application and lessons learned from developing European food hygiene and safety teaching resources. *Food Control*, 143, 109219. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2022.109219>
- Kasza, G., Barna, S., Kunszabó, A., Fekete, L., Szakos, D. & Mikulás, V. (2023). Minőségorientáció az élelmiszervásárlói döntésekben a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyrendszerrel támogató fogyasztói kutatások alapján. *Acta Agronomica Óváriensis*, 64(1), 169-180.
- Kasza, G., Izsó, T., Langsrud, S., Vrbos, D., Veflen, N., Ueland, Ø., Scholderer, J., Munter, L., Csenki, E., Szakos, D., Ramsay, J. & Süth, M. (2024). Institutional Food Safety Risk Communication—A Self-evaluation Tool and its Interpretation. *Trends in Food Science & Technology*, 104594. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2024.104594>
- Kasza, G., Józwiak, Á., Bódi, B., Zsoldos, L. & Lakner, Z. (2013). Élelmiszerláncbiztonsági stratégia: kihívások és elvárások: A stratégia megalapozását szolgáló felmérések legfontosabb tapasztalatai. *Magyar Állatorvosok Lapja*, 135(8), 481-493.
- Kasza, Gy. (2018). Élelmiszerbiztonság. In T. Mizik (szerk.), *Agrárgazdaságtan II.: Az agrárfejlődés mikro-és makroökonómiája*. (pp. 375-401). Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Kasza, Gy., Csenki, E., Szakos, D. & Izsó, T. (2022). The evolution of food safety risk communication: Models and trends in the past and the future. *Food Control*, 138, 109025. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2022.109025>
- Szakos, D., Barna, S., Homoki, H., Kunszabó, A., Fekete, L. & Kasza, Gy. (2022). A Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) tanúsító védjegy fogyasztói ismertsége és megítélése. In Biró, L., Gelencsér, É., Lugasi, A. & Rurik, I. (szerk.), *Magyar Táplálkozástudományi Társaság XLV. Vándorgyűlése: Program füzet és összefoglalók*. (pp. 58, 77). Budapest, Magyar Táplálkozástudományi Társaság.
- Szegedyné Fricz, Á., Dömölki, M., Kuti, B., Izsó, T., Szakos, D., Bognár, L. & Kasza, Gy. (2016). Minőségi magyar termékek nyomában – A Magyar Élelmiszerkönyv működése. *Élelmiszervizsgálati Közlemények* 62(4), 1339-1350.
- Syeda, R., Touboul Lundgren, P., Kasza, Gy., Truninger, M., Brown, C., Lacroix-Hugues, V. & McNulty, C. A. M. (2021). Young people's views on food hygiene and food safety: A multicentre qualitative study. *Education Sciences*, 11(6), 261. <https://doi.org/10.3390/educsci11060261>

XI. Fejezet. A gyermekekre gyakorolt reklámhatások fogyasztóvédelmi kérdései

1. Bevezetés
2. Gyermekek a fogyasztói társadalomban
3. A megváltozott reklámfogyasztás a legfiatalabb korcsoportokban
4. Gyermekek a reklámok célkeresztjében
5. Egészségügyi és pszichés kockázatok
6. A reklámetika és a kiskorúak. A marketingkommunikáció önszabályozása a gyermekek és fiatalkorúak vonatkozásában
7. A gyermekek és fiatalkorúak védelme hazai és nemzetközi példában
8. Összefoglalás
9. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

Az elmúlt évtizedekben bekövetkezett gazdasági és társadalmi változások értelemszerűen a szélesebben vett marketingelméletre és -gyakorlatra is jelentős hatással voltak. Ezek közül a hatások közül a gyermekek és a marketing kapcsolatát választottuk vizsgálatunk tárgyául. A változások számos módon bírtak befolyással, gyakoroltak hatást a gyermekek és a marketing kapcsolatára. A fogyasztói társadalom ideológiája, az ezzel párhuzamos értékorientáció, vagy értékrendváltás kihatott az életstílusok változására. Az életstílus a mindenkori szituációknak, élettapasztalatainknak, értékeinknek és elvárásainknak a kifejezője.⁸¹² Az életstílus befolyásolja életvitelünket, ezen keresztül meghatározza értékeinket, szükségleteinket és természetesen alakítja vásárlási szokásainkat. A családszerkezetben is jelentős változások következtek be, a gyermekek számának a csökkenésével növekedett, legalábbis relatíve, az egy főre jutó diszkrecionális jövedelem. A szülő-gyermek kapcsolat is változott egyrészt a változó család (ld. pl. ún. csonka, egyszülős családok számának növekedése), másrészt az igen gyakori szülői túlterheltség miatt; e változás gyakran abban is megnyilvánul, hogy a gyermekekre fordított idő csökkenését pénzzel, ajándékkal próbálják kompenzálni. Az online vásárlási lehetőségek bővülése egyrésztől szükségessé tette az online kommunikáció további erősítését, és ez – a gyermekekhez és fiatalkorúakhoz szóló, mondhatnánk „fiatalbarát” kommunikációs megoldás – tovább erősítette a vásárlási döntésekben való szerepet. A digitalizáció felerősödése a Covid-19 hatására katalizálta ezt a folyamatot. Összességében elmondható, hogy a gyermekek szerepe egyrésztől megnövekedett a döntéshozatalban, másrésztől egyre több területen már vásárlóként jelennek meg. A felvázolt tendenciák új követelményeket támasztanak a reklámokkal szemben, hiszen olyan korosztály elsősorban életkori sajátosságait kell fokozottan figyelembe venni a nekik (is) szóló reklámok tekintetében, akiknek a vásárlási döntések hozatalában való kompetenciájuk erősödik, és vásárlóként történő megjelenésük növekvő mértékű. Gyakorlatilag ez az

⁸¹² Ld. Hofmeister Tóth, 2003.

utóbbi tény, mármint a döntéshozatalban történő növekvő szerep, hogy már nem csak kezdeményezői, hanem egyre nagyobb mértékben befolyásolói a döntéseknek, gyakran ők a döntések meghozói, tekintettel a későbbiekben felvázolt életkori sajátosságaikra és a reklámokkal kapcsolatos attitűdjeikre, a feljűk történő reklámozás etikai felelősségét felerősítette. A jelen fejezetben, áttekintve a szóban forgó korosztályok fontosabb lélektani és viselkedésbéli jellemzőit, bemutatjuk, hogy a hazai reklámetikai szabályozás hogyan fejlődött az elmúlt évtizedekben, milyen hangsúlyváltozások következtek be ezen a területen, hogyan segíti a reklámok etikai szabályozása a gyermekek és fiatalokúak védelmét.

2. Gyermekek a fogyasztói társadalomban

A gyermekek célcsoportként történő meghatározása nem újkeletű jelenség, már a 19. század második felében voltak olyan babák és játékok, amelyek birtoklása a gazdagok gyermekei között státuszszimbólumnak számított, és ezek megvásárlására a gyermekek biztatták szüleiket.⁸¹³ Később a könyvek, mozijegyek vásárlása, a korabeli plüssállatok és különböző sportkártyák gyűjtése esetében céloztak gyermekeket, bár a reklámosok a 20. század első két harmadában a gyermekre mint kevés zsebpénzt birtokló végső fogyasztóra tekintettek, ezért inkább az édesanyákat célozták meg azzal, hogy ők a gyermekeik boldogságát milyen termékek vásárlásával érhetik el. Különösen a gyermek egészsége olyan hívószó, amelynek hallatán az anyák kevésbé mérlegeltek, sokkal inkább ösztönösen vásárolták meg a sokat ígérő termékeket. Bár hajlamosak vagyunk azt gondolni, hogy a ma anyái már tudatosabban döntenek, valójában a vásárlás mögött ma is sokkal kevésbé a racionális, hanem jóval inkább a pszichológiai befolyásoló tényezők figyelhetők meg.⁸¹⁴ A gyermekek szerepe Törőcsik Mária szerint kétféleképpen is értelmezhető: egyfelől megjelennek szüleik kísérlőiként a boltokban, így befolyásolva azok vásárlását, másfelől megjelennek önálló vásárlókként is, akik a pénzről és a megvásárolt termékről szabadon döntenek.⁸¹⁵

3. A megváltozott reklámfogyasztás a legfiatalabb korcsoportokban

A második világháború után, de igen jelentősen a kevésbé ellenőrizhető digitalizáció bekövetkeztével, egyértelműen megfigyelhető, hogy a fejlett országokban a gyermekek is a reklámok célcsoportjaivá váltak, akik pszichológiailag könnyen befolyásolhatóak.

A fiatal gyermekkorosztályok jelentős – hacsak nem a legjelentősebb – célcsoportok azért is, mert a gyermekekben kiépült lojalitás a pszichológiai tanulási folyamatban korai mintának is tekinthető. A korai minták nemcsak a fogyasztói magatartásban, hanem általában a személyiség működésében olyan beépített megszokások, amelyeket azok megtanulása után az egyén automatikusan használ, és éppen emiatt a későbbiekben ezeket az alapmintákat nehezen, csak új minták hosszabb tanulásával tudja megváltoztatni (pl., ha a gyermek úgy nő fel, hogy mindig ugyanolyan márkájú üdítőt iszik, és azt szereti, akkor kevésbé

⁸¹³ Ld. Lusted, 2009.

⁸¹⁴ Ld. Hofmeister Tóth, 2003.

⁸¹⁵ Ld. Törőcsik, 2016.

valószínű, hogy a későbbiekben hajlandó a megszokott termékről más ízre váltani). A lojalitás természetesen felnőttkorban is kialakulhat, de a fiatalkori elköteleződés jobban a személyiség részévé válik, ezért nehezebb például a gyermekkorban kialakult függőségek kezelése, mint azoké, amelyekre felnőttként szokunk rá.⁸¹⁶

A gyermekek nagyobb befolyásolhatóságát a fejlődéslélektan segít megértetni. A tudományág egyik korai képviselője, Jean Piaget (1896-1980) kifejti, hogy a gyermekek 18 éves korukig több elsősorban a tudatosság, gondolkodás módja szerint megkülönböztethető szakaszokat élnek át, és ezt a négy fejlődési szakaszt is használjuk ma a gyermekek gondolkodásának elemzése során.⁸¹⁷ A fejlődési életszakaszok meghatározzák a kognitív fejlődés lépcsőit és jól elhatárolják, hogy mely szakaszban lehet a gyermek olyan gondolkodásmódjáról beszélni, amely már lehetővé teszi azt, hogy egy-egy reklámot adekvát módon észleljenek és értelmezzenek a gyermekek.

Az Amerikai Egyesült Államok Kereskedelmi Bizottságának fogyasztóvédelemért felelős szervezete megbízásából már egy 1978-as tanulmányban is elemezték a gyermekek TV reklámokhoz való viszonyulását,⁸¹⁸ és azt találták, hogy a 8 évesnél fiatalabbak nem látják át, hogy a reklámoknak befolyásoló hatásuk lenne a vásárlásra, az ennél jóval fiatalabbak pedig úgy gondolják, hogy a reklámokban szereplő állatok, figurák valóságos személyek, akik a reklámokban kifejezetten hozzájuk szólnak, és akik kérését vagy felhívását „azonnali” mozgósításként értelmezik. Ezen eredmények tehát azt mutatják, hogy a gyermekek nem „mini-felnőttek”, a reklámokra ezért a kognitív fejlődési szakaszok specifikus jellemzői alapján reagálnak.

Egy 92 tudományos cikket összegző kutatás kifejezetten a reklámok 2 évnél idősebb, de 6 évesnél fiatalabb óvodásokra gyakorolt hatásait vizsgálta.⁸¹⁹ A vizsgált tanulmányok egyikéből az derül ki, hogy az Egyesült Királyságban az óvodások fele néz televíziót, viszont 92%-uk fér hozzá a digitális platformokhoz, több mint harmaduk néz közösségi média videókat (pl. Youtube vagy TikTok).⁸²⁰ A digitális hozzáférést 5 év felett majdnem 100%-ra becsülték. A Covid-19 járvány következtében pedig azon cégek is elkezdtek online tevékenységük erősítését, amelyek addig jellemzően nem az online költésre költötték marketingbüdzséjüket. Emellett olyan gyermekek is online hozzáféréshez jutottak, akik szülői vagy gazdasági korlátok miatt addig nem használtak internetet.

A gyermekek magyarországi médiafogyasztását egy 2014-es NMHH-kutatás is vizsgálta, amelyben azt találták, hogy a magyar óvodáskorúak 30%-a hozzáfér szülei mobiljához, 10%-a pedig felügyelet nélkül is használhatja azt.⁸²¹

A digitális hozzáférés azért is hoz új korszakot a gyermekek felé történő reklámozásban, mert akár a televízió, akár a rádió reklámfogyasztására egyszerűbb ellenőrzési lehetősége van a szülőnek, míg a digitális hozzáférést szinte lehetetlen a szülőnek nyomon követni. Ez nemcsak a reklámfogyasztás, de egyéb viselkedések formálódására is erős hatással bír (ld.

⁸¹⁶ Ld. Brassai & Pikó, 2005.

⁸¹⁷ Ld. pl. Chestnut, 1979.

⁸¹⁸ Ld. Raitner et al., 1978.

⁸¹⁹ Ld. Loose et al., 2022.

⁸²⁰ Ld. Ofcom, 2021.

⁸²¹ Ld. NMHH, 2014; idézi Kásler, 2017.

pl. a fiatalok közötti agresszív viselkedés súlyosodásának jelenségét az online befolyásolás miatt).

A reklámhasználat még a „jóhiszemű”, közös tartalomfogyasztás esetén is nőni fog a legkisebbek körében, elég csak a videós tartalmakat (pl. meséket, gyermekfilmeket) sugárzó platformok beépített reklámjaira gondolni, amelyek a mesék előtt vagy után, de ingyenes előfizetés esetén akár közben is megjelennek.

4. Gyermek a reklámok célkeresztjében

A gyermekeket a reklámok többféle módon érik el, mára a megszólításuk a marketing egyik legtöbbet kutatott területévé vált. A talán legismertebb „nyaggatás” lényege, hogy nem a vásárlásra motiválják a gyermeket, hanem a „szólj a szüleidnek” felszólításokkal arra bátorítják, hogy vetesse meg a terméket annak valamely előnye miatt a szüleivel (pl. „nyerjetelek apával saját focibérletet a chips dobozával”). A kínált előny sóvárgást keltő, ezért a gyerek tényleg nyaggatni kezdi szüleit, hogy vegyék meg a hőn áhított terméket. Ebben a helyzetben érdekes kérdés, hogy tulajdonképpen ki is a vásárlás döntéshozója, hiszen a szülő nem biztos, hogy döntene a termék megvásárlása mellett, részéről a gyermek boldogsága vagy a családi nyugalom megteremtése a cél, és ezek az értékek és jelentések társulnak majd a megvásárolt termék mellé az ő fejében. A terméknek így lesz egy extra funkciója, a szülő később is használja majd azt a gyermek esetleges megvigasztalására vagy jutalmazására. A chips íze vagy minősége tulajdonképpen nem is fontos.

A gyermeki sóvárgást a „gyermek kiadású” termékek is generálják, ezekből az egyik legjellemzőbb a McDonald's happy meal menüje, amelyet főként az ajándék miatt akarnak a gyermekek megvásárolni. Emellett ide tartozik minden gyermekek számára vonzóbb színű, alakú, kiszerezésű vagy esetleg mesefigurákkal díszített termék.

A vásárlás mögött nemcsak a gyermek, hanem a szülő nem-termékspecifikus attitűdjei is megtalálhatóak: a szülői generáció sok elfoglaltsággal küzd, ezért kevesebb ideje marad a gyermekekre, ami büntudattal jár. A büntudat csökkentésének egyik módja a túlkompenzáló ajándékozás, azaz a bocsánatkérésből megvásárolt ajándék, ami jó esetben játék vagy ruha, de sokszor olyan élelmiszer, amely semmiképpen nem a gyermek egészséges táplálkozási szokásainak kialakításában játszik szerepet. E magatartás alapja pedig az a minta, amelyet a ma szülői saját szülei generációjától kaptak, azaz az X generáció tagjaitól, akik fiatal felnőttként már hasonló mértékű leterheltséggel éltek, mint ma a gyermekeik.

Itt nem vizsgáljuk részletesen a generációk közötti különbségeket, és ezek magatartásbéli különbségeinek okait, de például a Deloitte 2024-ben 44 országban 22.400 fős mintán végzett kutatása szerint a fiatalabb Z generációs tagoknál már megfigyelhető, hogy a munka-magánélet egyensúly a munkavállalásban fontosabb szerepet játszik, mint korábban, ennek lehet a jövőben egy olyan következménye, hogy a szülők újra több időt töltenek majd gyermekeikkel, és ezzel visszaesik a büntudatból vásárolt termékek köre.⁸²² Sajnos a Z generációsok munkavállalási szokásaival kapcsolatban ellentétes, éppen a korai kiégést és a korábbi generációkhoz képest hosszabb munkavégzési-túlórázási időtartamról szóló

⁸²² Ld. Deloitte, 2024.

felmérések is születtek (pl. egy több mint 17 ezer főn végzett 2023-as kutatás),⁸²³ ezért e témában még biztosan további kutatások szükségesek.

Egy másik, szintén a gyermekeket befolyásoló jelenség a mozi alapú merchandising, amely jelentősen a Star Wars filmekkel jelent meg.⁸²⁴ A film figuráival ellátott édességek, játékok, ruhák, használati cikkek előzönlötték a piacot, és éppen emiatt került sor az USA Kereskedelmi Bizottságának fent említett vizsgálatára 1978-ban, ami az USA-ban azt is eredményezte, hogy külön a gyermekek reklámhatásoknak való kitettsége elleni önszabályozó testület alakult meg (CARU – Children Advertising Review Unit), amelynek szerepköre hasonlatos a magyarországi Önszabályozó Reklámtestületével.

A mozik és filmek világa után a 2000-es évek elejétől a digitalizáció a fiatalabb Z és az Alfa generáció számára mindennapossá tette az online eszközök használatát és ezzel az online reklámok fogyasztását. A 2023. évi magyar médiatortában már 52%-ot képvisel a digitális reklám,⁸²⁵ amely vélhetően a következő években növekedni fog a hagyományos médiatípusokkal szemben.

Az Ofcom, a brit médiahatóság rendelkezik Európában hosszmeteszben a legnagyobb múltú kutatásokkal, adataira az NMHH is támaszkodik. Az Ofcom szerint 2023-ban a 8-17 éves gyermekek korosztálya a social mediában inkább passzív, követő magatartást folytat, a posztolók és kommentelők aránya nem éri el jelenleg az egyharmadot.⁸²⁶ Ugyanez a kutatás azt találta, hogy már az 5-7 évesek is 38%-ban „használgák” a közösségi média oldalait.

A közösségi média használata többek között a követő magatartás és az influencer marketing térhódítása miatt fontos. Az influencerek tulajdonképpen a modelltanulási folyamat példaképei, utánzandó modelljei. A modelltanulás Albert Bandura pszichológus leírása alapján azt teszi lehetővé, hogy egy modellszemély megfigyelése alapján a modell viselkedését megtanulja az egyén, így a gyermek is. A tanulás ezen módja, az ún. vikariáló tanulás azt teszi lehetővé, hogy egy viselkedés elsajátítását ne csak az egyén által átélt büntetés vagy jutalmazás alapján tanulja meg a gyermek, hanem elegendő a modellszemély reakcióra adott válaszána megfigyelése ahhoz, hogy valamire a gyermek sóvárogjon vagy valamit elutasítson.⁸²⁷ Az említettek miatt a gyermekek bálványaiként működő influencereknek nagy az erkölcsi-etikai szerepük mások fogyasztásának befolyásolásában, éppen ezért fontos, hogy az influencerek által közétett tartalmakat fogyasztóvédelmi szempontból szabályozzák, illetve biztosan felismerhető legyen az egyes tartalmak között a tartalom promóciós háttere.

A modellként működő – korábban véleményvezérnek, a digitális világban inkább influencernek nevezett – személyekhez való hasonlítani akarás termékek iránti sóvárgáshoz, de akár a viselkedés teljes változásához is vezethet. Az ellenőrizetlen követés elősegíti a deviáns magatartásformák, akár deviáns fogyasztói magatartásformák megjelenését is (ld. pl. túl sok vagy túl kevés fogyasztás).

⁸²³ Ld. Richardson & Antonello, 2023.

⁸²⁴ Ld. Lusted, 2009.

⁸²⁵ Ld. MRSZ, 2023.

⁸²⁶ Ld. Ofcom, 2024.

⁸²⁷ Ld. Forgách, 2017.

5. Egészségügyi és pszichés kockázatok

A gyermekek étkezési szokásai az elmúlt 50 évben jelentősen változtak. Az üdítőgyártás és az édességipar előretörése a cukor túlzott fogyasztásával azt eredményezte, hogy a gyermekek túlsúlyossá, elhízottá váltak. Egy 2018-ban készült magyar tanulmány szerint ugyan a prevalencia stabilizálódni látszik, minden negyedik magyar gyermek túlsúlyos vagy elhízott, ami a mozgásszegény életmóddal és a túlzott cukorbevitellel magyarázható.⁸²⁸ A gyermekkor elhízásnak hosszú távon népegészségügyi és gazdasági hatásai is vannak, ideértve a cukorbetegséget és az annak szövődményeivel járó betegségeket, a szív- és érrendszeri kockázatokat.

Az említettek ellenére az élelmiszermarketing nem látszik visszahúzódní a gyermekek egészsége érdekében, mégha hazánkban talán kevesebb eszközt is használnak, mint a tengerentúlon. Ahogy az egyéb gyermekeknek szóló termékek marketingje, úgy az ételreklámok köre sem korlátozódik a hagyományos módszerekre. Egy elgondolkodtató példa az, hogy fellelhetők az USA-ban olyan matematika tankönyvek, amelyekben a számolási feladatokat márkázott (pl. Goldfish rágsák, Oreo) cukorkákkal, kekszekkel illusztrálják.⁸²⁹

Az étkezés éhség-csökkentő funkciója háttérbe kerül, az édeskés ízek túlfogyasztást, az addicionális előnyök pedig túlvásárlást eredményeznek. Az ételek esetén is megfigyelhető egyfajta divat, gondoljunk például a Pepsi és a Coca-Cola márkáival való azonosulásra, vagy akár a „trendi” nassokra (ld. pl. Pringles chips).

A ma már az élelmiszereknél is megjelenő divat természetesen a ruházzkodásban kerül elő leginkább. A gyermekek egyre fiatalabb korban válnak márkafüggővé, a közös sportolásokra sem mindegy milyen márkájú termékekben jelennek meg, a funkcionalitás alulmarad a divattal szemben.⁸³⁰

A divatból kimaradók a társadalmi elutasítottságot, a csökkentértékűséget élik meg, amely sémák számos mentális elakadáshoz vezethetnek, ilyenek a depresszív, szorongásos zavarok, táplálkozási és evészavarok, amelyekben a testképzavar is megjelenik.

6. A reklámetika és a kiskorúak. A marketingkommunikáció önszabályozása a gyermekek és fiatalok vonatkozásában

A reklámozás fejlődése, a reklámoknak a gazdasági életben egyre inkább túlmutató hatása a 20. században egyre inkább arra készítette a reklámszakma szereplőit, és a szakmai szervezeteket, reklámügynökségeket, hogy a reklámszakma pozitív imázsának, hitelességének és társadalmi presztízsének az érdekében fellépjenek a tisztességtelen reklámok ellen. Ez első lépésben általában a jogi szabályozás eszközeivel történt. Magyarországon a tisztességtelen versenyről szóló 1923. évi V. törvénycikk foglalkozott a tisztességtelen versennyel, és ezen belül a fogyasztók reklám útján történő félrevezetésével (ld. „reklámszédelgés”). Ugyanakkor egyre inkább szükségessé vált, hogy maga a reklámszakma is lefedtesse azokat az etikai irányelveket, amelyek mentén a reklámozás végbe mehet, vagyis a fejlődés a szakmai

⁸²⁸ Ld. Kovács, 2018.

⁸²⁹ Ld. Lusted, 2009.

⁸³⁰ Ld. Vänskä, 2017.

szervezeteket egy szélesebb, a reklámozás részleteire és bizonyos erkölcsi vonatkozásait is magába foglaló önszabályozásra készítette. Az első nemzetközi reklámetikai kódexet a Párizsban székelő Nemzetközi Kereskedelmi Kamara, az International Chamber of Commerce adta ki 1937-ben.⁸³¹

A szocializmus évei alatt a gazdasági reklám jórészt a megtűrt kategóriába tartozott, és az ezzel kapcsolatos szabályozásban az önszabályozás nem jutott szerephez. Ugyanakkor a gazdasági környezetben bekövetkezett változások hatottak a reklámszabályozásra, a fogyasztók védelme egyre nagyobb hangsúlyt kapott. Ez volt megfigyelhető a belkereskedelemtől szóló 1978. évi I. törvényben, amelynek 1. §-a azt is tartalmazta, hogy a törvény „[v]édi a fogyasztói érdekeket és a vásárlók jogait, tiltja a vásárlók megtévesztését és megkárosítását”.

Az első Magyar Reklámetikai Kódex 1981-ben jelent meg. Ennek 13. Cikkelye foglalkozott a gyermekek és fiatalok csoportjával. A Kódex alkalmazásában kiskorú az, aki a 18. életévét nem töltötte be, gyermekkorú a 14 év alatti kiskorú, fiatalok a 14 és 18 év közötti kiskorú. Gyakorlatilag, és ez a Magyar Reklámetikai Kódexnek a későbbi, módosított változataiban is fellelhető,⁸³² a szabályozás alapvetően két területre terjedt ki. Egyrészt foglalkozott azokkal a követelményekkel, amelyek a gyermekek és fiatalok reklámbeli szerepeltetésével kapcsolatosak, másrészt a gyermekeknek és fiataloknak szóló reklámok tartalmi követelményeivel, korlátozásaival és tilalmaival. Az első esetben kevésbé pontosított elővigyázatosságot és körültekintést írt elő, a reklám készítésére és közzétételére vonatkozóan, a második esetben megfogalmazta, hogy a reklám nem élhet vissza ezen korcsoportok természetes jóhiszeműségével és tapasztalatlanságával, másrészt nem tartalmazhat érzelmviláguk megzavarására alkalmas dolgokat, valamint olyanokat, amelyek fejlődésüket, legyen az fizikai, szellemi, erkölcsi, megzavarja. A Kódex Függelékének több cikkelye (16-18. cikkely) egészíti ki a 13. Cikkelyben szereplő megállapításokat. Itt olyan tilalmakat fogalmaztak meg, mint az idegenekkel történő kapcsolat létrehozására irányuló reklámok tilalma, a reklámozott áru nem megvétele esetében egyfajta kisebbségi tudat kialakítása, a szülői, nevelői tekintély degradálása.

Az európai uniós csatlakozással járó jogharmonizáció, az első hazai Reklámetikai Kódex bevezetése óta eltelt több mint három évtized során felhalmozódott tapasztalatok, a megváltozott társadalmi környezet és nem utolsósorban a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara Reklám- és Marketingkommunikáció Kódexének 2011-ben kiadott új átdolgozott kiadása a Magyar Reklámetikai Kódex átdolgozását tette szükségessé.⁸³³ Az említett társadalmi változások a gyermekek és fiatalok helyzetére több szempontból is jelentős hatást gyakoroltak, ezért nem véletlen, hogy ebben a Kódexben a gyermekekkel és fiatalokkal foglalkozó szabályozás jelentősen bővült. Egyrészt a Kódex neve is változott, igazodva a Nemzetközi Gazdasági Kamara kódexének névváltozásához, és a reklám mellett egyéb marketingkommunikáció súlyának növekedéséhez. Az új névbe bekerült a marketingkommunikáció, hiszen ezen a területen is szükségessé vált az etika fokozott figye-

⁸³¹ Ld. MRSZ, 1981.

⁸³² Vö. pl. MRSZ, 2009.

⁸³³ Ld. MRSZ, 2015.

lembe vétele. Másrésről az 1981-es Kódexben megfogalmazottak megtartása mellett kibővítették, részletesebben fogalmazták meg az adott 12. cikkelyt, illetve más cikkelyekben, az élelmiszer, alkohol, szerencsejáték és digitális reklámokra vonatkozó cikkelyekben a gyermekekre és fiatalkorúakra vonatkozó részeket bővítették. A Kódex a digitális környezetben használt reklám- és marketingkommunikációra vonatkozó általános szabályokon belül kiemelte, hogy megfelelő tartalom megfelelő nyelvezettel jusson el a címzettekhez, és az egyéb megjelenítés, illetve a gyermek- és fiatalkorú fogyasztók személyiségszempontjára ártalmas tartalmú reklámanyagok és az ezekhez kapcsolódó esetleges további tartalmak ne jussanak el gyermek- és fiatalkorúakhoz. A Kódexben az is megfogalmazásra került, hogy 12 éven aluli gyermekeket célzó fogyasztói szegmensek OBA (online viselkedés alapú reklám – Online Behavioural Advertising) céljából nem hozhatók létre.

Ugyancsak lényegi előrelépés volt a szabályozásban az, hogy az élelmiszerreklámozás tekintetében fokozottan figyelembe vették a gyermekek és fiatalkorúak érdekeit, kiemelve a reklám során alkalmazott médiaszemélyiségeknek a szerepeltetését. A Kódex e tekintetben tiltotta ezeknek a személyeknek az oly módon történő felhasználását, amely során a célcsoport nehezen, vagy egyáltalán nem tud különbséget tenni a szerkesztett tartalom és a promóció között. A Kódex tiltotta továbbá a gyermeki képzeletnek a reklámhoz kapcsolódó oly módon történő felhasználását, amely az adott termék táplálkozási felhasználását tekintve félrevezető lehet. Külön kiemelésre került a gyermekekre és fiatalkorúakra nézve, hogy a nekik szóló reklám ne sugározzon olyan képet, amely megtévesztheti őket az adott termék egészségre, sportsikerekre, intelligenciára gyakorolt hatása tekintetében, illetőleg ne legyen megtévesztő a közösségben elfogadott státusz vagy a kortársak közötti népszerűség tekintetében.⁸³⁴

A Magyar Reklámetikai Kódex legutolsó változtatására 2023-ban került sor. A környezetváltozás hatására, kiemelten belefoglalva a digitalizáció fejlődését és további térnyerését, a Kódexbe a gyermekekre és fiatalkorúakra vonatkozóan számos új szempont, korlátozás került be. Új és hangsúlyos elemként szerepel a Kódexben az adatvédelem (Általános rész 8. Cikkely), amely két fontos területen védi az érintetteket: tartalmazza egyrészt a beleegyezés szükségességét az adott korcsoportokban történő online adatgyűjtés során, ebben a vonatkozásban előírja az adott korosztály számára az adatvédelmi tájékoztató érthető módon történő megfogalmazását, és az online nyereményjátékok esetében tiltja a nyermény vagy jutalom további személyes adatok megadásához kötését.

A Kódex 12. Cikkelye foglalkozik a gyermek- és fiatalkorúak védelmével; szabályozza az utóbbi években jelentősen előre törő influencer marketinget: az influencerek kommunikációjára vonatkozóan megfogalmazza, hogy az azonosíthatóságnak – az előző Kódexekben meghatározottakon túl – az influencerek/celebritások kommunikációjára is ki kell terjednie. A Kódex ugyancsak iránymutatást ad az utóbbi időben felgyorsult növekedésű online és telefonos vásárlásokra vonatkozóan is. Utóbbit oly módon, hogy a reklámozónak különös figyelmet kell fordítania arra, hogy ahol a reklámozás, értékesítés és/vagy a szolgáltatás igénybevételi lehetőséggel párosul, ott a szolgáltatás igénybevételére vonatkozó jognyilatkozat előtt a vásárló megszerezze a szülő, illetve más törvényes képviselő bele-

⁸³⁴ Ld. MRSZ, 2015.

egyezését. A Kódex kitér a kiskorúaknak szóló reklámban történő ármegejelenítés megtevésének tilalmára, a reklámban nem lehet irreálisan alacsony árra utalni, illetőleg bizonyos szemantikai korlátokat támaszt, az árral kapcsolatosan a „csak”, „kedvező ár”, „leg-alacsonyabb ár” kifejezéseket kerülni kell. Utóbbi azért is nagyon lényeges, mert az említetteken túlmenően a reklámok előszeretettel használnak félrevezető megfogalmazásokat. Erre igen jó példa az „akár” szó, amely ugyanis arra utal, hogy a kedvezmények vagy az ajánlatok nem garantáltak, hanem függenek bizonyos feltételektől vagy körülményektől.⁸³⁵ A gyermekek esetében a pontos fogalmazás különösképpen fontos, hiszen itt a félreértés veszélye nagy.

A 2023. évi Magyar Reklámetikai Kódex további területeken is megfogalmaz kiskorúakra vonatkozó szabályokat, amelyek alapvetően az egészségüket óvják; például testsúlycsökkentők kiskorúak számára nem reklámozhatók, ugyancsak nem ösztönözhet a reklám a dekorkozmetikumok és parfümök mértéktelen használatára. A Kódex kitér a digitális térben közzétett reklámok szabályozása során a fiataikorúakra. Az általános szabályozás keretében felhívja a reklámozó figyelmét, hogy a digitális eszközökön, kiemelten a mobiltelefonon történő, felnőtteknek szóló tartalom terjesztése során fokozott figyelmet kell fordítani arra, hogy ezek fiataikorúakhoz ne juthassanak el. A Kódex természetesen kitér a fiataikorúak online reklámokban történő megjelenésének, illetve az influencerekkel történő reklámozás szabályozására is. E tekintetben a Kódex úgy rendelkezik, hogy „[k]iskorú influenszer esetén, illetve amennyiben az influenszer reklámnak kiskorú szereplője van, különös figyelmet kell fordítani a gyermek- és fiataikorúakra vonatkozó reklámszabályok betartására is” (27. cikkely 7. pont).

Az online reklámokban történő gyermek- vagy fiataikorú szereplésére vonatkozó szabályozás gyakorlatilag hasonló módon védi az adott célcsoportot (szülői beleegyezés, megfelelő adatvédelmi tájékoztatás), mint az előző Magyar Reklámetikai Kódexek.

7. A gyermekek és fiataikorúak védelme hazai és nemzetközi példában

A jelen fejezet végén egy hazai és egy nemzetközi példával szeretnénk illusztrálni a gyermekek és fiataikorúak védelmét, egyfajta „jó gyakorlatként” kívánjuk a reklámozók figyelmébe ajánlani a vázoltakat. Témánk fontosságát és időszerűségét mutatja, hogy az Önszabályzó Reklámtestület is – másodmagával – ajánlást fogalmazott meg.⁸³⁶ Miként említettük a probléma kétirányú: egyrészt a gyermekeknek és fiataikorúaknak szóló, a célcsoport életkori, érzelmi stb. sajátosságait nem, vagy nem kellő mértékben figyelembe vevő reklámok lehetnek károsak, másrészt a gyermekeknek, fiataikorúaknak a reklámokban történő szerepeltetése is több problémát hordoz magában. Ugyanakkor, mint a hivatkozott anyagból is látható, a kettő között a kapcsolat szoros, a reklámokban történő szerepeltetés ugyanazokat a káros hatásokat is eredményezheti, mint amelyektől a szabályozással óvni kívánjuk őket.

⁸³⁵ Ld. Esterházy-Gyarmati, 2024.

⁸³⁶ Ld. ÖRT, 2024. Vö. pl. GVH, 2020. (https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/szakmai_felhasznaloknak_tajekoztatok_gyerekeknek-szolo-reklamok_2020_20_21&inline=true).

Az ajánlás olyan tényezőket sorol fel, amelyek károsan befolyásolhatják a gyermekek és fiatalok szellemi fejlődését, személyiségük alakulását (ld. pl. az online térben történő zaklatás kockázatának növekedése, amely kihat az énkép alakulására, megzavarhatja a valóságról kialakított képüket, negatívan befolyásolhatja értékrendjüket). Az ajánlás fontosságának megfelelően kezeli az influenszer kérdést is, többféle megközelítésben; felhívja a figyelmet arra, hogy a gyermekek reklámeszközként történő felhasználása károsan befolyásolhatja a szülő-gyermek viszonyt. A tartalommegosztás túlzott vágya is hasonló veszélyeket rejt magában, hiszen a szülő és a gyermek által együtt töltött idő minősége átalakulhat, sőt, a gyermek bevonásának igénye túlzott elvárásokat alakíthat ki a szülőben, növelve az őszintétlen viselkedést, rombolva a bizalmat és a feltétel nélküli elfogadást, amely a gyermek többi emberi kapcsolatára is károsan kihat. A reklámtevékenységhez kötött online aktivitások, több megosztás, több kép, több posztolás, növelik a gyermekekről megjelenő információk, elsősorban képek számát, és ez a kiszolgáltatottság lehetőségét is növeli, amellyel a gyermekek emberi méltósága, annak tiszteletben tartásához való joga kerül veszélybe, illetve sérülhet.

A másik példa a felelős élelmiszer- és italmarketing-kommunikációhoz kötődik. Az EU Pledge egy olyan, vezető élelmiszer- és italgyártó cégek által kezdeményezett önkéntes vállalkozás, amely szerint az ezen a területen működő FMCG (Fast-Moving Consumer goods) vállalatok a 13 évesnél fiatalabb gyermekek felé alkalmazott reklámtevékenységüket megváltoztatják. Ezen kezdeményezés az ipari szereplők válasza arra a felhívásra, amelyben az Európai Unió a gyártókat az abban való részvételre hívja, hogy segítsenek a szülőknek a gyermekeik számára megfelelő étrendet és életmódot választani. A vállalkozás főbb elemei a gyermekek számára szűkített ATL (Above The Line – a „hagyományos médiumokon történő reklámozás”) megjelenés, az iskolák kizárása a kommunikációs csatornákból (kivéve oktatási célok) és különböző nemzetközi reklámszabályozási kódexek elfogadása [ld. pl. Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (ICC) Reklám- és Marketingkommunikációs Kódex, ICC irányelvek az élelmiszeripari és italtermékek felelős marketingkommunikációjára vonatkozóan).⁸³⁷

8. Összefoglalás

A magyarországi reklámszabályozás alapján megállapítható, hogy a hazai reklámszakma magáévá tette és követni igyekszik az EASA (European Advertising Standards Alliance) állásfoglalását, amely szerint: „A (tisztességes) reklámszakma a megoldás, nem pedig a probléma része kíván lenni!”⁸³⁸ A gyermekek és fiatalok védelme, legalább is az etikai szabályozás szintjén, igyekszik figyelembe venni a kiskorúak életkori sajátosságait, és a változó környezet eredményezte újabb és újabb kihívásokat, hogy számukra, mint vásárlók és fogyasztók számára kellő védelmet nyújtson. Ugyanakkor a szabályozás meglepte csak az egyik feltétellel. A megoldás másik aspektusa lehet az etikus reklámozás, a gyermekvédelmi szabályozás szélesebb körű oktatása, nemcsak a felsőoktatás hallgatói, hanem mindazon szakemberek számára, akik munkájuk során akár ügyféli, akár ügynökségi oldalon

⁸³⁷ Ld. eu-pledge.eu; EU-Pledge.com.

⁸³⁸ Fezekas, 2023.

részt vesznek az érzékeny termékek marketingkommunikációjában. A konferenciákon történő megjelenés mellett hasznos lehet e-learning anyagok felállítása vagy szakmai vitafórumok rendezése is a témában, ahol más területek képviselői is jelen vannak. Jelen fejezet mindkét szerzője agrár- és élelmiszeripari marketinggel foglalkozó közgazdasági pályán is tevékenykedett, így közelebbről is részt vehettek az ilyen jellegű termékek népszerűsítésében. Mivel „enni mindenkinek kell”, semmiképp nem célunk, hogy az élelmiszeripari vagy akár a divatmarketing jelentőségét megkérdőjelezzük, mindazonáltal a fentiekben felsorolt tények ismeretében hasznosnak tartanánk Magyarországon is, ha több figyelem fordulna a gyermekek reklámelérésének szabályozására, valamint az általuk elért reklámok tartalmára.

9. Forrás- és irodalomjegyzék

- 1978. évi I. törvény a belkereskedelemtörvényről.
- 1923. évi V. törvénycikk a tisztességtelen versenyről.
- Gazdasági Versenyhivatal, (2020). Gyermekeknek szóló reklámok, 2020. február 21. (https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/szakmai_felhasznaloknak_tajekoztatok_gyerekeknek-szolo-reklamok_2020_20_21&inline=true).
- Magyar Reklámszövetség, (2023). Magyar Reklámetikai Kódex, 2023. (<https://mrsz.hu/reklametika/magyar-reklametikai-kodex>).
- Magyar Reklámszövetség, (2015), Magyar Reklámetikai Kódex, 2015.
- Magyar Reklámszövetség, (2009), Magyar Reklámetikai Kódex, 2009.
- Magyar Reklámszövetség, (1981). Magyar Reklámetikai Kódex, 1981.
- NMHH (2014). Online felmérés a kiskorúak médiafogyasztási szokásairól (https://nmhh.hu/dokumentum/166332/kiskoruak_mediafogyasztasi_szokasairol (kasai_2014dec_2015feb.pdf/ – 2024.11.03.)).
- Ofcom. (2024). „Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2024”. Ofcom, April 19. (<https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2024/> – 2024.08.31.).
- Ofcom. (2021). „Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2020/21.”. Ofcom, July 13. (<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2021> – 2024.08.31.).
- Önszabályozó Reklámtestület, 2020. (<https://www.ort.hu/teruletek/gyerek/>).
- ÖRT. (2024). Hogyan (ne)reklámoz gyerekekkel 2024. (<https://www.ort.hu/aktualis/utmutatok/gyermekek-vedelme> – 2024.08.31.).
- Brassai, L. & Pikó, B. (2005). Szociodemográfiai, egyéni és viselkedési változók hatása a serdülőkorúak szerfogyasztására. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 6(2), 77-93. (<https://doi.org/10.1556/mental.6.2005.2.1> – 2024.08.31.).
- Chestnut, R. W. (1979). Television Advertising and Young Children: Piaget Reconsidered. *Current Issues and Research in Advertising*, 2(1), 5-15. (<https://doi.org/10.1080/01633392.1979.10505221> – 2024.08.31.).

- Deloitte. (2024). 2024 Gen Z and Millennial Survey Living and working with purpose in a transforming world (<https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/docs/campaigns/2024/deloitte-2024-genz-millennial-survey.pdf?dlva=1> – 2024.08.31.).
- Esterházy-Gyarmati, D. (2024.). <https://marketingtitkok.hu/2024/09/04/ezert-szamuzzuk-az-akar-szot-a-marketing-nyelvezetebol> (2024.09.08.).
- Fazekas, I. (2023). Gyerekeknek szóló szabályozás a világ körül. 2023.03.12. (interjú).
- Forgács, A. (2017). *Fejezetek a kommunikáció szociálpszichológiájából*. Budapest, Akadémiai Kiadó (<https://doi.org/10.1556/9789634541059>, https://mersz.hu/dokumentum/m269faksz_37/#m269faksz_34_p1 – 2024.09.01.).
- Hofmeister Tóth, Á. (2003). *Fogyasztói magatartás*. Budapest, Aula Kiadó.
- Kásler, T. (2017). Az óvodáskorú gyermekek televízió nézésének hatása a márkatudatosságukra és a fogyasztói magatartásukra. *Marketing & Menedzsment*, 51(4), 39-48.
- Kovács, V. A. (2018). A gyermekkori elhízás népegészségügyi vonatkozásai. *Egészségfejlesztés* 59(4), 34-37. (doi: 10.24365/ef.v59i4.348, <http://folyoirat.nefi.hu/index.php?journal=Egeszsegfejlesztes&page=article&op=view&path%5B%5D=348> – 2024.08.30.). <https://doi.org/10.24365/ef.v59i4.348>
- Loose, F., Hudders, L., Vanwesenbeeck, I. & De Jans, S. (2022). Preschoolers and Advertising: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda on the Effects of Advertising on Preschool Children. *Journal of Advertising*, 52(3), 439-455. (<https://doi.org/10.1080/00913367.2022.2043794> – 2024.08.31.; <http://folyoirat.nefi.hu/index.php?journal=Egeszsegfejlesztes&page=article&op=view&path%5B%5D=348> – 2024.09.02.).
- Lusted, M. A. (2009). *Advertising to Children*. Minnesota, USA, ABDO Publishing Co.
- Raitner, E.M., Hellegers, J.F., Stern, G.P., Ogg, R.C., Adeir, S. & Zacharias, L. (1978). *FTC Staff Report on Television Advertising to Children*. Federal Trade Commission (<https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED178083.pdf> (2024.08.31)).
- Richardson, N. & Antonello, M. (2023). People at Work 2023: A Global Workforce View, ADP Research (<https://www.adpri.org/assets/people-at-work-2023-a-global-workforce-view/> – 2024.09.02.).
- Töröcsik, M (2016). *Fogyasztói magatartás*. Budapest, Akadémiai Kiadó. (<https://doi.org/10.1556/9789630597371>, https://mersz.hu/dokumentum/dj72fm_58/#dj72fm_55_p4 (2024.11.03.). <https://doi.org/10.1556/9789630597371>
- Vänska, A. (2017). *Fashionable Childhood – Children in Advertising*. UK, Bloomsbury Publishing Plc.

XII. Fejezet. Paraszociális kapcsolatok influenszerekkel és fogyasztóvédelmi aspektusok, különös tekintettel a(z ön)szabályozás lehetőségeire

1. Bevezetés
2. Influenzser marketing és paraszociális kapcsolatok
3. Nemzetközi és hazai szabályozások
4. Önszabályozási kísérletek: etikai irányelvek, magatartáskódexek
5. Összefoglalás
6. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

Manapság általánosan elfogadottá és megszokottá vált, hogy egy vendéglátó egységben az étel felszolgálása után a vendég nem azonnal az evőeszközt, hanem a telefonjáért nyúl, hogy megörökítse az elé helyezett fogást. Ezután szinte rögtön posztolja az étel képét valamelyik közösségi média platformra, vagy elküldi az ismerőseinek. A mai kor vendégének már nem feltétlenül elegendő az éhségérzet csillapítása, a megfelelő színvonalú étel biztosítása, hanem élményre vágyik a vendéglátóhelyeken (is). Ha ezeket az elvárt élményeket megkapja, természetesen a jó és finom ételek, kellemes légkör, udvarias kiszolgálás biztosítása mellett, akkor cserébe kiváló értékelést ad az étteremnek a különböző social media felületeken. Az értékelés megírásával – legyen az pozitív vagy negatív –, illetve a fényképek feltöltésével a vendégek elektronikus szájreklámot, ún. E-WoM tartalmat generálnak, amely az étterem számára értékes ingyenes reklám lehet.

A vendéglátás egyik jelenlegi legnagyobb feladata megnyerni és megtartani a vendégeket. Manapság ez nem könnyű, nagy a verseny a vendéglátó egységek között, nehézséget okoz a magas színvonal megtartása és a külső gazdasági nehézségek (pl. infláció, diszkrecionális jövedelem csökkenése, étterembe járási szokások változása) mellett új célközönség, új marketingeszközök megtalálása, alkalmazása. Ilyen új marketingeszköz lehet egy étterem részére az influenszerek felkérése, megbízása egy-egy vendéglátó egység népszerűsítésére. Nemzetközileg a vállalatok körében az influenszerekkel történő együttműködés már elterjedt gyakorlat. A közösségi média influenszerek egyre inkább kezdik felváltani a hagyományos hírességeket márka- és reklámarcokként, azonban kampányaik sikerességét számos tényező befolyásolja, mint például a követőkkel kialakított kapcsolat,⁸³⁹ illetve az influenszer-imidzs kongruenciája (összeillése) a termékkel vagy márkával,⁸⁴⁰ esetünkben a vendéglátó egységgel. Hazánkban ez a fajta kooperáció a véleményvezérekkel még nem igazán számottevő, azonban a vendéglátóhelyeknek is érdemes számolniuk ezzel a marketingeszközzel.

⁸³⁹ Hwang & Zhang, 2018; Sokolova & Kefi, 2019.

⁸⁴⁰ Kamins, 1990; Schouten et al., 2019; Till & Busler, 2000.

Míg az influenszermarketing és a paraszociális kapcsolatok szerepét a vállalatok szemszögéből viszonylag gyakran vizsgálják a 2010-es évek közepétől kezdve,⁸⁴¹ addig – ahogyan arra például Närvänen és munkatársai, valamint Singh rámutatnak⁸⁴² – a paraszociális kapcsolatok fogyasztói oldalról történő megközelítése még korántsem teljesen feltárt terület, így érdemes a jelenséget közelebbről is vizsgálni.

A vállalati, de elsősorban a fogyasztói oldalról történő megközelítés egyúttal fogyasztóvédelmi dilemmákat is generálhat. Az influenszermarketing és a paraszociális kapcsolatok esetén fogyasztóvédelmi szempontból felmerül a probléma, hogy sok esetben a fogyasztó számára nem derül ki, hogy az influenszer a saját, önálló, érdektől mentes véleményét mondja el, vagy tulajdonképpen szponzorált tartalommal találkozunk. Ez felveti annak a kérdését is, hogy ezekben az esetekben reklámmal találkozunk-e. A fogyasztó könnyedén összetévesztheti ezeket a hirdetéseket egy őszinte, nem fizetett ajánlással.⁸⁴³ Az etikus magatartás ezen a területen is ajánlatos, sőt, kívánatos, de mindenképpen szükség van szabályozásra is, amely keretet ad az ilyenfajta tevékenységnek.⁸⁴⁴

A jelen fejezet célja, hogy a lehetőségekhez mérten áttekintse és összegezze az influenszermarketinggel kapcsolatos nemzetközi szabályozási törekvéseket, valamint a magyar jogszabályi kereteket. Az elemzés arra a kérdésre keresi a választ, hogy milyen intézkedések véd(het)ik a fogyasztókat influenszermarketing esetén, illetve miként jelenik meg a szabályozási törekvések implikációja a fogyasztóvédelem területén. Az első rész bemutatja az influenszermarketing és a paraszociális kapcsolatok fogalmát, azok alakulását, majd röviden áttekinti az influenszermarketinggel kapcsolatos nemzetközi és magyar szabályozási, jogszabályi kereteket. Részletesebben foglalkozunk az önszabályozási kísérletekkel, a szakmai szervezetek etikai/magatartási kódexeivel, irányelveivel, végül összegezzük a fogyasztóvédelem szempontjából fontos aspektusokat.

2. Influenszer marketing és paraszociális kapcsolatok

Az influenszer marketing napjainkra az egyik legmeghatározóbb reklámozási formává vált, globális piacának értéke 2023-ra elérte a 21,1 milliárd dollárt.⁸⁴⁵ A marketingkommunikációban az influenszerek fontos közvetítővé váltak a közösségi média felületeket gyakran használó, fiatalabb generációk felé. Brown és Hayes definíciója szerint az influenszer „olyan harmadik személy, aki jelentősen képes formálni a fogyasztó vásárlási döntését, illetve valamikor valamilyen módon felelős is érte”.⁸⁴⁶ Nagyjából egy évtizeddel később még mindig nagyon hasonló definícióval találkozhatunk: „az influenszer olyan személy, aki képes a fogyasztók figyelmét összpontosítani és véleményüket befolyásolni”,⁸⁴⁷ de itt már kiemelt szerepet kap a fogyasztók figyelmének összpontosítása és annak egy termékre vagy

⁸⁴¹ Ld. pl. Chung & Cho, 2017; Leung et al., 2022; Lueck, 2015.

⁸⁴² Närvänen et al., 2020; Singh, 2021.

⁸⁴³ Hódi, Barkász & Buvár, 2022.

⁸⁴⁴ Ld. pl. Forrai-Molnár, 2023.

⁸⁴⁵ Ld. Forrai-Molnár, 2023.

⁸⁴⁶ Brown & Hayes, 2008, p. 50.

⁸⁴⁷ Glucksman, 2017.

szolgáltatásra való irányítása. Ma a legtágabb értelemben influenszer lehet bárki: újságíró, blogger, sportoló, celeb, színész, modell vagy bármilyen „hétköznapi” személy, aki kellő befolyásoló képességgel rendelkezik – platformtól függetlenül. Az influenszereket csoportosíthatjuk aszerint is, hogy milyen ágazatban tevékenykednek. Ennek alapján megkülönböztethetünk fashion, travel, beauty, gasztro/food, fitness, lifestyle és tech influenszereket.⁸⁴⁸

Különösen a fiatalokra, a serdülőkre jellemző, hogy általában csodálják az influenszereket, barátnak érzik a közösségi médiában követett személyeket, azaz paraszociális kapcsolatokat alakítanak ki.⁸⁴⁹ Horton és Wohl, a fogalom megalkotói, leírják, hogy ezek egyoldalúnak, plátóinak és közvetettnek tekinthető kapcsolatok, amelyeket egy médiahasználó egy médiaszeméllyiséggel folytat.⁸⁵⁰ Ennek szellemében szinte bárkivel, bármilyen karakterrel, akivel a médián keresztül találkozunk, így például hírességekkel, élőszereplős és animációs fiktív karakterekkel, közösségi média influenszerekkel paraszociális kapcsolatot lehet kialakítani. Erős érzelmi kötődés tárgyaivá válhatnak az általunk kedvelt sorozatok, filmek, könyvek, videojátékok és közösségi média oldalak, vagyis általánosságban a kulturális termékek és a média különböző színterei. Giles szerint a paraszociális kapcsolatok olyan viszonyok, amelyekkel megélhetjük a csoporthoz való tartozás élményét úgy, hogy valójában nincsenek valódi, közeli emberi kapcsolataink.⁸⁵¹

A 2010-es évek közepétől az influenszermarketing vizsgálatokban is megjelent a paraszociális kapcsolatok elmélete,⁸⁵² mivel a paraszociális kapcsolatok jelentőségét a marketing- és fogyasztókutatások is felismerték. A vállalatok gyakorlatában az influenszerekkel történő együttműködés már intézményesültnek tekinthető, manapság egyre több influenszer él a márkákkal történő kooperációból. Leung és munkatársai az online influenszermarketing értelmezésekor megállapítják, hogy az influenszerrel kooperáló cég a marketing-kommunikáció hatékonyságának növelése érdekében kihasználja az adott véleményvezér erőforrásait (így a személyes pozicionálást, a kommunikációs tartalmat, a követőinek hálózátát és bizalmát is).⁸⁵³ Mivel a fogyasztók az ilyen tartalmakat nem fizetett, hanem inkább szájról szájra terjedő (WoM) reklámként érzékelhetik, ezért marketingszakemberek számára az influenszermarketing nagy előnyt jelenthet.⁸⁵⁴ Akár állami szervezetek is felkérhetnek influenszereket termékeik, szolgáltatásaik reklámozására, márkázására. A turizmus területén példa erre a Schweiz Tourismus, amely szintén alkalmazza a célzott influenszermarketinget felhasználók által generált tartalommal (User Generated Content).⁸⁵⁵

A fent említett tanulmányok – ahogyan a témával foglalkozó kutatások többsége is – elsősorban a vállalatok szemszögére fókuszálnak, a fogyasztói perspektívát, vagyis azt,

⁸⁴⁸ Langner et al., 2013.

⁸⁴⁹ Chung & Cho, 2017; De Jans et al., 2018; Lueck, 2015.

⁸⁵⁰ Horton & Wohl, 1956.

⁸⁵¹ Giles, 2010.

⁸⁵² Ld. pl. Chung & Cho, 2017; Lueck, 2015.

⁸⁵³ Leung et al., 2022.

⁸⁵⁴ Närvänen et al., 2020.

⁸⁵⁵ Merdzanovic et al., 2023.

hogy maguk a fogyasztók hogyan érzékelik és tapasztalják ezeket a paraszociális kapcsolatokat, kevésbé vizsgálták.⁸⁵⁶ A későbbiekben azonban megjelentek a fogyasztókra irányuló kutatások is, amelyek a jelenségben rejlő veszélyekre is felhívják a figyelmet. Így például Närvänen és munkatársai kvalitatív vizsgálat keretében tárták fel Z generációs fiatalok paraszociális kapcsolatait az influenzszerekkel.⁸⁵⁷ Úgy találták, hogy az influenzszernek valami valóságost és rokoníthatót kell ábrázolnia, a különböző márkákkal történő együttműködésben átláthatóságra kell törekednie, hűnek kell lennie önmagához és gondosan meg kell választania, hogy mely márkákkal dolgozik együtt. Meglátásuk szerint ezek a követelmények összefüggenek egymással és a fogyasztó paraszociális kapcsolatán keresztül szűri meg ezeket. Véleményük szerint a hitelesség elvesztése e követelmények bármelyikében a reklámozott márkára vonatkozóan is a hitelesség megkérdőjelezéséhez vezethet.⁸⁵⁸

Singh kimutatta, hogy a közösségi média influenzszereinek hatása a fogyasztók vásárlási magatartására attól függ, hogy milyen a fogyasztók attitűdje velük szemben.⁸⁵⁹ Az influenzszerekkel szemben pozitív attitűddel rendelkező fogyasztók hajlamosabbak voltak arra, hogy megvásárolják az adott terméket, mint azok, akik negatív attitűddel rendelkeztek. Az influenzszerekbe vetett bizalomnál fontos tényező, hogy a fogyasztó kapcsolatban érzi-e magát vele (paraszociális kapcsolat), valamint az őszinteség, és az, hogy az influenzszer a „szakterületén” belüli termékek/szolgáltatások piacán mozog-e. Azonban a kutatás arra is rávilágított, hogy a fogyasztók jobban bíznak a környezetükben, a szájról szájra terjedő (WoM) reklámban, mint az influenzszerekben.⁸⁶⁰ Van Dam és Van Reijmersdal az influenzszermarketing serdülőkre gyakorolt hatását vizsgálva megállapították, hogy a célcsoport inkább elfogadó, együttérző, mint sem kritikus a szponzorált tartalmakkal kapcsolatban.⁸⁶¹ Ez az attitűd egészen addig megfigyelhető, amíg az adott posztban egyensúlyban van a szponzorált (kereskedelmi) tartalom a szerkesztői tartalommal. Ha azonban ez az egyensúly a serdülők számára jól érzékelhetően felborul, már inkább negatív márkaértékelés figyelhető meg, együttérzést mutatnak a befolyásolókkal szemben, ahelyett, hogy kritikus szemmel néznének.

Különösen érdekes lehet az influenzszerek, gasztro-bloggerek hitelességével kapcsolatos fogyasztói hozzáállás vizsgálata a vendéglátás területén, hiszen a különböző étteremajánlások esetén a fogyasztóknak nem nagyon van más forrásuk, mint „elhinni” az influenzszernek, hogy érdemes felkeresni az adott vendéglátó egységet. Éppen ezért az influenzszermarketing magas szintű szavahihetőséget feltételez,⁸⁶² és pontosan ez adja a fogyasztóvédelmi szempontok betartásának nehézségeit is, hiszen adott esetben szponzorált tartalmak kerülnek be olyan bejegyzések közé, amelyek a mindennapi életet, a hétköznapi dolgokat mutatják be. Ilyenek például a külföldön nagyon népszerű „Get ready with me” videók, ahol influenzszerek, gasztrobloggerek prezentálják például egy hétköznapi reggeli készülődésüket, ételekkel, italokkal, sok esetben konkrét márka bemutatásával.

⁸⁵⁶ Närvänen et al., 2020.

⁸⁵⁷ Närvänen et al., 2020.

⁸⁵⁸ Närvänen et al., 2020.

⁸⁵⁹ Singh, 2021.

⁸⁶⁰ Singh, 2021.

⁸⁶¹ Van Dam & Van Reijmersdal, 2019.

⁸⁶² De Veirman et al., 2017; Evans et al., 2017.



1. ábra⁸⁶³



2. ábra⁸⁶⁴

Nem véletlen, hogy a jogalkotók felismerték a jelenségben rejlő veszélyeket, a kevésbé etikus magatartás elterjedésének, s így a fogyasztók megtévesztésének lehetőségét, ennél fogva a 2000-es években megkezdődött a gondolkodás a szabályozási megoldásokról, valamint az etikai irányelvek megfogalmazásáról. Nemcsak törvényalkotók foglalkoztak a problémával, hanem például különböző szakemberek, tudósok, újságírók is megpróbálták ráirányítani a figyelmet az etikus magatartás és a szabályozás szükségességére, akár maguk alkotta, mások számára is követendőnek szánt irányelvek publikálásával is.⁸⁶⁵

3. Nemzetközi és hazai szabályozások

A nemzetközi szabályozások először természetesen a „hagyományos” platformokon történő reklámozásra, marketingtevékenységre terjedtek ki, a közösségi média megjelenésével azonban tágítani kellett a törvényi keretrendszer. A jogalkotók is felismerték, hogy számos olyan terület lehet, amelyekre a hagyományos szabályozási formák már nem mindig lehetnek megfelelőek.

Az Európai Unióban megalkotásra került például a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól is szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK irányelv, amely a megtévesztő reklámokra is kitér. További releváns szabályozás jelenik meg az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló, 2010. március 10-i irányelvben, amelynek 2018-ban bekövetkezett módosítása a videómegosztó

⁸⁶³ Get ready videó 1, forrás: WHAT I EAT IN A DAY Food Habits That Changed My Life, Olivia Jarvis, <https://www.youtube.com/watch?v=rU1bkV99yL4>, 2023

⁸⁶⁴ Get ready videó 2, forrás: Get Ready With Me Romantic Date Night – Valentine’s Day Dinner Chicken Cordon Blue, 2016 MissLizHeart, <https://www.youtube.com/watch?v=6cVgruUhKEw>

⁸⁶⁵ Ld. pl. Balkin, 2020; Jacobson et al., 2020; Vargas Portillo, 2020.

platformokra, valamint a közösségimédia-szolgáltatásokban megosztott audiovizuális tartalmakra, hirdetésekre is – amelyeket felhasználók (pl. influenszerek) posztoltak – kiterjeszti a szabályozást. A módosításban hangsúlyozottan jelenik meg a gyermekek védelme és a gyűlöletbeszéd elleni fellépés is. Az irányelvek, szabályozások mellett az Európai Unió hivatalos portáljához tartozó weboldal, a Your Europe⁸⁶⁶ segít a polgároknak és a vállalkozásoknak eligazodni az uniós szabályozásokban, többek között bemutatja a tisztességtelen kereskedelmi módszereket, és ezeken belül az influenszermarketingre is kitér.

Az USA-ban jelenleg az influenszermarketingre nem vonatkoznak speciális állami szabályozások. Három törvény létezik, amelyek általános normáit alkalmazzák: az általános reklámozásról szóló 34/1988. törvény (LGP), a tisztességtelen versenyről szóló 3/1991. törvény (LCD), az információs társadalom szolgáltatásairól és az elektronikus kereskedelemről szóló 34/2002. törvény (LSSI-CE).⁸⁶⁷ Bentz és Veltri az USA-ban tapasztalható jogi gyakorlat alapján úgy vélik, hogy összességében nem valószínű, hogy a közösségi médiában tevékenykedő influenszereket közvetlenül felelősségre vonják a félrevezető reklámok miatt.⁸⁶⁸ A szabályozó szervek inkább a cégek és a marketingesek felelősségére összpontosítanak, őket teszik felelőssé a közösségi médiaposztok tartalmáért. Véleményük szerint további fejlemények várhatók ezen a jogterületen, mivel a közösségi médiában növekszik a reklámozás és nő a közösségi média influenszereinek értéke. Még mindig folyamatosan alakul ki az az angolszász jogrendszerekre jellemző jogi precedensi folyamat, hogy a közösségi média befolyásoló polgári jogi felelősségre vonhatók-e a félrevezető bejegyzésekért. Amíg ez megtörténik, továbbra is kérdéses, hogy a bíróságok hajlandóak-e felelősségre vonni a közösségi média influenszereit a félrevezető bejegyzések tartalmáért.⁸⁶⁹ Az angolszász területre koncentrálnak, Asquith és Fraser is hasonló gondolatokat fogalmaztak meg;⁸⁷⁰ kutatásukban megvizsgálták, hogyan reagáltak 2010-től kezdve a szabályozó testületek Kanadában, az Egyesült Királyságban és az USA-ban a natív hirdetésekre és az influenszermarketingre. Megállapították, hogy a reklámpar segítségével kialakított szabályozások viszonylag szűken határozzák meg a problémákat és megoldásukat, elsősorban a félrevezető, megtévesztő reklámokra koncentrálnak, és így influenszerek marketingtevékenysége esetén is megoldásként a reklámtartalmak egyértelmű megjelenítését javasolják; azonban a szerzők ennél szélesebb, holisztikus megközelítést ajánlanak a szabályozóknak, nemcsak az egyéni fogyasztóvédelemre koncentrálnának.⁸⁷¹

Magyarországon az Fttv. tiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, amely által szintén hangsúlyt fektetnek a gyermekek védelmére, valamint utalnak az önszabályozásra is. A GVH 2017 óta hangsúlyosan vizsgálja az influenszerek tevékenységét, különös figyelmet fordítva a fizetett tartalmak átláthatóságára, a jogszabályok betartására. A GVH a 2017-es tájékoztatójában a következőképpen adja meg a véleményvezér fogalmát: „Olyan, a digitális környezetben befolyás gyakorlására, fogyasztói vélemény formálására képes személy, aki akár eseti partnerként, akár dedikált márkanagykövetként online tartalmat tesz

⁸⁶⁶ https://europa.eu/youreurope/index_hu.htm

⁸⁶⁷ Vargas Portillo, 2020.

⁸⁶⁸ Bentz & Veltri, 2020.

⁸⁶⁹ Bentz & Veltri, 2020.

⁸⁷⁰ Asquith & Fraser, 2020.

⁸⁷¹ Asquith & Fraser 2020.

közzé saját weboldalán, közösségi média oldalán, esetleg egyéb online platformon, függetlenül attól, hogy a tartalom a sajátja vagy vendégbejegyzés; a legtöbb esetben a véleményvezér elkötelezett követőbázissal rendelkezik. Ideértendő egyebek mellett a közszereplő, de az – akár kiskorú – youtuber, blogger, vlogger, egyéb online tartalmakat (így például Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat bejegyzések) közzétevő személy is.”⁸⁷²

Forrai-Molnár szerint az influenszermarketing elterjedésével együtt az ehhez kapcsolódó fogyasztóvédelmi szabályozások is szigorodtak, különösen a gyermekekre irányuló vagy megtévesztő tartalmak esetében. Az új platformok, például a TikTok megjelenése új kihívásokat jelent, hiszen eltérő szabályozási és tartalomjelölési megoldásokat igényelnek. A „deinfluenszing” jelenség, amely a rossz minőségű termékek fogyasztásának visszaszorítására irányul, szintén új irányt mutat az iparágban. A GVH szerint az ügynökségek és az influenszerek közötti felelősségi kérdések tisztázása kulcsfontosságú a jövőbeni jogsértések elkerülése érdekében. Az ágazat dinamikus fejlődése megköveteli a vállalkozásoktól és a véleményvezérektől, hogy naprakészek legyenek a szabályozásokkal és a társadalmi elvárásokkal kapcsolatban.⁸⁷³

A terület folyamatos bővülését felismerve a GVH 2022-ben frissítette tájékoztatóját az influenszermarketinggel kapcsolatban, mivel úgy vélték, hogy nem minden szereplő van tisztában a működés jogi kereteivel. Ekkor került kiegészítésre a 2017-es fogalomleírás is, amit az ún. „kidfluencerek”, valamint a virtuális szereplők digitális térben történő megjelenése indokolt: „Az influenszer olyan, a digitális környezetben befolyás gyakorlására, fogyasztói vélemény formálására képes – akár kiskorú – személy vagy dolog, virtuális entitás (így például állat, kabala, digitális karakter, avatar), aki/ami akár eseti vagy állandó partnerként [...]”⁸⁷⁴ – jelenik meg. Hangsúlyozandónak tartjuk, hogy mindkét új „szereplő” esetén rendkívül fontos a felelősség kérdéskörének alapos vizsgálata.

4. Önszabályozási kísérletek: etikai irányelvek, magatartáskódexek

A közösségi média és az influenszerek hatásával foglalkozó szakirodalomban több szerző is felveti az önszabályozás, a fogyasztói bizalom kiépítésének, megtartásának fontosságát. Jacobson és munkatársai szerint a közösségi médiához való könnyű hozzáférés rengeteg adattal szolgálhat a marketingesek számára is.⁸⁷⁵ Azonban ezen adatok felhasználásának szakmai normái még hiányosak. Kiterjesztve a kommunikációs adatvédelem elméletének alkalmazhatóságát a közösségi médiára, bevezetnének egy – megállapításuk szerint – új fogalmat, a „marketing komfortosságot” („marketing comfort”⁸⁷⁶), amely az egyén kényelemérzetét mutatja azzal szemben, hogy milyen mértékben használják a social media felületeken posztolt információit célzott reklámokhoz, ügyfélkapcsolathoz, illetve véleménybányászathoz. Javaslatuk szerint a célzott reklám nagy szerepe miatt célszerű lenne a mar-

⁸⁷² GVH, 2017, p. 2.

⁸⁷³ Ld. Forrai-Molnár, 2023.

⁸⁷⁴ GVH, 2022, p. 2.

⁸⁷⁵ Jacobson et al., 2020.

⁸⁷⁶ Jacobson et al., 2020, p. 7.

ketingesek számára, ha olyan stratégiákat alkalmaznának, amelyek enyhíthetik a fogyasztók aggodalmait és megőrizhetik a digitális marketing gyakorlatába vetett fogyasztói bizalmat.⁸⁷⁷ Balkin érvelése alapján a közösségi médiában és a kereső motorokban kell megtörténnie a tartalommoderálásnak, ezeknél a szolgáltatásoknál a tartalomszabályozás elkerülhetetlen.⁸⁷⁸ Véleménye szerint az egészséges szabad véleménynyilvánításra használt közösségi médiának megfelelő ismeretekkel rendelkező szakemberekre és intézményekre van szüksége, amelyek a tudás és vélemény előállítását, rendszerezését és terjesztését irányító szakmai normákat követnek. Ebben a folyamatban a megbízhatóság fontos követelmény, ezért meglátása szerint szabályozni kell a közösségi médiát. A szabályozás céljaként a cégek ösztönzését jelöli meg, hogy vállalják a rájuk eső felelősséget a digitális közzsférában.⁸⁷⁹ Vargas Portillo cikkében szintén megállapítja, hogy az áruk és/vagy szolgáltatások ajánlása a közösségi oldalakon egyre elterjedtebb hirdetési taktikák közé tartozik.⁸⁸⁰ A „márkák” tisztában vannak azzal, hogy az influenszerek milyen meggyőző erővel hathatnak a követőikre. A szabályozást elkerülhetetlennek tartja, ezen belül azonban inkább az önszabályozás fontos szerepét emeli ki, és úgy véli, lehetséges egy etikai-magatartási kódex megalkotása az influenszermarketing területén az USA-ban.⁸⁸¹

Az önszabályozás szerencsére nem túlzott elvárás, a világban több, marketinggel, reklámmal, influenszermarketinggel foglalkozó szervezet is felismerte ennek szükségességét. A Google a hirdetési elvekre vonatkozó irányelvei megadása mellett összegyűjtötte a felkelhető reklámetikai kódexeket, amelyeket adott országok, szakmai szervezetek adtak ki a hirdetések, marketingtevékenységek szabályozására.⁸⁸² Az 1. táblázatban látható, hogy a keresőóriás 26 országban talált önszabályozó dokumentumot, amelyekből az egyik a magyar reklámetikai kódex. A listában szereplő kódexek mellett azonban még léteznek más kísérletek is, amelyek az influenszermarketingre irányulnak, ilyen például az ausztrál,⁸⁸³ a dél-afrikai kódex,⁸⁸⁴ valamint az Egyesült Királyságban is található még 2 hasonló tartalmú dokumentum.⁸⁸⁵

Ország	Reklámetikai kódex
Ausztria	Österreichischer Werberat (hivatalos angol nyelvű fordítással).
Belgium	Codes / Règles – közzétette: JEP.
Bulgária	National Ethical Rules for Advertising and Other Commercial Communication in Bulgaria – közzétette: National Council for Self-Regulation (NCSR).
Ciprus	Cyprus Advertising Ethics Code – közzétette: Cyprus Advertising Regulation Organisation.

⁸⁷⁷ Jacobson et al., 2020.

⁸⁷⁸ Balkin, 2020.

⁸⁷⁹ Balkin, 2020.

⁸⁸⁰ Vargas Portillo, 2020.

⁸⁸¹ Vargas Portillo, 2020.

⁸⁸² google.com (Ads-irányelvek).

⁸⁸³ Ld. aimco, s.a.

⁸⁸⁴ Ld. arb, 2021.

⁸⁸⁵ Ld. isba, 2021, és imtb, s.a.

Ország	Reklámetikai kódex
Csehország	Code of Advertising Practice – közzétette: Czech Advertising Standards Council (RPR; hivatalos angol nyelvű fordítással).
Finnország	ICC Marketing Rules.
Franciaország	Le Code De L'ARPP (hivatalos angol nyelvű fordítással).
Németország	Wettbewerbszentrale (az etikátlan kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban). Deutscher Werberat (az ízléses és tisztességes tartalmak megjelenítésével és a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban). Angol nyelven is közzétéve.
Görögország	Hellenic Code of Advertising and Communication Practice (HCACP) – közzétette: Advertising Self-Regulation Council (SEE).
Magyarország	MAGYAR REKLÁMETIKAI KÓDEX – közzétette: Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT; hivatalos angol nyelvű fordítással).
Írország	Code of Standards for Advertising and Marketing Communications – közzétette: Advertising Standards Authority for Ireland (ASAI).
Olaszország	Il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale (hivatalos angol nyelvű fordítással).
Luxemburg	Code of Practice in Advertising – közzétette: Commission Luxembourgeoise pour l’Ethique en Publicité (CLEP).
Lengyelország	Kodeks Etyki Reklam – közzétette: Rada Reklamy (hivatalos angol nyelvű fordítással).
Portugália	The Auto Regulação Publicitária.
Románia	The Code of Advertising Practice – közzétette: Romanian Advertising Council (RAC; hivatalos angol nyelvű fordítással).
Oroszország	Российский Кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций – alkalmazza: Ассоциация маркетинговой индустрии "Рекламный Совет" (AMI RS).
Szerbia	Kodeks Marketinških Komunikacija – alkalmazza: Nacionalna asocijacija za etičke standarde u oglašavanju (NAESO; hivatalos angol nyelvű fordítással).
Szlovákia	Code of ethics for advertising practice – közzétette: Rada Pre Reklamu (RPR; hivatalos angol nyelvű fordítással).
Szlovénia	Slovenian Code of Advertising Practice – közzétette: Slovenian Advertising Chamber (SOZ).
Spanyolország	Códigos de Conducta Publicitaria – alkalmazza: Autocontrol.
Svédország	ICC Code (hivatalos angol nyelvű fordítással).

Ország	Reklámetikai kódex
Svájc	Principles of the Swiss Commission for Fairness – közzétette: Swiss Commission for Fairness in Commercial Communication (SLK/CSL).
Hollandia	Nederlandse Reclame Code – közzétette: Stichting Reclame Code (SRC; hivatalos angol nyelvű fordítással).
Törökország	Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code applied by the Reklam Özdenetim Kurulu (RÖK; hivatalos angol nyelvű fordítással).
Egyesült Királyság	UK Code of Non-broadcast Advertising and Direct & Promotional Marketing (CAP-kódex).

1. táblázat: a reklámetikai kódexek listája, forrás: google.com

A Google mellett az Instagram is igyekszik lépést tartani a felmerülő kihívásokkal. 2019-ben új szabályokat vezetett be például a „fogyasztó” termékek reklámozásával kapcsolatban. Ezek értelmében azokat a posztokat, amelyek ebben a témában hirdetnek, valamint fel van tüntetve az ár és a konkrét termék, a 18 év alattiak nem láthatják. Emellett betiltanak minden kommentet, amelyben valaki ezekről a termékekről úgy nyilatkozik, mintha varázsszerek lennének (pl., ha egy influenszer közzétesz egy fotót saját magáról, miszerint detox teát iszik, és a megvásárlásához akciós kuponkódot is reklámoz, az Instagram azonnal eltávolítja azt).⁸⁸⁶ Továbbá, 2022-ben, egyelőre még csak az USA-ban, bevezetésre kerültek olyan szülői felügyeleti eszközök is, amelyek segítségével megakadályozható az életkornak nem megfelelő tartalom letöltése. Azonban a szülők csak akkor használhatják ezeket az eszközöket, ha a gyermekeik ezt engedélyezték az applikációban.⁸⁸⁷

Az egyedülálló módon már 1981 óta létező Magyar Reklámetikai Kódexet az Önszabályozó Reklámtestület és a Magyar Reklámszövetség legutóbb 2023-ban módosította, bizonyos esetekben szigorúbb szabályozást alkotva az európai uniós előírásoknál is. A dokumentum előszavában fogalmaznak: „[...] azzal a céllal készült, hogy a Magyarországon reklámtevékenységet folytatók szakmai-etikai normagyűjteményeként szolgáljon, és alkalmazásával megvalósuljon [...] (a) szakmai önszabályozás”.⁸⁸⁸ Az átdolgozást az eddigi gyakorlati tapasztalatokkal, a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara Reklám- és Marketingkommunikáció Kódexének 2018. évi átdolgozott kiadásával, valamint a megváltozott társadalmi és jogi környezettel indokolták. A Kódex III. Digitális térben közzétett reklámra irányuló fejezetében részletesen foglalkoznak az influenszerrel történő reklámozással is; definiálják az influenszer és az influenszer-tartalom fogalmát, valamint meghatározzák a követendő magatartásformákat és eljárásokat a reklámozás tekintetében.⁸⁸⁹

⁸⁸⁶ www.elle.hu

⁸⁸⁷ Molnár, 2022.

⁸⁸⁸ MRSZ & ÖRT, 2023, p. 3.

⁸⁸⁹ MRSZ & ÖRT, 2023.

5. Összefoglalás

A fentiek alapján is megállapítható, a digitális és/vagy közösségi média platformokon végzett marketingtevékenység, az influencersmarketing egyre hangsúlyosabban jelenik meg a mindennapokban. Véleményünk szerint ez a jelenség egyben azt is mutatja, hogy az influencersmarketing és a paraszociális kapcsolatok fogyasztóvédelmi vonatkozásai összetett kihívásokat jelentenek, különösen az átláthatóság, a hitelesség és az etikus magatartás kérdéseiben. A szabályozások fejlődése és az önszabályozási kísérletek egyaránt arra törek-szenek, hogy a fogyasztók érdekei ne sérüljenek, miközben az influencers és a márkák együttműködései a piac dinamizmusát szolgálják. Az új jelenségek, mint a „deinfluencing”, a „kidfluencerek” és a virtuális szereplők, valamint a TikTok és más új platformok térnyerése új irányokat és lehetőségeket kínálnak az iparág számára, ugyanakkor új megközelítést kívánnak a fogyasztóvédelem szempontjából. Amellett, hogy az egyes médiafe-lületeket használó fogyasztók, köztük a gyermekek, a fiatalkorúak egyre többször lehetnek, vannak kitéve kéréten, nem jelzett, vagy akár konkrétan jelzett reklámoknak, a „kidfluencerként” tevékenykedő szereplők alapvető jogai is sérülhetnek. Az influencers hiteles-sége és a paraszociális kapcsolatok mélysége kulcsszerepet játszik a fogyasztói bizalom építésében, azonban a megfelelő reklámtudatosság nem minden fogyasztóra és szereplőre jellemző. A legtöbb helyen a jogalkotók is felismerték, hogy a jelenséget szabályozni kell, így a nemzetközi és a hazai jogalkotásban is megjelent a felelősség és a gyermekvédelem hangsúlyozása. Azonban nemcsak a jogalkotók észlelték a terület szabályozásának szüksé-gességét, hanem szakmai szervezetek, bizonyos social media platformok is, amelyek meg-próbálják az önszabályozás útját (is) választani; adott esetben, például a közösségi platfor-moknál, ez inkább a jogszabályok, előírások esetleges megsértése miatt következik be, míg egyes szakmai szervezetek olyan irányelveket fogalmaznak meg, amelyek etikus eljárás-módokat mutatnak be követendő példaként a marketinggel foglalkozó vállalkozások és vé-leményvezérek számára. A szakmai összefogás és az ezen dokumentumok mögötti kon-szenzus egyértelműen pozitívumnak tekinthető, azonban valószínűleg a szakmai közösség nem minden szereplője tekinti ezeket magára nézve kötelezőnek. Mindenképpen szüksé-gesnek látjuk a fogyasztók tudatosságának növelését, illetve edukációját ezen a területen is. Ehhez hozzájárulhatnak jövőbeni kutatások, amelyek például a paraszociális kapcsola-tok mélységét és hatását vizsgálják a vásárlói döntésekre, különösen a serdülők körében. Továbbá szükséges lehet a jogi szabályozások és az etikai kódexek hatékonyságának mé-rése, valamint az automatizált rendszerek, például a mesterséges intelligencia által támo-gatott tartalomellenőrzés hatásainak feltérképezése is.

6. Forrás- és irodalomjegyzék

- Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatá-sokról szóló irányelv).

- Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról.
- 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról.
- aimco. s.a. Australian Influencer Marketing Code of Conduct (<https://social-lawco.com.au/australian-influencer-marketing-code-of-practice/> – letöltés: 2023.07.18.).
- arb. 2021. Code of Advertising Practice (<https://www.arb.org.za/#codes> – letöltés: 2023.07.18.).
- elle.hu. 2019. Betiltja a „fogyasztó” termékek reklámozását az Instagram (<https://elle.hu/psziche/betiltja-a-fogyaszto-termekek-reklamozasat-az-instagram-5285> – letöltés: 2023.06.05.).
- google.com. A Google Ads irányelvei (https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?sjid=803410167028519958-EU&visit_id=638257131751129021-1231052548&rd=1&hl=hu – letöltés: 2023.07.22.).
- google.com. A reklámetikai kódexek listája (<https://support.google.com/adspolicy/answer/11108174?hl=hu&sjid=8034101067028519958-EU#> – letöltés: 2023.07.22.).
- GVH (2022). Tájékoztató az influencers marketingről (https://gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/Tajekoztato_az_influenszer_marketingrol.pdf&inline=true – letöltés: 2023.06.05.).
- GVH (2017). #GVH#Megfeleles#Velemenyvezer (https://www.gvh.hu/data/cms1037278/aktualis_hirek_gvh_megfeleles_velemenyvezer_2017_11_20.pdf – letöltés: 2023.06.05.).
- imtb. s.a. IMTB Code of Conduct (<https://imtb.org.uk/code/> – letöltés: 2023.07.18.).
- isba. 2021. Influencer Marketing Code of Conduct (<https://www.isba.org.uk/system/files/media/documents/2021-09/ISBA%20Influencer%20Marketing%20Code%20of%20Conduct%200921.pdf> – letöltés: 2023.07.18.).
- MRSZ & ÖRT (2023). Magyar Reklámetikai Kódex (<https://mrsz.hu/reklametika/magyar-reklametikai-kodex> – letöltés: 2023.07.23.).
- Your Europe (https://europa.eu/youreurope/index_hu.htm – letöltés: 2023.07.23.).
- Your Europe. Tisztességtelen kereskedelmi módszerek (https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-commercial-practices/index_hu.htm – letöltés: 2023.07.23.).
- Asquith, K. & M. Fraser, E. (2020). Licensed under the Creative Commons Attribution. Non-commercial No Derivatives (by-nc-nd). *International Journal of Communication*, 14, 5729-5749. (<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16123/3270>).
- Balkin, J. M. (2020). *How to Regulate (and Not Regulate) Social Media*. Knight First Amendment Institute at Columbia University (<https://knightcolumbia.org/content/how-to-regulate-and-not-regulate-social-media> – letöltés: 2023.06.05.). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3484114>

- Bentz, T. V. & Veltri, C. (2020). The Indirect Regulation of Influencer Advertising. *Food and Drug Law Journal*, 75(2), 185-194. (<https://www.jstor.org/stable/27007729>).
- Brown, D. & Hayes, N. (2008). *Influencer marketing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080557700>
- Chung, S. & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: implications for celebrity endorsement. *Psychology and Marketing*, 34(4), 481-495. <https://doi.org/10.1002/mar.21001>
- De Jans, S. Cauberghe, V. & Hudders, L. (2018). How an advertising disclosure alerts young adolescents to sponsored vlogs: The moderating role of a peer- based advertising literacy intervention through an informational vlog. *Journal of Advertising*, 47(4), 309-325. <https://doi.org/10.1080/00913367.2018.1539363>
- De Veirman, M., Cauberghe, V. & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(1), 798-828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>
- Evans, N. J., Phua, J., Lim, J. & Hyoyeun, J. (2017). Disclosing Instagram Influencer Advertising: The Effects of Disclosure Language on Advertising Recognition, Attitudes, and Behavioral Intent. *Journal of Interactive Advertising*, 17(2), 138-149. <http://dx.doi.org/10.1080/15252019.2017.1366885>
- Forrai-Molnár, F. (2023). Influenzermarketing és fogyasztóvédelem. In Rigó, Cs. B., Szoboszlai, I. & Csirszki, M. M. (szerk.). *A hazai fogyasztóvédelmi jog áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások*. (pp. 331-344). Budapest, GVH.
- Giles, D. C. (2010). Parasocial relationships. Characters in fictional worlds: Understanding imaginary beings in literature, film, and other media, 442-459. <https://doi.org/10.1515/9783110232424.4.442>
- Glucksman, M. (2017). The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink. *Elon Journal of undergraduate research in communications*, 8(2), 77-87.
- Hódi, B., Barkász, D. A. & Buvár, Á. (2022). „Mindegy, mit reklámoz; lényeg, hogy szeretem”: A paraszociális kapcsolat és az influenszer-márka kongruencia együttes hatása a szponzorált közösségi posztok hatékonyságára. *Marketing & Menedzsment*, 56(EMOK Különszám), 7-17. <https://doi.org/10.15170/MM.2022.56.KSZ.01.01>
- Horton, D. & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hwang, K. & Zhang, Q. (2018). Influence of parasocial relationship between digital celebrities and their followers on followers' purchase and electronic word-of-mouth intentions, and persuasion knowledge. *Comput. Hum. Behav.* 87(May), 155-173. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.029>
- Jacobson, J., Gruz, A. & Á. Angel, H-G. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101774. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.001>

- Kamins, M. A. (1990). An investigation into the „match-up” hypothesis in celebrity advertising: When beauty may be only skin deep. *Journal of Advertising*, 19(1), 4-13. <https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673175>
- Langner, S., Hennigs, N. & Wiedmann, K.-P. (2013). Social persuasion: targeting social identities through social influencers. *Journal of Consumer Marketing*, 30(1), 31-49. <https://doi.org/10.1108/07363761311290821>
- Leung, F.F., Gu, F.F. & Palmatier, R.W. (2022). Online influencer marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science* 50, 226-251. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00829-4>
- Lueck, J. A. (2015). Friend-zone with benefits: The parasocial advertising of Kim Kardashian. *Journal of Marketing Communications*, 21(2), 91-109. <https://doi.org/10.1080/13527266.2012.726235>
- Merdzanovic, A., Suvada, A. & Strässner, A-M. (2023). Content Marketing Studie 2023. Einsatz und Verbreitung des Content Marketing in der Schweiz. Eine Studie des Instituts für Marketing Management (<https://www.zhaw.ch/storage/sml/upload/ZHAW-SML-Content-Marketing-Studie-2023.pdf> – letöltés: 2023.06.05.).
- Molnár, B. (2022). Újít az Instagram: a szülők korlátozhatják gyermekeiket (<https://haszon.hu/megkeresni/fogyasztovedelem/instagram-korlatozas> – letöltés: 2023.06.05.).
- Närvänen, E., Kirvesmies, T. & Kahri, E. (2020). Parasocial relationships of Generation Z consumers with social media influencers. In S. Yesiloglu & J. Costello (szerk.), *Influencer Marketing*. (pp. 118-135). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429322501-10>
- Schouten, A. P., Janssen, L. & Verspaget, M. (2021). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. In *Leveraged Marketing Communications*. (pp. 208-231). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003155249-12>
- Singh, K. (2021). Influencer Marketing from a Consumer Perspective: How Attitude, Trust, and Word of Mouth Affect Buying Behavior. *European Integration Studies*, 1(15), 231-241. <https://doi.org/10.5755/j01.eis.1.15.28803>
- Sokolova, K. & Kefi, H. (2019). Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions. *J. Retail. Consum. Serv.* 53(January), 101742. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.011>
- Till, B. D. & Busler, M. (2000). The match-up hypothesis: Physical attractiveness, expertise, and the role of fit on brand attitude, purchase intent and brand beliefs. *Journal of advertising*, 29(3), 1-13. <https://doi.org/10.1080/00913367.2000.10673613>
- Vargas Portillo, P. (2020). Influencers' recommendations on the Internet: effects of codes of conduct. *UNIE Business Research*, 9(2), 129-139. <https://doi.org/10.48132/hdbr.299>
- Van Dam, S. & Van Reijmersdal, E. A. (2019). Insights in adolescents' advertising literacy, perceptions and responses regarding sponsored influencer videos and disclosures. *Cyberpsychology. Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(2), article 2. <http://dx.doi.org/10.5817/CP2019-2-2>

XIII. Fejezet. A szabadság ára. A fogyasztók büntetőjogi védelme

1. Bevezetés
2. Matriális jogellenesség és fogyasztóvédelem
 - 2.1. Franz von Liszt a szövethamisítási botrányról
 - 2.2. Matriális jogellenesség és fogyasztóvédelem
3. Fogyasztóvédelem a hazai büntetőjogban
 - 3.1. A „fogyasztóvédelmi büntetőjog” fogalma, kezdetei
 - 3.2. A fogyasztóvédelem büntetőjogi aspektusainak megjelenése és fejlődése a hazai szabályozásban
 - 3.2.1. A Csemegi-kódex
 - 3.2.2. Az 1961. évi V. törvény
 - 3.2.3. Az 1978. évi IV. törvénytől a hatályos magyar Büntető Törvénykönyvig
 - 3.2.4. A hatályos szabályozás újításai
4. A fogyasztóvédelmi büntetőjog jövője
5. Összefoglalás
6. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A fogyasztóvédelem kérdései már a 19. század végén foglalkoztatták a büntetőjog-tudományt, érdemes ezért felidéznünk a korabeli dogmatika kiemelkedő alakjainak napjainkban is érvényes megfontolásait. Ez a gondolati lépés azonban nem pusztán tiszteletünk jele, hanem egyúttal metodikai döntés is. A jogtörténet és a jogösszehasonlítás területe közötti különbségek ugyanis viszonylagosak, mivel a jogtörténeti vizsgálódás is „kötelezően” él az összehasonlítással, mindenekelőtt az idődimenzió mentén. Ezenfelül a jogösszehasonlítás tág fogalmába természetesen beletartozik az összehasonlító jogtörténet is. Alapvető differencia viszont a két diszciplína között, hogy míg a jogtörténeti kutatás a múltra irányul, a jogösszehasonlítás a jelenre és a jövőre tekint. Azonosság többek között az is, hogy mindkét tudomány céljai között szerepelnek jogkritikai és jogpolitikai szempontok, azonban a jogtörténetet inkább a „*vertikális jogösszehasonlítás*”, míg a modern jogrendszerek összevetése a „*horizontális jogösszehasonlítás*” címkével illethető.⁸⁹⁰ Ahogy azonban von Liszt utal rá a Reichstrafgesetzbuch felülvizsgálatának kodifikációs munkálataiban, a „*vertikális jogösszehasonlítás*”, vagyis a jogtörténeti vizsgálódás többet jelent, mint egy jogrend fejlődési fokozatainak deskriptív egymás mellé állítása.⁸⁹¹

⁸⁹⁰ Zweigert & Kötz, 1996, p. 13.

⁸⁹¹ Liszt, Tötung und Lebensgefährdung (§§ 211–217, 222 RStrGB), p. 5.

2. Materiális jogellenesség és fogyasztóvédelem

2.1. Franz von Liszt a szövethamisítási botrányról

Franz von Liszt, Jhering szellemi örököseként dogmatikai szempontból az elsők között veti fel a büntetőjogra vonatkoztatva a materiális és a formális jogellenesség megkülönböztetését. A bűncselekmény fogalmát elemezve rámutat, hogy a törvénypozitivistákán alapján felállított definíció, amely a *nullum crimen, nulla poena sine lege* elve alapján a bűncselekményt pusztán a törvény által tilalmazott magatartásban és annak büntetni rendeltségében keresi, nem ad magyarázatot arra a kérdésre, hogy mi a bűncselekmény lényege, és hogy azt miért sújtja a törvény büntetéssel.⁸⁹²

Legismertebb műve, a *Zweck im Recht* felidézi a korabeli Németország szövethamisítási botrányát, amikor lelkiismeretlen gyártók és a kereskedők a lenvászonba gyenge minőségű anyagokat keverték és a selejtes árut hamis megjelöléssel adták el. Ez a csalás-sorozat természetesen akár napjaink Magyarországon is megtörténhetne. Jhering a tényállás ismertetése után részletesen elemzi, hogy a jogsértő magatartás nyilvánvalóan civiljogi és közigazgatási következményeket is von maga után, azonban a jelenség felszámolásához már büntetőjogi intervencióra lenne szükség: a hamisítás büntetőjogi tilalmának bevezetésére.⁸⁹³

A büntetőtörvény célja, ahogy a más törvényeké is, a jheringi célelvű eszmerendszerben nem lehet más, mint a társadalom életfeltételeinek biztosítása. A büntetőjog célrendszerében nem, eszközeiben azonban karakterisztikusan eltér a többi jogágtól, ugyanis hivatását a büntetés által tölti be. A bűncselekmény fogalma alatt Jhering a társadalom életfeltételeinek olyan fokú veszélyeztetését érti, amit a jogalkotó már csak kriminális szankció kilátásba helyezésével küzdhet le. A veszélyeztetés súlyosságát a jogalkotó nem az egyes cselekmény konkrét, hanem az adott cselekményi kategória absztrakt veszélyességén méri. Minél értékesebb életfeltételekről van szó, annál súlyosabb lesz a büntetés. A jogalkotó azonban nem értékelheti egy adott jogsértő magatartás, illetve az elkövető veszélyességét: ez a büntetés kiszabását végző bíró, illetve a büntetés-végrehajtás feladata.⁸⁹⁴

Mindezek értelmében a fogyasztóvédelmi büntetőjog körében mindenekelőtt azt kell mérlegelnünk, hogy az ebbe a körbe eső cselekmények milyen fokú jogtárgysérelmet idéznek elő, szükségessé válik-e a kriminális szankcióval való fenyegetés.

2.2. Materiális jogellenesség és fogyasztóvédelem

A bűncselekmény-fogalom materiális megközelítése felveti a jogi tárgy közelebbi meghatározását is. A jogi tárgy fogalmának szükségessége, a jog tartalmi analízise a jheringi célelvűség egészéből következik: „*A norma és a kényszer pusztán formális mozzanatok, amelyek a jog tartalmáról semmit nem mondanak; általuk mindössze annyit tudunk meg, hogy a társadalom bizonyos dolgokat tagjaitól kikényszerít; ez a jog külsődleges formája, ami mindenütt egyformán képes arra, hogy a legkülönbözőbb tartalmakat magába foglalja. Csak a tartalom által tudhatjuk meg, milyen célt szolgál a jog a társadalom érdekében.*”⁸⁹⁵

⁸⁹² Jhering, 1877, p. 484.

⁸⁹³ Filó, 2011, pp. 249-257.

⁸⁹⁴ Baratta, 1970, p. 17.

⁸⁹⁵ Filó, 2011, p. 435.

A bűncselekménytárgy eszméje a 19. század közepe óta a dogmatika központi problémája. Birnbaum⁸⁹⁶ 1834-ben közölt tanulmányában jelenik meg először a gondolat – Feuerbach természetjoga és a felvilágosodás szellemi öröksége nyomán –, hogy a bűncselekmény lényege nem pusztán a jogi norma áthágásában, hanem a jog által oltalmazott, emberi érdekeket megtestesítő „javak” sérelmében vagy veszélyeztetésében rejlik.⁸⁹⁷ Korabeli büntetőjogunk gyorsan átvette a német elgondolást. Pauler az 1864-es keltezésű Büntetőjogtanban már arról ír, hogy „a büntett tárgyat közvetlenül a sértett jog, közvetve pedig annak alanya képezi”.⁸⁹⁸ Még világosabban fogalmaz tankönyvében Angyal, amikor a „büntetendő cselekmény tárgyát” a jogilag védett érdekekkel, a jogi értékkel vagy a jogi javakkal azonosítja.⁸⁹⁹ Az ígéretes kezdetek ellenére azonban az elmúlt jó másfél évszázad nem volt elegendő arra, hogy a tudomány kanonizált definíciót alkosson. Ennek okát mindenekelőtt abban kell keresnünk, hogy a jogi tárgy elválaszthatatlanul kötődik a bűncselekmény-elmélethez, ezért a különböző iskolák gyökeresen eltérő meghatározásokat vezettek be. Az is nyilvánvaló, hogy a büntetőjog rendkívül sokszínű életvilágot véd, ami szinte lehetetlenné teszi egy átfogó kategória kidolgozását. Stratenwerth⁹⁰⁰ szkeptikus megjegyzése a kör négyesződéséről találóan fejezi ki a felmerülő metodikai nehézségeket.

Jhering a jogi tárgynak elsősorban a bűncselekmények klasszifikációjánál szentel helyet. Felismeri a jogi tárgy objektív és szubjektív momentumát, továbbá azt, hogy a bűncselekmény valójában nem a jogi tárgy ellen, hanem a célszubjektum (*Zwecksubjekt*) ellen irányul, aki a tárgy feletti rendelkezésre jogosult. Az egyes deliktumokat annak alapján osztályozza, hogy azok mely célszubjektum érdekét védik. Így különbözteti meg az individuum, az állam, valamint a társadalom elleni bűncselekményeket. Ez utóbbira hozza példaként a magzatelhajtást, amelynek célszubjektuma nem a magzat – amit Jhering a római jogra hivatkozva az anyatest részeként tekint –, hanem maga a társadalom, amelynek az elkövető a méhmagzat elpusztítása által az egyik alapvető életfeltételét, a népesedést veszélyezteti.⁹⁰¹ Látható, hogy a büntetőjogi védelem tárgyát naturalisztikusan a közösség létfeltételeivel azonosítja, és ezzel inkább a jogi tárgy szociális-kollektivistá felfogásához lép közelebb a liberális tanoktól. Ezzel a büntetőjog szociáletikai dimenzióját teremti meg, amely közvetlenül is megjelenik a marburgi programban.

Mindezek értelmében a fogyasztóvédelmi büntetőjog körében mindenekelőtt azt kell mérlegelnünk, hogy az ebbe a körbe eső cselekmények milyen fokú jogtárgysérelmet idéznek elő, szükségessé válik-e az együttélés alapvető feltételeinek védelmére a kriminális szankcióval való fenyegetés. Mint látni fogjuk, a hazai büntetőjog erre a kérdésre korszerűként eltérő választ adott. Be kell látni ugyanis, hogy a bűnözés és a bűncselekmény nem absztrakt, életidegen kategóriák, hanem az élet sokszínű jelenségei, amelyeket nem lehet pusztán a logika eszközeivel megragadni és nem szakíthatók ki abból a kultúrtörténeti kontextusból, amelyben létrejöttek.

⁸⁹⁶ Sina, 1962, p. 19.

⁸⁹⁷ Wiener, 1972, pp. 56-64 (kiváló áttekintést nyújt a jogi tárgy tudománytörténetéről).

⁸⁹⁸ Pauler, 1864, p. 72.

⁸⁹⁹ Angyal, 1933, p. 80.

⁹⁰⁰ Stratenwerth, 1998, p. 377.

⁹⁰¹ Jhering, 1877, p. 503.

3. Fogyasztóvédelem a hazai büntetőjogban

A fogyasztóvédelem kiemelt helyet foglal el a mindennapjainkban, tekintettel arra, hogy tulajdonképpen mindenki fogyasztó. Fogyasztóként gyakran kerülhetünk kiszolgáltatott helyzetbe a *de facto* erősebb, előnyösebb pozícióval bíró vállalkozásokkal szemben. A fogyasztó-vállalkozó közötti sajátos kapcsolat – szem előtt tartva az igazságosság és méltányosság alapelvét – megköveteli, hogy a jog megfelelő garanciális védelmet nyújtson a gyengébb, kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztó számára annak érdekében, hogy a vállalkozás ne élhessen vissza a fogyasztó kárára a pozíciójával.⁹⁰²

Amikor a fogyasztóvédelemről beszélünk, sokan a Polgári Törvénykönyv vonatkozó rendelkezéseire asszociálnak. A jogterület kialakulása szoros kapcsolatban áll a gazdasági viszonyokkal, hiszen a piaci körülmények között könnyen felborulhat a szereplők közötti egyensúly, amelynek szinte mindig a fogyasztók látják a kárát. Napjainkban a jogirodalom az információs aszimmetria, a fogyasztók meggondolatlansága, vagy a vállalkozói oldal túlzottan domináns volta okán látja indokoltnak a fogyasztók állami védelmét.⁹⁰³

Felmerül azonban a kérdés, hogy valamennyi fogyasztóvédelmi jogsérelem orvosolható-e kizárólag a polgári jog eszközeivel? Létezhet-e egyáltalán „fogyasztóvédelmi büntetőjog”, különös tekintettel a jogág *ultima ratio* jellegére? A jogtudományban általánosan elfogadott nézet, hogy a büntetőjog csak végső eszköz, *ultima ratio* lehet a társadalmi magatartásirányítás rendszerében. Rendkívül nehéz azonban egy olyan objektív kritérium-rendszert kialakítani, amelynek segítségével meg lehet határozni, hogy adott esetekben tényleg szükséges-e a büntetőjogi fellépés. Különösen jelentős lehet ez a kérdéskör a fogyasztóvédelem területén, amelyet napjainkra rendkívül széles polgári jogi, illetve közigazgatási jogi instrumentárium szabályoz.⁹⁰⁴

3.1. A „fogyasztóvédelmi büntetőjog” fogalma, a fogyasztóvédelem kezdetei

Ahhoz, hogy fogyasztóvédelmi büntetőjogról beszéljünk, mindenképpen szükséges a „fogyasztóvédelem” fogalmának a tisztázása. A fogyasztóvédelem általánosságban a kereskedők visszaélései okán kialakult küzdelmet foglalja magában, és mint ilyen, egyidős az árucseré kialakulásával, hiszen tisztességtelen kereskedelem – a mint az bemutatásra került – már az első írásos emlékek óta ismert volt az egyes társadalmakban. Ami a büntetőjogot illeti, ezen jogterület feladata e tekintetben elsődlegesen az, hogy a gazdasági élet legsúlyosabb jogsértéseit a maga eszközeivel szankcionálja. A „fogyasztóvédelmi büntetőjog” tehát akként definiálható, mint a gazdasági életben a fogyasztók sérelmére elkövetett legsúlyosabb jogsértésekkel szembeni büntetőjogi fellépés.⁹⁰⁵ Maga a „fogyasztóvédelmi büntetőjog” kifejezés ugyan nem terjedt el sem a jogirodalomban, sem a közbeszédben, azonban Magyarországon már a Csemegi-kódex is ismerte a fogyasztók sérelmére megvalósítható delictumokat.

⁹⁰² Hámori, 2021, pp. 68-69.

⁹⁰³ Bencsik, 2015, p. 135.

⁹⁰⁴ Nagy, 2016, pp. 597-598.

⁹⁰⁵ Karsai, 2011, p. 2.

Ami a fogyasztóvédelmet illeti, a szabályozás története egészen az ókorig nyúlik vissza. Már az akkori gazdasági, társadalmi érdekek is megkövetelték, hogy a termelő, illetve a kereskedő megfelelő minőségű árukat bocsásson forgalomba. Hasonlóképpen fontos volt, hogy az adott szakmában, mesterségben jártas személy a megrendelő kívánságainak megfelelő szolgáltatást tudjon nyújtani. Bár néhány ókori törvénykönyvben fellelhetők erre vonatkozó utalások, még nem beszélhettünk rendszerszintű jogi szabályozásról, inkább a szokásjognak megfeleltethető struktúráról volt szó. A középkori Európában már hangsúlyosabban megfigyelhető, hogy a vásárlók, megrendelők védelme érdekében különféle piaci rendtartásokban, céhszabályzatokban, vagy vám- és árrendeletekben törekedtek „fogyasztóvédelmi” rendelkezéseket megfogalmazni.⁹⁰⁶

A későbbiekben megjelent a „piaci bíróságok” intézménye, ami a piaci és vásári konfliktusok mindkét fél által elfogadható, gyors és hatékony kezelését szolgálták. Ezen bíróságok kezdetben szokásjog alapján hoztak ítéleteket, majd közjogi szankciókat alkalmaztak a céh- és ipartestületi szabályok alapján.⁹⁰⁷

A 18. században terjedt el a *laissez-faire* elve a kereskedelmi gyakorlatban. Ezen elv a szerződési szabadságot, a szerződő felek közötti szerződések tartalmának szabad meghatározását, a felek szabad akaratának a kereskedelmi életben történő érvényesülését foglalta magában. Az eladó és a vevő formális egyenlősége azonban sokáig gátat szabott a fogyasztóvédelem fejlődésének, egészen a nagy gazdasági világválságig, amikor a *laissez-faire* elv teljes elutasítása mellett előtérbe került a keynesi gondolkodásmód, amely teljesen új gazdaságpolitikai szemléletet hordozott magában az állam szerepvállalása tekintetében; az „éjeliőr” ideája helyett az aktívabb szerepet vállaló állam képe rajzolódott ki.⁹⁰⁸

3.2. A fogyasztóvédelem büntetőjogi aspektusainak megjelenése és fejlődése a hazai szabályozásban

3.2.1. A Csemegi-kódex

Egészen a 19. századig jellemző volt, hogy az egyén által támasztott individuális kereslet határozta meg a kínálatot. Az egyes termékek egyedi előállítási folyamat eredményeként jöttek létre a fogyasztók által támasztott keresletnek megfelelően. A szabad verseny érdekében az állam nem avatkozott be a fogyasztók, illetve a vállalkozások közötti vitákba, az állami feladatkör pusztán a kedvező gazdasági helyzet biztosítására korlátozódott. Ebből következik, hogy a gazdaság egyensúlyának kialakításában elsősorban a fogyasztói döntések játszottak kiemelkedő szerepet.⁹⁰⁹ A diszpozitivitás elvére épülő szerződések joga összhangban volt a szabad verseny elvével, hiszen a szerződések joga biztosította a felek szabad akaratának megfelelően a szerződési szabadság érvényesülését. A jogalkotó abból a téziséből indult ki, hogy a felek szabad akaratát és érdekegyensúlyát kifejező, az egyes individuális szerződések megkötéséhez vezető alku alkalmas arra, hogy a szerződési igazságosságot megteremtse, így nem szükséges külön beavatkozás a magánszférába.⁹¹⁰

⁹⁰⁶ Szűcs, 2020.

⁹⁰⁷ Zoványi, 2011, p. 71.

⁹⁰⁸ Szendrő, 2020, p. 36.

⁹⁰⁹ Fekete, 2009, pp. 384-385.

⁹¹⁰ Varga, 2013, p. 139.

Noha a 18-19. században a *laissez-faire elv* általános érvénye miatt a fogyasztóvédelem nem mutatott jelentős fejlődést, a 19. század második felében már megjelentek a fogyasztók érdekeinek védelmét célzó rendelkezések a büntetőjogban is. Az 1878. évi V. törvénycikk – a Csemegi-kódex – 314-315. §-ai tartalmaztak a fogyasztók védelmére szolgáló rendelkezéseket, amelyek a *Közegészség elleni büntettek és vétségek* című fejezetben találhatók, és elsősorban olyan szétosztásra, vagy elárúsításra rendelt termékekhez nyújtottak büntetőjogi védelmet, amelyek közfogyasztás tárgyát képezték.

Látható, hogy a Csemegi-kódex elsődlegesen az élelmiszer tekintetében ismert fogyasztóvédelmi jellegű rendelkezéseket, amelyek ugyan vázlatosnak tekinthetők, de céljuk szerint már kifejezetten a kiszolgáltatottabb helyzetben lévő vásárlók részére nyújtanak büntetőjogi védelmet.

3.2.2. Az 1961. évi V. törvény

A 20. században a fogyasztói társadalom kiteljesedett, amelynek okán nagyobb hangsúly került a fogyasztók széles körét hátrányosan érintő gyakorlatokkal szembeni fellépésekre. A fogyasztóvédelmi szabályozás középpontjába egyre inkább a piaci kudarcok – mint például a fogyasztók és vállalkozók közötti tudáskülönbség – kerültek, kiszélesítve ezzel a fogyasztóvédelem fogalmát.⁹¹¹

A modern értelemben vett fogyasztóvédelem csak az 1960-70-es években alakult ki. Ezen időszakban a fogyasztó vált a jogalkotás központi alakjává, és ekkor terjedt el az szemlélet is, amely a fogyasztót „gyengébb félként” tekintette, akinek szükséges megfelelő védelmet biztosítani.⁹¹²

Talán a fentiek hatására is, de a büntetőjog területén is a korábbiakhoz képest számos új elem jelent meg a Magyar Népköztársaság Büntető Törvénykönyvéről szóló 1961. évi V. törvényben, amely a fogyasztóvédelmi büntetőjog következő állomásának tekinthető. Megjegyzendő, hogy az 1952-ben, majd 1958-ban kiadott BHÖ-ben (Hatályos Anyagi Büntetőjogi Szabályok Hivatalos Összeállítása),⁹¹³ valamint a későbbi szabályokban elhelyezett *árrágítás és közellátás elleni bűncselekmények* nem annyira tekintendők fogyasztóvédelmi tartalommal bíró tényállásoknak.⁹¹⁴

Az 1961. évi V. törvény 238. §-a értelmében árrágítást az követett el, aki áruért a hatósági árnál vagy a reá nézve egyébként kötelezően megállapított árnál magasabb árat követel, köt ki vagy fogadott el, vagy hatósági ár hiányában az áru árát úgy vagy olyan mértékben állapította meg, illetve tartotta fenn, hogy az tisztességtelen módon elért vagy az indokolt hasznot meghaladó nyereséget foglalt magában. A közellátási bűncselekmény a 240. § szerint akkor valósult meg, ha az elkövető a közellátás érdekeinek sérelmével terméknek vagy terménynek rendelkezése alatt álló készletét jogszabály tilalma ellenére vagy a rendes gazdálkodás szabályainak a megsértésével megsemmisítette, használhatatlanná tette, elrejtette, eltitkolta, vagy felhasználta, ha terméket vagy terményt szükségletéhez ké-

⁹¹¹ Balogh, 2023, pp. 67-68.

⁹¹² Zoványi, 2011, pp. 71-72.

⁹¹³ Tóth, 2014, p. 442.

⁹¹⁴ Balla, 2019, p. 33.

pest túlzott mértékben szerzett be, és ezzel annak beszerzését mások részére megnehezítette, vagy ha termék vagy termés beszerzésére, forgalomba hozatalára vagy szállítására vonatkozó jogosítványt megtevéstől magatartással szerzett meg vagy azzal üzérkedett. Meglátásunk szerint ezen bűncselekmények szabályozásából kiolvasható, hogy esetükben a védett jogi tárgyat nem annyira a fogyasztók védelme, hanem inkább az állami, hatósági szabályok betartásának, az állami szervekkel történő kereskedelem zavartalan működésének biztosítása képezte.

Az 1961. évi V. törvény 196. §-a szabályozta az ártalmas közfogyasztási cikkel elkövetett bűncselekmény tényállását. Ahogy azt a törvényhez tartozó miniszteri indoklás is tartalmazza, ezen bűncselekmény veszélyeztetési jellegű volt, és kibővítette az eddig kizárólag az élelmi cikkekről szóló releváns tényállások elkövetési tárgyát, pontosítva azt „közfogyasztásra rendelt cikk”-ként. Az ártalmasság vonatkozásában a bírói gyakorlatból is egyértelműen kitűnik, hogy csak olyan ártalmas közfogyasztási cikk tekinthető elkövetési tárgynak e tényállás vonatkozásában, amelyikben az ártalmasság a cikknek nem rendes, megszokott tulajdonsága, hanem abban e tulajdonság előfordulása rendellenes jelenség.⁹¹⁵

A törvénynek a *Népgazdaság elleni bűntettekről* szóló XIII. fejezetében szerepelnek olyan tényállások, amelyek tovább bővítették a fogyasztóvédelmi büntetőjog dogmatikájának körét.

Új tényállásként jelent meg a „rossz minőségű ipari termék forgalomba hozatala” (230-232. §§), amely részletes, új szabályokat foglalt magában. Ezen bűncselekmény vonatkozásában vitathatatlan, hogy a tényállása több fogyasztóvédelmi elemet is tartalmazott, azonban a vonatkozó miniszteri indoklás szerint a szabályozás célja elsősorban nem a fogyasztók védelme, hanem az ipari termékek megfelelő minőségének és az ipari termelés biztonságának szavatolása volt.⁹¹⁶ Ezen tényálláshoz kapcsolódott a törvény 233. §-ában foglalt „minőség hamis tanúsítása”, amely akkor valósult meg, ha valaki minőségi bizonyítványban vagy minőséget igazoló más okiratban termék vagy termés minőségéről valótlán adatot tanúsított, valamint a szubszidiárius jellegű, 234. §-ban foglalt „hamis jelzéssel ellátott termék (termény) forgalomba hozatala”, amelyet az követett el, aki terméket vagy terményt olyan minőségi jellel, szabványjellel vagy más jelzéssel ellátva hozott forgalomba, amelynek az nem felelt meg, vagy nem a valódi, hanem más előállító megjelölésével ellátva hozta forgalomba, illetve a forgalomba hozatal iránt intézkedett. Tekintettel egyrészt a miniszteri indoklásban foglaltakra, másrészt arra, hogy ezen bűncselekmények a törvény népgazdaság elleni bűncselekmények című, XIII. fejezetében foglaltak helyet, kijelenthető, hogy a fogyasztóvédelmi aspektusok ellenére a rendelkezések célja valóban nem a fogyasztók védelmére, hanem a gazdaság hatékony, biztonságos működésének az elősegítésére irányult.

3.2.3. Az 1978. évi IV. törvénytől a hatályos magyar Büntető Törvénykönyvig

Az 1970-es évek második felében újabb szemléletváltás következett be Magyarországon: 1977-ben a polgári jogi szabályozásban új intézmény látott napvilágot: a közérdekű kereset. 1978-ban szabályozásra került továbbá a fogyasztók tájékoztatáshoz való joga, és ekkor

⁹¹⁵ Balla, 2019, p. 34.

⁹¹⁶ Balla, 2019, p. 35.

nyilvánították külön jogszabályban is tilossá a fogyasztók megtévesztését eredményező magatartásokat is. Ekkortájt a vonatkozó szabályok célja nem csupán a fogyasztók, hanem a minőség védelmének elősegítésére is irányult.⁹¹⁷

A fentieknek megfelelően a Büntető Törvénykönyvről szóló 1978. évi IV. törvény is több, a fogyasztókra vonatkozó dogmatikai változáson esett át. A törvény a XVII. fejezetében, a gazdasági bűncselekmények körében tárgyalta a korábbiakban említett bűncselekményeket, törekedve arra, hogy azok törvényi tényállása a kor szellemiségéhez igazodjon. Ennek megfelelően a rossz minőségű termék forgalomba hozatala (292-294. §§), a minőség hamis tanúsítása (295. §), valamint – a 2012. január 1-jén hatályba lépett módosítást követően – az áru hamis megjelölése (296. §) dogmatikájában is egyre erősebben kristályosodott ki a fogyasztók védelmének jogi tárgya. A rossz minőségű termék forgalomba hozatalát az 1978. évi IV. törvény 292. §-a értelmében nem csupán az követte el, aki rossz minőségű terméket jó minőségű termékként értékesített, használatba adott, vagy forgalomba hozott; a büntett elkövetéséhez elég volt az ezek iránti intézkedés is. Ezen bűncselekménynek mind az előkészületi stádiumát, mind a gondatlan alakzatát is büntetni rendelte a törvény.

A vonatkozó bírói gyakorlat szerint rossz minőségű termék forgalomba hozatala büntetést követte el például a gazdálkodó szervezetnek a vezető tisztségviselője, aki a rossz minőségű terméket jó minőségűként értékesíti; a rossz minőségű termék forgalomba hozatala lehetővé tételének a büntetett olyan személy követheti el, aki a termék minőségének a megállapítására vonatkozó szabályokat szegi meg.⁹¹⁸

Ami a minőség hamis tanúsítását illeti, az 1978. évi IV. törvény 295. §-a e körben azt a cselekményt rendelte büntetni – gondatlan elkövetés esetén is –, amely a minőséget tanúsító okiratban jelentős mennyiségű vagy értékű áru minőségére vonatkozó hamis adat tanúsítását valósította meg.

A 296. §-ban szabályozott áru hamis megjelölése bűncselekmény lényegében azt a magatartást foglalta magában, ha valaki árut a versenytárs hozzájárulása nélkül olyan módon állít elő, amelynek következtében az áru a versenytárs árujával a fogyasztók számára összetéveszthető. A törvény e tekintetben büntetni rendelte a forgalomba hozatal céljából történő megszerzést, illetve magát a forgalomba hozatalt is.

A bírói jogértelmezés alapján az áru hamis megjelölése bűncselekmény elkövetési tárgya az utáncat, a hamisítvány, vagyis az az áru, amelyet a versenytárs ugyanilyen rendeltetésű árujának jellegzetes tulajdonságaival ruháztak fel.⁹¹⁹ Ennek megfelelően nem iparjogvédelmi jogok megsértésének vétsége, hanem áru hamis megjelölésének büntette valósul meg, ha a terhelt kereskedelmi forgalom keretében, továbbadás céljából, más eladótól beszerzett, hamis márkajelzéssel ellátott termékeket tart és forgalmaz az üzletében.⁹²⁰

A rendszerváltozás után megnyílt a piac Magyarország és a Nyugat között, amelynek következtében a fogyasztók kiszolgáltatottsága csak fokozódott. A társadalmi változások, valamint az egyre nagyobb anyagi, illetve a fogyasztási szokásokban megmutatkozó különbségek az egyes társadalmi rétegek között jelentősen erősítették a különböző gazdasági

⁹¹⁷ Zoványi, 2011, p. 73.

⁹¹⁸ BH 1996.8.410.

⁹¹⁹ BH 2008.12.326.

⁹²⁰ BH 2007.12.398.

hatásokat. Ezen körülmények természetesen a fogyasztóvédelmi büntetőjog fejlődésére is kihatással voltak.⁹²¹ Ezen időszakban különösen megnőtt a jelentősége a pénzügyi fogyasztóvédelemnek, hiszen a rendszerváltást követően rendkívüli ütemben bővült a pénzügyi termékek piaca, egyre súlyosabb problémát jelentett a fogyasztók nem megfelelő tájékoztatása, a fogyasztók felelőtlen magatartása, illetve a bonyolult pénzügyi konstrukciók kialakulása, amelyek okán a fogyasztók kiszolgáltatottsága csak tovább erősödött.⁹²²

Az 1994. évi IX. törvénnyel új tényállás jelent meg az 1978. évi IV. törvény szabályai között a fogyasztók védelmére vonatkozóan, amely a *fogyasztók megtévesztése* címet viselte.⁹²³ A 296/A. § értelmében a fogyasztók megtévesztése bűncselekményt az követte el, aki az áru kelendőségének felkeltése érdekében nagy nyilvánosság előtt az áru lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, illetve az áru lényeges tulajdonságáról megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott. A törvény magyarázatot adott arra a kérdésre is, hogy tulajdonképpen mi is számít olyan „lényeges tulajdonságnak”, amely kapcsán ezen bűncselekmény elkövethető; ilyennek minősül az áru összetétele, használhatósága, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint a kezelése, eredete, az, hogy megfelel-e a jogszabályi előírásoknak, a nemzeti szabványnak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, az, ha az áru felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli, valamint az áru vásárlásához ígért nyeresi lehetőség vagy más előnyös következmény is.

A fogyasztóvédelmi büntetőjogi rendelkezések körét bővítette az ún. „Versenyt korlátozó megállapodás közbeszerzési és koncessziós eljárásban” című tényállás, amelyet a 2005. évi XCI. törvény 14. §-a 2005. szeptember 1-jei hatálybalépéssel emelt be az 1978. évi IV. törvénybe, majd a 2009. évi LXXX. törvény és a 2011. évi CLXXV. törvény módosított.⁹²⁴ A törvény 296/B. §-a értelmében ezen bűncselekményt az követte el, aki a közbeszerzési eljárás, illetve a koncesszióköteles tevékenységre vonatkozóan kiírt nyílt vagy zártkörű pályázat eredményének befolyásolása érdekében az árak (díjak), illetőleg egyéb szerződési feltételek rögzítésére, illetve a piac felosztására irányuló megállapodást kötött, vagy más összehangolt magatartást tanúsított, és ezzel a versenyt korlátozta. Büntetendő volt az is, aki a fenti cél elérése érdekében a vállalkozások egyesülete, a köztestület, az egyesülés és más hasonló szervezet olyan döntésének a meghozatalában vesz részt, amely a versenyt korlátozza. Ezen bűncselekmény törvényi szabályozásában megjelent egy, a napjainkban is több bűncselekménynél megtalálható büntethetőségi akadály: nem volt büntethető az elkövető, ha cselekményét, mielőtt az a hatóságok tudomására jutott volna, a hatóságoknak bejelentette, és az elkövetés körülményeit feltárta. Hatóság alatt a verseny- vagy pénzügyi felügyeletet ellátó szerveket és a közbeszerzésekkel kapcsolatos jogorvoslati eljárást lefolytató szervet is érteni kellett.

Nem hagyható figyelmen kívül az a körülmény, hogy az 1978. évi IV. törvény 279. §-a változatlanul tartalmazta az ártalmas közfogyasztási cikkel való visszaélés tényállását.

⁹²¹ Zoványi, 2011, pp. 73-74.

⁹²² Csák & Nagy, 2021, p. 226.

⁹²³ Balla, 2019, p. 37.

⁹²⁴ Balla, 2019, p. 37.

Külön említést érdemel az Európai Közösségek és Magyarország között 1991. december 16-án megkötött Európai Megállapodás, amely rögzítette, hogy „*Magyarországnak a Közösségbe történő integrációja egyik alapvető előfeltétele az, hogy az ország jelenlegi és jövőbeni szabályait közelítsék a Közösség jogszabályaihoz. Magyarország biztosítja, hogy amennyire lehetséges, jövőbeni jogszabályai a Közösség jogszabályaival összeegyeztethetőek lesznek.*”⁹²⁵ Az Európai Unió felé tett integrációs törekvések hatására megkezdődött a fogyasztóvédelmi jogszabályok korszerűsítése, majd az Európai Unióhoz való 2004-es csatlakozást követően kikristályosodott, hogy Magyarország fogyasztóvédelmi jogalkotása alapvetően két pilléren nyugodott: egyrészt a jogharmonizációs kötelezettségen, másrészt pedig a nemzeti fogyasztóvédelmi politika gazdasági, társadalmi és politikai környezeti változásán, igényein.

Az 1978. évi IV. törvény és a jelenleg hatályos Btk. közötti időben láthatóan egyre több, és egyre részletesebb szabályozások kerültek a büntetőjogi dogmatikába. Az utóbbi azonban új alapokra helyezte a fogyasztóvédelmi büntetőjogot, és lényeges változásokat hozott a fogyasztók érdekeit sértő bűncselekmények megítélésének tekintetében.⁹²⁶

3.2.4. A hatályos szabályozás újításai

Az eddigiek jól tükrözik, hogy a fogyasztóvédelmi büntetőjog a magyar szabályozásban a Csemegi-kódextől kezdve jelentős változásokon ment keresztül az egyes gazdasági, társadalmi, politikai változások hatására.

A 21. század gazdasági és technológiai környezete mind a jogalkotást, mind a jogalkalmazást komoly kihívások elé állítja, hiszen a modern, rendkívül gyorsan változó információs társadalomban a fogyasztók védelmének biztosítása, a vállalkozások biztonságos piaci mozgásterének kialakítása és fenntartása egyáltalán nem könnyű feladat.⁹²⁷

A jelenleg hatályos Btk. újítása, hogy a kifejezetten fogyasztóvédelmi aspektusú törvényi tényállások kikerültek a gazdasági bűncselekmények fejezetéből, és egy új fejezetben, a „fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények” című XLII. fejezetben foglalnak helyet.

A Btk. indoklása rámutat, azáltal, hogy a fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekmények külön fejezetben kerültek szabályozásra, a jogalkotó a korábbiaknál jóval nagyobb hangsúlyt kívánt helyezni ezen jogtárgyak védelmére. Ennek ellenére megfigyelhető, hogy az egyes tényállási elemekből kikristályosodó fogyasztói érdekek alapvetően heterogén jogi tárgyakat jelenítenek meg, amelyek között több, más fejezetek által oltalmazott értékeket is találunk, mint például az élet, testi épség, környezet. Ebből kifolyólag jogosan merülhet fel a kérdés, hogy egyáltalán létezik-e önálló fogyasztóvédelmi büntetőjog? A témakör legjelesebb hazai kutatója, Karsai Krisztina erre a kérdésre a következő választ adja: „*A fogyasztóvédelmi büntetőjog kategóriája tehát ezen tárgyú jogsértésekre adott büntetőjogi fellépés megnevezése. A kifejezés tetszetősnek tűnik, s bár eddig nem jelent még meg a hazai szakirodalomban, de érdemes és érdekes is lehet*

⁹²⁵ A Magyar Köztársaság és az Európai Közösségek és azok tagállamai közötti társulás létesítéséről szóló, Brüsszelben, 1991. december 16-án aláírt Európai Megállapodás, 67. Cikk.

⁹²⁶ Fazekas, 2016, pp. 30, 32.

⁹²⁷ Gellén, 2019, p. 7.

kísérletképpen alkalmazni. Érdemi kifogás ellene az, hogy önálló »formai« létezését nem feltételezhetjük, hiszen az anyagi büntetőjog a mai viszonyaink között egységes szemléletű, jogforrása lényegében a Btk., amely nem a büntetőjog különböző »ágai«, hanem csupán egyes tényállások között különböztet. Ettől függetlenül az ilyen megnevezésnek, hasonlóan a közlekedési büntetőjog, környezetvédelmi büntetőjog, kábítószer-büntetőjog kifejezésekhez, létjogosultsága van a jogtárgy(ak) hasonlósága vagy épp azonossága alapján, ugyanis ez a tényező a több, az adott »szakbüntetőjogba« sorolt bűncselekmények egymás közötti viszonyát és a Btk. erre vonatkozó dogmatikai koherenciáját is magával hordozza. Ebből következően alkalmazható – tartalmilag – helyálló csoportkategóriaként.”⁹²⁸ Ezen gondolatokra, valamint a büntetőjog *ultima ratio* jellegére – amellyel a 334/B/2004. AB határozatban az Alkotmánybíróság is részletesen foglalkozott – figyelemmel kétségesnek tekinthető, hogy valóban a büntetőjog-e a legalkalmasabb a fogyasztók jogainak, érdekeinek érvényesítésére, különös tekintettel azokra az esetekre, amelyeknél más tényállás már megfelelő mértékben tiltja a társadalmilag káros magatartást.⁹²⁹

A rossz minőségű termék forgalomba hozatala tényállását az új Büntető Törvénykönyv korszerűsítette, illetve az elkövetési magatartások köréből kikerült a termék minőségének megállapítására vonatkozó szabály megszegésével történő elkövetés, tekintettel arra, hogy ez a megfelelés hamis tanúsítása körében értékelhető. Nem került átvételre a „használatba ad”, „feldolgozásra értékesít”, vagy „ezek iránt intézkedik” fordulatok, amellyel a jogalkotó hangsúlyozni kívánta, hogy a „forgalomba hozatalon” nem csupán a fogyasztás célját szolgáló termék értékesítését kell érteni, hanem e körbe tartozik a használatba adás, vagy a termelés folyamatában továbbfeldolgozásra kerülő termék értékesítése is. Azzal pedig, hogy a törvény az előkészületet is büntetni rendeli, biztosítva lett a forgalomba hozatalt megelőző magatartások büntethetősége is. A 2012. évi szabályozás továbbá új büntethetőséget megszüntető okot állapított meg a rossz minőségű termék forgalomba hozatala kapcsán; abban az esetben, ha az elkövető – mielőtt tudomást szerez a termék rossz minőségéről – mindent megtesz azért, hogy a rossz minőségű termék a birtokába visszajusson, akkor a büntethetőségi akadály vele szemben megállapítható.

A megfelelés hamis tanúsítása a korábbi Büntető Törvénykönyv „Minőség hamis tanúsítása” elnevezésű bűncselekményét váltotta fel a termékek piacfelügyeletéről szóló 2012. évi LXXXVIII. törvény fogalomhasználatára figyelemmel.

Az 1978. évi Kódexhez képest a fogyasztók megtévesztése bűncselekmény tényállása jelentős változásokon esett át. Új alapesetként került szabályozásra – a korábbi szabályozás megőrzése mellett – azon elkövetési magatartás, amellyel az elkövető szervezett termékbevitelen különleges árkedvezmény vagy árelőny meglétéről, vagy nyerési esélyről megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad. Szintén újdonságként a jelenleg hatályos Büntető Törvénykönyv beemelte a minősített esetek körébe azt a körülményt, ha valaki az áru olyan lényeges tulajdonsága tekintetében ad valótlan tartalmú tájékoztatást, amely az áru egészségre, környezetre gyakorolt hatására, veszélyességére, kockázataira, vagy azok biztonságosságára vonatkozik.⁹³⁰

⁹²⁸ Karsai, 2008-2011.

⁹²⁹ Filó, 2016, p. 166-168.

⁹³⁰ Békés, 2017, pp. 249-250.

Ami az *üzleti titok megsértését* illeti, kiindulva azon tényből, hogy az „üzleti titok” egy polgári jogi alapokon nyugvó fogalom, okkal merülhet fel a kérdés, hogy egy üzleti titok megsértéséből eredő igényünkkel milyen esetekben léphetünk fel a büntetőjog *ultima ratio* eszközeivel. A büntetőjogi és a polgári jogi jogsértés között a különbséget a bűncselekményi tényállásban szereplő vagylagos többletelem képezi: az elkövető vagy jogtalan előny-szerzés végett, vagy másnak vagyoni hátrányt okozva valósítja meg az üzleti titok megsértése törvényi tényállását. Az első esetben az előny magában foglal bármilyen – legyen szó vagyoni, vagy személyes jellegű – kedvező változást. A második eset fogalmi eleme a vagyoni hátrány bekövetkezése, amelyből kifolyólag a tényállás második fordulata egy materiális bűncselekmény körvonalaz.⁹³¹

A *versenytárs utánzása* bűncselekmény az 1978. évi Kódexben meghatározott áru hamis megjelölése elnevezésű bűncselekményt – a büntetési tételeket csökkentve – váltotta fel. Amellett, hogy a jelenleg hatályos szabályozás a korábbi áttemelte, az iparjogvédelmi jogok megsértése és az áru hamis megjelölése közötti elhatárolási jogviták megoldásaként a versenytárs utánzása elnevezésű bűncselekmény a 2012. évi Büntető Törvénykönyvben már szubszidiárius bűncselekményként szerepel, vagyis annak elkövetése csak akkor állapítható meg, ha más bűncselekmény nem valósul meg.⁹³² Ezen tényállás az évtizedek során, a jelenleg hatályos szabályozásig hosszú fejlődésen ment keresztül: a fogalmak folyamatosan változtak az adott korszakokban hatályos keretdiszpozícióknak megfelelően, volt, hogy a tényállást szubszidiárius jellegű bűncselekményként szabályozták, a büntetési tételek pedig az éppen aktuális jogpolitika alapján váltakozva súlyosbodtak, illetve enyhültek.⁹³³ Fontos látni azonban, hogy a versenytárs utánzása bűncselekmény – és annak előzményei – kifejezetten soha nem a fogyasztók érdekeinek védelmét szolgálták. A szabályozások célja e tekintetben már a kezdetekben is a piacgazdaság szerepelőinek a védelme, valamint a versenytársak tisztességes piaci részvételének a biztosítása volt – csakúgy, mint napjainkban.⁹³⁴

A *versenyt korlátozó megállapodás közbeszerzési és koncessziós eljárásban* bűncselekmény tekintetében a jelenleg hatályos Kódex sem a bűncselekmény nevét, sem az elkövetési magatartását nem változtatta meg, azonban új büntetethetőséget kizáró körülményekkel, valamint a büntetés korlátlan enyhítésének, illetve különös méltánylást érdemlő esetben annak mellőzésének lehetőségével bővítette a releváns szabályozást. Tisztán büntetethetőséget kizáró okként továbbra is csak a büntető ügyekben eljáró hatóságoknak történő bejelentés értékelhető, ugyanis a versenyfelügyeleti ügyekben eljáró hatóságnak történő bejelentés nyomán az elkövető büntetethetősége csak akkor ütközik törvényi akadályba, ha a bejelentésre még azelőtt sor kerül, hogy a versenyfelügyeleti ügyekben eljáró hatóság az ügyben vizsgálatot indított volna. Egyebekben a bírság mellőzésére alapot adó kérelem csak a büntetés korlátlan enyhítését és különös méltánylást érdemlő esetben a mellőzését eredményezheti.⁹³⁵

⁹³¹ Sántha, 2019, pp. 54-55.

⁹³² Békés, 2017, p. 250.

⁹³³ Keszler, p. 3.

⁹³⁴ Békés, 2017, p. 255.

⁹³⁵ Miskolczi-Bodnár, 2019, p. 178.

4. A fogyasztóvédelmi büntetőjog jövője

Látható, hogy a jogfejlődés során a kereskedelem tisztasága vagy a közegészség – mint kollektív jogi tárgyak – helyébe egyre inkább a konkrét fogyasztóhoz mint személyhez kötődő individuális jogtárgyak lépnek, amely jól tükrözi az egyes jogtörténeti korszakok uralkodó felfogását a fogyasztóvédelmi büntetőjog aspektusairól. Ugyan a fogyasztóvédelmi büntetőjognak, a vádhatóság visszafogott vádemelési hajlandósága miatt, hazánkban napjainkig nincs kialakult bírói gyakorlata, meglátásunk szerint elmondható, hogy a modern információs társadalomban ez a jogterület fontos szerepet fog betölteni. A hazai jogirodalomban a mértékadó szerzők alappal fogalmazzák meg azt a kritikát, hogy a társadalmi élet fontos területein a jogi szabályozás nem képes lépést tartani a 21. századi technológiai változásokkal. A fogyasztóvédelem területén kodifikált büntetőjogi rendelkezésekről azonban megállapítható, hogy a büntetőjogi dogmatika – legalábbis a jogalkotás szintjén – meglepő rugalmassággal reagált az újabb kihívásokra annak érdekében, hogy megfelelő hatékonysággal védelmezze a fogyasztók elementáris érdekeit.

5. Összefoglalás

A mai értelemben vett fogyasztóvédelmi büntetőjog gyökerei a 19. századig, a fogyasztóvédelemre vonatkozó szabályozások egészen az ókorig nyúlnak vissza. A fogyasztóvédelem büntetőjogi aspektusai ennek ellenére talán napjainkig ismeretlenek a köztudat előtt. A fogyasztóvédelmi büntetőjog elméleti alapjainak, a terület dogmatikai fejlődésének tárgyalása alapján látható, központi kérdésként merül fel, hogy van-e helye társadalmunkban az *ultima ratio* jellegű büntetőjog alkalmazásának a fogyasztók védelme érdekében, vagy elegendő lenne csupán a polgári jogi, illetőleg közigazgatási jogi úton történő beavatkozás. A fejezet elején említett, 19. századi német szövethamisítási botrány is rávilágított a fogyasztóvédelmi büntetőjog szükségességére, és a magyar fogyasztóvédelmi büntetőjogi szabályozások indokai is alátámasztják ezen oltalom létjogosultságát.

6. Forrás- és irodalomjegyzék

- 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről.
- 2012. évi LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről.
- A Magyar Köztársaság és az Európai Közösségek és azok tagállamai között társulás létesítéséről szóló, Brüsszelben, 1991. december 16-án aláírt Európai Megállapodás.
- 1978. évi IV. törvény a Büntető Törvénykönyvről.
- 1961. évi V. törvény a Magyar Népköztársaság Büntető Törvénykönyvéről.
- 1878. évi V. törvénycikk a magyar büntetőtörvénykönyv a büntettekről és vétségekről.
- BH 2008.12.326.
- BH 2007.12.398.
- BH 1996.8.410.

- Angyal, P. (1933). *A magyar büntetőjog tankönyve*. (p. 80). Budapest, Athenaeum.
- Balla, L. (2019). Néhány fogyasztóvédelmi és versenyjogi kérdés büntetőjogi megközelítésben. *Miskolci Jogi Szemle*, 14(2ksz,1), 33-35, 37.
- Balogh, V. (2023). A viselkedési közgazdaságtan eredményei a fogyasztóvédelemben. *Jogtudományi Közlöny*, 78(2), 67-68.
- Baratta, A. (1970). Über Jherings Bedeutung für die Strafrechtswissenschaft. In Wieacker, F. & Wollschläger, C. (szerk.), *Jherings Erbe. Göttinger Symposion zur 150. Wiederkehr des Geburtstags von Rudolph von Jhering*. (pp. 17kk). Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht.
- Bencsik, A. (2016). A fogyasztóvédelem közjogi keretei. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (p. 135). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Békés, Á. (2017). A fogyasztók érdekeit sértő bűncselekmények. In Hollán, M. & Barabás, A. T. (szerk.), *A negyedik magyar büntetőkódex régi és újabb vitakérdései*. (pp. 249-250, 255). Budapest, MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Országos Kriminológiai Intézet.
- Csák, Cs. & Nagy, Z. (2021). A pénzügyi fogyasztóvédelmi jog, különös tekintettel a közpénzügyi szabályozásra. *Miskolci Jogi Szemle*, 16(1ksz), 226.
- Fazekas, J. (2016). A magyar fogyasztóvédelmi szabályozás fejlődése a rendszerváltástól napjainkig. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (pp. 30, 32). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Fekete, O. (2009). A fogyasztóvédelem néhány problémájáról a közigazgatási jog és a büntetőjog szemüvegén keresztül. *Collega*, 13(1-2), 384-385.
- Filó, M. (2016). A fogyasztók megtévesztése – gondolatok a büntetőjogi jogtárgy-védelem hatáiról. In Hamar, F. & Hámori, A. (szerk.), *A fogyasztók etikai és jogi védelme*. (pp. 166, 168). Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem.
- Filó, M. (2011). Franz von Liszt és a Marburgi Program: Jhering recepciója a büntetőjogi gondolkodásban. In Frivaldszky, J. & Pokol, B. (szerk.), *Rudolf von Jhering és jogelméletének hatása*. (pp. 249-257kk.). Budapest, Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Kar.
- Gellén, K. (2019). Fogyasztók és vállalkozások az új üzleti modellek és a digitális technológiai környezet promóciós tendenciái tükrében. *Gazdaság és Jog*, 27(7-8), 7.
- Hámori, A. (2021). Fogyasztóvédelmi aktualitások. Javaslatok jogszabályok módosítására. *Iustum Aequum Salutare*, 21(1), 68-69.
- Jhering, v. R. (1877). *Der Zweck im Recht*. (pp. 484, 503). Erster Band. Leipzig, Breitkopf & Bärtel.
- Karsai, K. (2011). *Fogyasztóvédelem és büntetőjog*. (p. 2). Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Karsai, K. (2008-2011). *Fogyasztóvédelmi büntetőjog 2008-2011. OTKA K72692. számú kutatás. Összefoglaló*. (2024.03.05.).

- Keszler, Á. (é. n.). A versenytárs utánzása tényállás az új Btk-ban. *Jogi Fórum*, 3. (https://www.jogiforum.hu/files/publikaciok/keszler_agnes__a_versenytars_utanzasa_tenyallas_a_btk-ban%5Bjogi_forum%5D.pdf – 2024.02.11.).
- Liszt, v. F. (1892). *A jövő büntetőjoga*. Felolvasatott a Magyar Jogászegylet és a Nemzetközi Büntetőügyi Egyesület Magyarországi Osztályának 1892. április 4-én, a budapesti Kir. Törvényszék esküdtszéki termében tartott együttes ülésén. Magyar Jogászegyleti Értekezések, VIII. kötet, 5. füzet. Budapest, Franklin-társulat könyvnyomdája.
- Miskolczi-Bodnár, P. (2019). A versenykorlátozó megállapodás, a kartell versenyjogi tartalma és a „versenyt korlátozó megállapodás közbeszerzési eljárásban”. *Miskolci Jogi Szemle*, 14(2/2), 178.
- Nagy, G. B. (2016). Gondolatok a büntetőjog fogyasztóvédelemben betöltött lehetséges szerepéről. *Magyar Jog*, 63(10), 597-598.
- Pauler, T. (1864). *Büntetőjogtan*. (p. 72). Pest, Pfeiffer.
- Sántha, F. (2019). Az üzleti titok büntetőjogi védelme a nemzetközi jogfejlődés tükrében. *Miskolci Jogi Szemle*, 14(1/1), 54-55.
- Sina, P. (1962). Die Dogmengeschichte des strafrechtlichen Begriffs ‘Rechtsgut’. (p. 19). Basel, Helbing und Lichtenhahn.
- Stratenwerth, G. (1998). Zum Begriff des ‘Rechtsgutes’. In Eser, A., Schittenhelm, U. & Schumann, H. (szerk.), *Festschrift für Theodor Lenckner zum 70. Geburtstag*. (pp. 377kk). München, Beck.
- Szendrő, É. M. (2020). A fogyasztóvédelem kialakulása és fejlődéstörténete. 36. (http://epa.oszk.hu/04100/04139/00073/pdf/EPA04139_jogtorteneti_szemle_2020_02_34-40.pdf – 2024.02.11.).
- Szűcs, Z. (2020). A fogyasztóvédelem és a büntetőjog viszonyának áttekintése a büntetőjogi tényállások tükrében. Debrecen, 2020. május 25. (https://www.jogiforum.hu/files/publikaciok/szucs_zoltan__a_fogyasztovedelem_es_a_buntetojog_viszonya%5Bjogi_forum%5D.pdf – 2024.02.11.).
- Tóth, M. (2014). Magyarország negyedik Büntető Törvénykönyve. *Jogtudományi Közöny*, 69(10), 442.
- Varga, N. (2013). Gondolatok a fogyasztói szerződési jog kialakulásáról és fejlődéséről. *Debreceni Jogi Műhely*, 10(3), 139. <https://doi.org/10.24169/DJM/2013/3/9>
- Vormbaum, Th. (2009). Einführung in die moderne Strafrechtsgeschichte. Berlin-Heidelberg, Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-642-16788-1_1
- Wiener, A. I. (1972). *A hivatali büntettek*. (pp. 56-64). Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Zoványi, N. (2011). A fogyasztóvédelem történeti fejlődése és szabályozási elvei. *Debreceni Jogi Műhely*, 8(3), 71-74. <https://doi.org/10.24169/DJM/2011/3/6>
- Zweigert, K. & Kötz, H. (1996). *Einführung in die Rechtsvergleichung auf dem Gebiete des Privatrechts*. (p. 13). 3. kiadás. Tübingen, Mohr Siebeck.

A fejezetek magyar és angol nyelvű összefoglalói

Summaries of the chapters in Hungarian and English

Hámori Antal

A fogyasztói többletvédelem jelentősége, komplexitása, aktualitása

E bevezető fejezet aktuális komplexitással arról szól, hogy a hátrányos helyzetben lévő jogalanyok fokozott védelme indokolt. Erről az oltalomról van szó például a fogyasztó és vállalkozás közötti jogviszonyban. A fogyasztóvédelmi jog jelentőségét és aktualitását mutatja, hogy mindenki fogyasztó. A gyorsan változó világ kihívásainak a jogalkotó is igyekszik megfelelni. Az Európai Unióban és Magyarországon is reflektorfénybe került a fogyasztók védelme. Napjainkra hatalmas, nagyon komplex joganyag jött létre. A jogfejlődés azonban nem töretlen. Megtorpanások és visszalépések is tapasztalhatók. Jelentős eredmény volt különösen a Maastrichti Szerződés 129/a. cikke és az Amszterdami Szerződés 153. cikke. A Lisszaboni Szerződés a fogyasztóvédelem terén nem eredményezett lényeges változást. Magyarország számára is a jogközelítési, illetve a jogharmonizációs kötelezettség jelentett hathatós „biztatást”. Napjainkban is érzékelhető, hogy a piac, a belső piac nem ritkán maga alá gyűri a fogyasztókat, a fogyasztóvédelmet.

Kulcsszavak: fogyasztó, vállalkozás, többletvédelem, Európai Unió, Magyarország

The Importance, Complexity and Timeliness of Additional Consumer Protection

This introductory chapter addresses the current complexity surrounding the need for enhanced protection of disadvantaged legal entities. This protection is the case, for example, in the legal relationship between consumers and businesses. The importance and timeliness of consumer protection law is demonstrated by the fact that everyone is a consumer. Legislators strive to meet the challenges of a rapidly changing world. Consumer protection has become a focal point both in the European Union and in Hungary. Over time, an extensive and highly complex body of legislation has been created. However, the development of law has not been uninterrupted. There have been setbacks and regressions. Significant milestones include Article 129/a of the Maastricht Treaty and Article 153 of the Treaty of Amsterdam. The Treaty of Lisbon has not brought about any substantial changes in the area of consumer protection. For Hungary, the obligation for legal approximation and harmonisation served as effective "encouragement". At present, it can also be observed that consumers and consumer protection are not infrequently undermined by the market, the internal market.

Keywords: consumer, business, enhanced protection, European Union, Hungary

A fogyasztóvédelmi jog történetének vázlata

A fejezet annak a vizsgálatára irányul, hogy a fogyasztóvédelmi jognak milyen előzményei ismertek a jogtörténetben. A kutatás egyes ókori államok jogának vizsgálatával kezdődik, különös hangsúlyt fektetve az antikvitás legfejlettebb jogrendszerére, a római jogra. Megállapítható, hogy már ebben az időszakban is megtalálhatók a kereskedelmi jellegű jogügyletek kapcsán olyan állami intézmények (pl. *aedilis curulisek* hivatala), amelyek hatósági felügyeletet gyakoroltak a tisztességes joggyakorlás érdekében. Másrészt az egyes szerződéses viszonyok vonatkozásában a magánjog területén is kialakultak olyan szabályok, amelyek a laikus, kiszolgáltatott személyek védelmét kívánták megvalósítani (pl. *actio redhibitoria*, *actio quanti minoris*, *laesio enormis*). A középkorban a kereskedők tevékenységének szabályozása több szinten valósult meg, így az uralkodók rendeletei, a vásárok belső szabályzatai, a kereskedelmi jogügyletekre irányadó univerzális *ius mercatorum* szabályai útján. Ezek mellett a céhek szintén jelentős szerepet játszottak abban, hogy az egyes iparostevékenységekhez kapcsolódóan a mai minőségbiztosítással szemben támasztott követelmények érvényesülhessenek. Az újkorban a kereskedelmi jog anyagának önállósulása közvetlen előzménye a fogyasztóvédelmi jog kialakulásának. A tömegtermelés és a kereskedelmi ügyletek mindennapossá válása vezet oda, hogy a professzionális vállalkozásokkal szemben a szakmai ismeretek és gazdasági lehetőségek tekintetében hátrányos helyzetben lévő fogyasztók érdekeinek védelmét mind közjogi, mind a magánjogi szabályokkal védelemben részesítsék. Ez a közös piacokon, mint például az Európai Unióban, szükségszerűen határokon átnyúló jogegységesítést, illetve jogharmonizációt vont maga után, amelynek Magyarország is a részese lett.

Kulcsszavak: fogyasztóvédelmi jog, fogyasztó, kereskedelmi jog, kereskedő, római jog, *lex mercatoria*, Európai Unió

Outline of the History of Consumer Protection Law

This chapter aims to examine the historical antecedents of consumer protection law in legal history. The research begins by examining the laws of certain ancient states, placing particular emphasis on the most advanced legal system of antiquity: Roman law. It can be established that even in this period, state institutions, such as the office of the *aedilis curulis*, were created to exercise regulatory oversight of commercial transactions to ensure fair legal practices. Additionally, within private law, rules emerged in certain contractual relationships to protect vulnerable, non-expert individuals (e.g., *actio redhibitoria*, *actio quanti minoris*, *laesio enormis*). In the Middle Ages, the regulation of merchants' activities was implemented at multiple levels, including royal decrees, internal market regulations, and the universal rules of the *ius mercatorum*, which governed commercial transactions. Furthermore, guilds played a significant role in enforcing requirements akin to today's quality assurance standards within various trades. In the Modern Era, the independence of commercial law materials was a direct precursor to the development of consumer protection law. The rise of mass production and the routine nature of commercial transactions led to

the need for public and private law protections for consumers, who were disadvantaged compared to professional enterprises in terms of expertise and economic capacity. In common markets, such as the European Union, this process necessitated cross-border legal unification and harmonization, which Hungary has also joined.

Keywords: consumer protection law, consumer, commercial law, merchant, Roman law, lex mercatoria, European Union

Frivaldszky János

A jogi fogyasztóvédelem kialakulásának főbb esztörténeli előzményei, gazdasági-termelési körülményei és néhány aktuális elméleti kérdése

Ebben a fejezetben azért vizsgáljuk meg a helyes szemléletű fogyasztóvédelmi koncepció megfogalmazásához a római jogi előzményeket és Aquinói Szent Tamás kötelmi jogi gondolkodásának néhány központi elemét, hogy megértsük miért nem tud igazán hatékony lenni a kortárs jogi fogyasztóvédelem. A fogyasztói termelés különböző időszakait is áttekintjük az azokban rejlő speciális problémákra fókuszálva. Így a ‘papírosbúza’ tőzsdei spekulációjából, illetve a fordista autógyártás, majd annak új szemléletű verzióinak elemzéséből arra keresünk választ, hogy hol és miként szakadt meg a kapcsolat a fogyasztó vevő és a gyártó, illetve az eladó között. Ebből többféle probléma fakadt, kezdve a termeléstől, a termékbiztonságon át a fogyasztói igények kielégítéséig. A fogyasztói társadalom elvileg bár fogyasztóközpontú, ám ebben mutatkoznak meg a hátulütői is. Ez egyre kevésbé fenntartható, miközben az intelligens algoritmusok foglyul ejtik az interneten vásárló fogyasztók tudatát. Nem beszélhetünk tehát tudatos, jól informált szabad döntésekről. A személyes adásvételt alkalmazó kisvállalkozásoknál általában nem szoktak felmerülni fogyasztóvédelmi problémák, azonban ezek interneten történő eladásai közelíti őket a nagyvállalatokhoz. Csak akkor lesz hatékony jogi fogyasztóvédelem, ha komolyan vesszük a szinallagmatikuságot, az önkéntes jogkövetést és a kölcsönös igazságosságot.

Kulcsszavak: kölcsönös igazságosság, egyenértékűség, önkéntes jogkövetés, fordista termelés, fogyasztói társadalom, dinamikus árképzés

The Main Ideological Antecedents, Economic Production Conditions and Current Theoretical Issues in the Development of Legal Consumer Protection

This chapter examines the foundations necessary to understand why contemporary legal consumer protection cannot be truly effective and how it can be conceptualized appropriately. To achieve this, we analyze Roman legal antecedents and some central elements of St. Thomas Aquinas' thinking on contract law. We also review different periods of consumer production, focusing on the specific problems inherent in each. From stock market speculation in ‘paper wheat’ to the analysis of Fordist car production and its modern adaptations, we explore where and how the relationship between consumers (as buyers) and producers or sellers was disrupted. This disruption has led to issues ranging from production, product safety to meeting consumer needs. Although consumer society is, in principle, consumer-

centred, it also presents certain challenges. It is increasingly unsustainable, and smart algorithms are shaping the behaviour of consumers shopping online, undermining the notion of conscious, well-informed, free choices. Small businesses that rely on face-to-face sales are generally less affected by consumer protection problems, but their involvement in online sales exposes them to challenges more commonly associated with larger companies. Effective legal consumer protection will only be achieved if the principles of synallagma, voluntary compliance and mutual justice are taken seriously.

Keywords: mutual justice, equivalence, voluntary compliance, Fordist production, consumer society, dynamic pricing

Fazekas Judit

A fogyasztóvédelem magánjogi keretei – a fogyasztói szerződések sajátosságai

Ebben a fejezetben a fogyasztóvédelmi magánjog jogi kereteit, jellegadó szabályozási sajátosságait vesszük górcső alá. Ennek keretében hangsúlyosan foglalkozunk a fogyasztóvédelmi magánjog meghatározó területét jelentő szerződési jogi fogyasztóvédelmi keretekkel és a fogyasztói szerződések közös szabályozási ismérveivel. A fogyasztói szerződés ismérvei között elsőként vizsgáljuk a fogyasztói szerződés alanyainak, a fogyasztó, illetőleg a vállalkozás fogalmának értelmezési kérdéseit, illetőleg a fogyasztói szerződések rendszerét. A fogyasztóvédelmi magánjog, de különösen a fogyasztói szerződési jog megkülönböztető sajátosságai körében foglalkozunk a fogyasztóvédelmi szabályozás kógens, illetőleg egyoldalúan kógens jellegével, a fogyasztói jogokat csorbító szerződési kikötések, a fogyasztó részére biztosított jogokról való lemondás és a fiduciárius hitelbiztosíték semmisségére vonatkozó szabályokkal. Bemutatjuk a fogyasztói szerződések értelmezése tekintetében alkalmazott kedvezőbb értelmezés elvét. Kitérünk továbbá a fogyasztói szerződések sajátos tájékoztatási követelményére, a vállalkozást terhelő szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség szigorú szabályaira, valamint megsértésük jogkövetkezményeire. Vizsgáljuk a digitális piacon kötött szerződések tekintetében érvényesülő további tájékoztatási többletkövetelményeket és az elektronikus szerződéskötésre vonatkozó kógens szabályokat. A fentiek mellett foglalkozunk a fogyasztót a szerződés megkötése után meghatározott ideig megillető feltétel és indokolás nélküli speciális elállási jog, valamint a fogyasztói jogérvényesítés megerősítését szolgáló fordított bizonyítási teher szabályozási kérdéseivel.

Kulcsszavak: fogyasztói szerződés, egyoldalú kógencia, szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettség, a fogyasztói jogok csorbításának tilalma, semmisség, elállási jog

The Private Law Framework for Consumer Protection – Specificities of Consumer Contracts

This chapter examines the legal framework and the specific regulatory features of consumer private law. In this context, it focuses on the consumer contractual framework, which is the dominant area of consumer private law, as well as on the common regulatory features of consumer contracts. Among the features of the consumer contract, the first issues examined are the interpretation of the subjects of the consumer contract, the concept of the consumer and the concept of the business, and the system of consumer contracts. Among the distinctive features of consumer private law, and in particular consumer contract law, the chapter explores the imperative (and unilaterally imperative) nature of consumer protection regulation, the nullity of contractual provisions that infringe consumer rights, the prohibition of waiver of rights granted to consumers, and the rules on the nullity of fiduciary credit security. Additionally, it presents the principle of favourable interpretation as applied to consumer contracts. The chapter also covers the unique information requirements associated with consumer contracts, the stringent pre-contractual information obligations imposed on businesses, and the legal consequences of violating these requirements. It further examines the additional informational requirements specific to contracts in the digital marketplace, as well as the imperative rules governing electronic contracts. In addition, the chapter discusses the specific right of withdrawal granted to consumers, which can be exercised without justification or condition for a defined period after entering into a contract, along with the reverse burden of proof regulations aimed at strengthening consumer rights enforcement.

Keywords: B2C contract, consumer, unilaterally cogent norms, pre-contractual information obligation, prohibition of impairment of consumer rights, nullity, right of withdrawal

Bencsik András

A fogyasztóvédelem közjogi keretei, különös tekintettel az intézményi-szervezeti (át)alakulásra

Ebben a fejezetben – nemzetközi kitekintést is alkalmazva – áttekintést adunk a fogyasztóvédelem közjogi kereteiről, illetve azok alakulásáról a magyar szabályozás tükrében. Ennek keretében szó esik a fogyasztóvédelmi törvény szervezetrendszeri érintő rendelkezéseinek bemutatásáról, a munka fókuszpontjában azonban (a hazai sajátosságokra tekintettel) az állami fogyasztóvédelem áll. A szervezeti-intézményi keretek 1952-ben történt intézményesítésétől kezdve figyelemmel kísérjük az általános fogyasztóvédelmi hatáskört ellátó szervek jogállási, hatásköri, szervezeti kérdéseit, és igyekszünk bemutatni a folyamatos szervezeti átalakítások mögött meghúzódó törekvéseket és azok beteljesülését napjainkig bezárólag. A legutóbbi (szervezeti, eljárási és hatásköri) változások mögött a jogalkotó által sejtetett motiváció a gyors és hatékony jogorvoslat biztosítása volt. Ezzel összefüggésben kiemelendő, hogy – nem vitatva a jószándékú törekvést – a tapasztalatok néhol ezzel ellentétes eredményekről tanúskodnak.

Kulcsszavak: fogyasztóvédelem, fogyasztói jogok, szervezetrendszer, kormányhivatal, fogyasztóvédelmi hatóság

The Public Law Framework for Consumer Protection, with Particular Reference to Institutional-Organisational (Re)development

This chapter provides an overview of the public law framework of consumer protection and its development in the light of Hungarian legislation, incorporating an international perspective. In this context, the provisions of the Consumer Protection Act affecting the organisational system are presented, with a focus on state consumer protection (with regard to the specific characteristics of Hungary). Starting from the institutionalisation of the organisational-institutional framework in 1952, the chapter examines the legal status, competences and organisational issues of the bodies exercising general consumer protection powers. It also seeks to present the aspirations behind the continuous organisational changes and their outcomes up to the present day. The motivation behind the recent changes (organisational, procedural and jurisdictional) as implied by the legislator was to ensure swift and effective redress. In this context, it should be noted that while the good intentions are acknowledged experience has shown that the results are sometimes contradictory.

Keywords: consumer protection, consumer rights, organisational system, government office, consumer protection authority

Koller Edit Mária – Hamar Farkas

A kormányhivatal fogyasztóvédelmi szerepe, a fogyasztóvédelmi hatóság közgazdaságtani vonatkozásai

Ebben a fejezetben a fogyasztóvédelem kormányhivatali történetének egy szeletét öleljük fel, megvizsgálva, hogy a közigazgatási reform 2011 óta hogyan hatott a fogyasztóvédelem szervezeti felépítésére, mi jellemezte a szakterület működését a fővárosi és (vár)megyei kormányhivatalokban, a szervezeti változások alapján szakaszokra bontva a mintegy tizen-négy évet. A vizsgált időszak tartalmi szempontú bemutatására is sort kerítettünk, kiemelve a legjelentősebb jogszabály-változásokat, anyagi jogi és eljárásjogi területen egyaránt. Megvizsgáltuk, hogy melyek azok a fogyasztói érdekek, amelyeknek védelme előtérbe került az egyes szakaszokban, és ennek megfelelően melyek voltak a kiemelt ügykörök. Fontosnak tartottuk – ennek az időszaknak az objektív ismertetése mellett –, hogy ízelítőt adjunk a kormányhivatalban foglalkoztatottak tapasztalatairól. A fejezetben a kormányhivatali rendszer fogyasztóvédelmi tevékenységének közgazdasági sajátosságait is vizsgáltuk a 2022–2023. évet illetően, a publikusan on-line elérhető kormányhivatali honlap adatai alapján, valamint emailben történő megkérdezések útján; e kutatásunk középpontjában annak a kérdésnek a vizsgálata állt, hogy vajon hogyan alakult a kormányhivatalok által fogyasztóvédelmi tevékenységre fordított éves összeg az adott évben, ennek a meghatározását tűztük ki célunkként. A beérkezett adatok alapján lehetővé vált az említett év vonatkozásában a kormányhivatali rendszer teljes hazai fogyasztóvédelmi költségvetésének meghatározása,

azzal, hogy vannak még más, jelentős szervezetek (pl. GVH, MNB, Nébih, NMHH), amelyeknél szintén nagy jelentőségű a fogyasztóvédelmi tevékenység.

Kulcsszavak: fogyasztóvédelem, szervezeti változás, kormányhivatal, költségvetés

The Role of the Government Agency in Consumer Protection, the Economics of the Consumer Protection Authority

In this chapter, we have selected a small slice of consumer protection history, both in time and space. We examined how the administrative reform since 2011 has affected the organisational structure of consumer protection, and what has characterised the functioning of the field in the government offices of the capital and counties. We structured the 14 years or so of organisational changes into sections and presented the content of the period under review, highlighting the most significant legislative changes in both substantive and procedural law. We examined which consumer interests were at the forefront of protection in each phase and, accordingly, which issues were emphasized. In addition to providing an objective account of this period, we considered it important to include the experiences of those working in government offices. In this chapter, we also examined the economics of the Government Office system's consumer protection activities in 2022–2023, based on data from the Government Office's publicly available online website and an email survey. Our research focused on the question of how the annual budget allocated to consumer protection activities by Government Offices evolved in the given year, and we aimed to determine this. Based on the data received, it was possible to determine the total domestic consumer protection budget of the governmental system for the given year. However, it is important to note, that there are other significant organisations in Hungary (e.g. GVH, MNB, Nébih, NMHH), that also play a significant role in consumer protection activity.

Keywords: consumer protection, organisational change, government office, budget

Veres Zoltán

A pénzügyi fogyasztóvédelem alapjai. A szabályozás rendszere és az érvényesülés garanciái (intézményrendszer és fogyasztói jogok)

A pénzügyi fogyasztóvédelem, mint a pénzügyi szolgáltatásokat igénybe vevő laikus ügyfelek (fogyasztók) védelmére hivatott eszközrendszer multidiszciplináris területet fed le, hiszen a tárgykörébe sorolható problémák mindenekelőtt jogi, gazdasági, etikai, szociológiai, újabban technológiai, informatikai és számos más vonatkozást felölelnek. Ebben a fejezetben ezek közül a jogi vonatkozásokra fókuszálunk, áttekintve a pénzügyi fogyasztóvédelem alapfogalmait (fogyasztó, pénzügyi szektor), jogrendszerbeli elhelyezkedését, jogági kapcsolatait, és képet adunk a lehetséges szabályozási tárgykörökről. Az e körbe sorolható normák nagy száma csupán azt teszi lehetővé, hogy a szabályozás szintjeit (jogi normák, jogalkalmazási aktusok, soft law) azonosítsuk, és példálózó jelleggel említsünk néhányat az egyes csoportokba tartozó szabályozók közül. A fogyasztók jogai közül ki-

emelten tárgyaljuk a tájékoztatáshoz való jogot és ezzel szoros összefüggésben a fogyasztók megtévesztését. A jogérvényesítési fórumok közül csak a kifejezetten pénzügyi fogyasztóvédelmi szempontból releváns szervek kerülnek bemutatásra, majd a fejezet végén a digitalizáció egyes pénzügyi fogyasztóvédelmi vonatkozásait érintjük röviden, bemutatva az új tendenciák néhány veszélyét és az ezeket kezelni hivatott szabályozási eszközöket is.

Kulcsszavak: fogyasztó, pénzügyi szektor, komplex szabályozás, digitalizáció

The Basics of Financial Consumer Protection. The Regulatory Framework and Enforcement Guarantees (Institutional Framework and Consumer Rights)

Financial consumer protection, as an instrument for safeguarding of non-professional customers (consumers) using financial services, covers a multidisciplinary area. It addresses issues that include legal, economic, ethical, sociological, and, more recently, technological, IT and many other aspects. This chapter focuses on the legal aspects and reviews the basic concepts of financial consumer protection (e.g., consumer, financial sector), its place within the legal system, its relationships with various branches of law and its potential regulatory scope. Given the vast number of issues within this scope, only the levels of legislation (legal rules, implementing acts, soft law) are identified, with examples of regulators associated with each group provided. Among consumers rights, the chapter focuses on the right to information and its closely related aspect, the issue of misleading consumers. Regarding (law) enforcement forums, only bodies specifically relevant to financial consumer protection are presented. The chapter concludes with a brief discussion of financial consumer protection in the context of digitalization, presenting some threats posed by emerging trends and the regular controls to address them.

Keywords: consumer, financial sector, complex regulation, digital transformation

Lapsánszky András – Koltay András

Fogyasztói jogok és fogyasztóvédelmi garanciák az elektronikus hírközlési igazgatásban

Ebben a fejezetben az elektronikus hírközlési ágazat fogyasztóvédelmi jellegű alapintézményeit és eszközeit vizsgáljuk, különös tekintettel az elektronikus hírközlési fogyasztói (előfizetői) viszonyokban részt vevő felek közötti érdekérvényesítő képességben meglévő rendkívüli különbségekre, a jogviszony szinte minden elemét átszövő, meghatározó aszimmetriára, valamint az elektronikus hírközlési szolgáltatások piacának folyamatos és dinamikus fejlődésére, a szolgáltatói ajánlatok és díjsomagok nagy választékára. A fejezetben bemutatjuk, hogy az elektronikus hírközlési szolgáltatások egyre jelentősebb szerepére tekintettel hogyan értékelődtek fel az elektronikus hírközlési igazgatás fogyasztóvédelmi aspektusai, amely folyamat egyre inkább egy erős és önálló szabályozást, valamint joggyakorlatot követel. Sor kerül az általános fogyasztóvédelem és az elektronikus hírközlési igazgatás összefüggésrendszerének feltárására, a hírközlési szabályrendszer részét képező

főbb fogyasztóvédelmi jellegű jogintézmények jogforrásokon alapuló ismertetésére, valamint a vonatkozó joggyakorlat következtetéseire is kiterjedő elemzésére, egészen a szerződéses viszonyokra vonatkozó kógens közjogi szabályozás kialakulásának okaitól az olyan speciális területekig, mint a mobil szolgáltatások szolgáltatásminőségi kérdései, a roaming szolgáltatások biztonságos igénybe vétele vagy az emelt díjas szolgáltatások helyzete.

Kulcsszavak: elektronikus hírközlés, fogyasztóvédelem, előfizetői szerződés, tájékoztatás, roaming

Consumer Rights and Guarantees of Consumer Protection in Electronic Communications

This chapter examines the basic institutions and instruments of the electronic communications sector that are relevant to consumer protection, with particular reference to the extreme differences in the capacity of the parties involved in consumer (subscriber) relations in electronic communications. It highlights the prevailing asymmetry in almost all aspects of the legal relationships, and the continuous and dynamic development of the market for electronic communications services, characterized by a wide variety of service offers and tariff packages. The chapter demonstrates how the consumer protection aspects of electronic communications management have been reassessed in light of the growing importance of electronic communications services, a process increasingly requiring strong and autonomous regulation and case law. It explores the relationship between general consumer protection and electronic communications management, describes the main consumer protection-related legal instruments in the regulatory framework for communications, based on legal sources, and analyses the conclusions of relevant case law, from the reasons for the emergence of a public policy regime for contractual relations to specific areas such as quality of service issues in mobile services, the security of roaming services or the status of premium rate services.

Keywords: electronic communications, consumer protection, subscriber contract, disclosure of information, roaming

Rigó Csaba Balázs – Hernádi Júlia

A GVH fogyasztóvédelmi tevékenysége az online térben, különös tekintettel nagy technológiai óriások elleni eljárásokra

A digitális átállás töretlenül halad előre, amely alapvető módon változtatja meg mindannyiunk életét. A folyamatosan megjelenő új technológiák további lehetőségeket, de veszélyeket is hordoznak a felhasználók számára. Az internet és a digitális gazdaság létrehozta a maga monopóliumait, amelyek sok területen jelentenek kihívást, különösen a fogyasztók, a kisebb piaci szereplők és a hatóságok számára. Ebben a helyzetben a digitális fogyasztóvédelem jelentősége is felértékelődik. A fejezet célja, hogy bemutassuk a GVH alkalmazkodó képességét a gyorsan változó környezethez. Gyakorlati példákkal alátámasztva tárgyaljuk azokat a hatósági eszközöket, amelyek segítségével a GVH képes az új kihívásokra

gyors és hatékony válaszokat adni. A nagy technológiai óriásvállalatokkal szembeni fellépések nem csupán a magyar fogyasztók számára kedvezőek, hanem a hazai piacon túlmútatóan globális szinten is éreztetik hatásukat a kereskedelmi gyakorlatokban.

Kulcsszavak: digitális átállás, monopóliumok, e-kereskedelem, reklám, sötét mintázatok, fogyasztóvédelem, gyorsselelemzés, piacelemzés, ágazati vizsgálat

Consumer Protection Activities of the Hungarian Competition Authority (GVH) in the Online Space: A Special Focus on Proceedings Against Big Tech Giants

The digital transition is steadily advancing and fundamentally changing all our lives. The emergence of innovative technologies constantly creates further opportunities, but also poses risks for users. The internet and the digital economy have fostered the rise of monopolies, which poses challenges on many fronts, particularly for consumers, smaller operators and public authorities. In this context, digital consumer protection is also becoming increasingly crucial. The aim of this chapter is to illustrate the adaptability of the Hungarian Competition Authority ("GVH") to this rapidly changing environment. The tools available to the authority to respond swiftly and effectively to new challenges are illustrated through practical examples. Taking action against the major technology giants not only benefits Hungarian consumers but also influences commercial practices beyond the domestic market and on a global scale.

Keywords: digital transition, monopolies, e-Commerce, advertising, dark patterns, consumer protection, sweep, market analysis, sector inquiry

Barna Sarolta – Kasza Gyula – Nagy Dániel – Nemes Imre

Fogyasztóvédelem az élelmiszerláncban és a tűzifa-forgalmazásban – a Nébih tevékenysége

A Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal 2012. évi létrehozásának egyik legfontosabb oka az volt, hogy az akkor már 125 éve működő hazai élelmiszerlánc-felügyeleti rendszert modernizáljuk, amelyben a korábbiaknál hangsúlyosabb társadalmi szerepvállalás, és ezen belül kifejezetten a fogyasztóvédelem prioritást kapott. Az új „Partnerségi modell” felépítése terén tett erőfeszítések kifizetődtek, hiszen mára az egyik legismertebb és legnagyobb bizalmi tőkét élvező hazai felügyeleti szervként tekintenek rá a lakosok. Az eredményeket a 2017-es, Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság közreműködésével lefolytatott Eurobarométer kutatás is alátámasztotta, amely alapján a magyarok bíztak meg a legjobban a nemzeti élelmiszerlánc-felügyeleti hatóságuk munkájában az egész EU-ban. A Nébih munkáját megalapozó Élelmiszerlánc-biztonsági Stratégia alapján számos olyan intézkedés született, amely egyszerűbbé tette a lakossággal és a vállalkozásokkal való kétoldalú kapcsolattartást, hozzájárult a lakosság élelmiszerbiztonsági és minőségügyi tudatosságához, fenntartható fogyasztásához. Ezek közül a legfontosabbak a Zöldszám bevezetése, a közösségi média felületek kiépítése, a termékvisszahívások kommunikációja, a Szupermenta termékteszt

program elindítása, a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegyrendszer bevezetése, a Minőségvezérelt Közétkeztetés program és az Oktatási Program elindítása, valamint a faanyag-kereskedelem átláthatóságát megeremlítő EUTR rendszer kiépítése.

Kulcsszavak: élelmiszerbiztonság, fogyasztói kutatás, fogyasztóvédelem, kettős minőség, oktatás, kockázatkommunikáció, élelmiszerminőség, védjegy, partnerségi modell, közösségi tudomány

Consumer Protection: Along the Food Chain and in Fuelwood Distribution – Activities of the National Food Chain Safety Office

The most important reason for the establishment of the National Food Chain Safety Office (Nébih) in 2012 was to modernize the 125-year-old traditional food chain supervisory system. This modernization placed greater emphasis on social involvement, with consumer protection specifically prioritized. The efforts invested in the new "Partnership model" have paid off, as Nébih is now recognized as one of the best-known and most trusted national supervisory bodies by citizens. These results were also validated by the 2017 Eurobarometer survey conducted with the cooperation of the European Food Safety Authority, which revealed that Hungarians had the highest level of trust in their national food chain supervisory authority in the entire EU. Guided by the Food Chain Safety Strategy, which forms the basis of Nébih's work, a number of measures have been implemented to facilitate bilateral contact with the consumers and food business operators. These efforts have significantly increased public awareness of food safety and quality, as well as sustainable consumption. The most notable initiatives include the introduction of the Green Number hotline, the expansion of social media activities, the communication of product recalls, the launch of the Supermint product test program, the introduction of the Excellent Quality Food trademark system, the implementation of the Quality Controlled Public Catering program, the launch of the Education Program, and the transparency in timber trade through the EUTR system.

Keywords: food safety, consumer research, consumer protection, dual quality, education, risk communication, food quality, trademark, partnership model, citizen science

Totth Gedeon – Szabó Edit

A gyermekekre gyakorolt reklámhatások fogyasztóvédelmi kérdései

Az elmúlt években a gyermekek szerepe megváltozott, a családban és a gazdasági életben egyaránt; megnövekedett a szerepük a családi vásárlási döntések meghozatalában, sőt, bizonyos termékek esetében fogyasztóból vásárlóvá váltak. A gyermekek ezért egyre inkább a reklámok célcsoportjává váltak. A gyermekek életkori sajátosságai fokozott figyelmet várnak el a reklámozóktól, hogy a gyermekeket a nekik szóló reklámok ne befolyásolják károsan, és vegyék figyelembe mindazokat az életkori sajátosságokat, amelyek meghatározzák viselkedésüket. Ebben a fejezetben áttekintettük a gyermekeknek, mint a reklám

célcsoportjának megjelenését a fogyasztói társadalomban, a gyermekek változó reklámfogyasztási szokásait, a mögöttük meghúzódó okokat, kiemelten a pszichológiai befolyásolhatóságukat, azokat a reklámokban alkalmazott megoldásokat, amelyek a gyermekek jobb és hatékonyabb elérését szolgálják. Kitértünk azokra a célcsoportot érő pszichés és egészségügyi kockázatokra, ahol különösen nagy a reklámozó felelőssége. Megvizsgáltuk a gyermekekre és a fiatalkorúakra vonatkozó hazai reklámetikai szabályozást, annak fejlődését és kiemelt területeit. Bemutattuk, hogy az elmúlt közel fél évszázad gazdasági és társadalmi környezeti változásai hogyan hatottak a gyermekekkel kapcsolatos etikai szabályozásra, beleértve az egészség szerepének a felértékelődését és a digitalizáció gyermekekre gyakorolt hatásának jelentős megnövekedését. A fejezet végén hazai és nemzetközi példát mutatunk be a gyermekek és a fiatalkorúak védelmére.

Kulcsszavak: gyermekek, fogyasztóvédelem, pszichológia, reklámetika, Magyarország

Impacts of Advertising to Children from the Perspective of Consumer Protection

The role of children has changed in recent years, both in the family and in economic life. Their influence on family purchasing decisions has been increasing, and they have also transformed from consumers to buyers of certain products. This explains why children have increasingly become a target audience for advertisements. Children's age-specific characteristics require increased attention from advertisers to ensure that advertising aimed at them does not adversely affect them while also taking their behavioural traits into account. This chapter reviews the emergence of children as a target group for advertising in today's consumer society, their evolving consumer behaviour and the underlying reasons, particularly their psychological susceptibility. It also explores advertising methods designed to reach children more effectively and efficiently. We examined the psychological and health risks affecting this target group, where advertising bears particular responsibility. Hungarian regulations on ethical advertising to children and adolescents are summarized, including their development and key focus areas. We explained how changes in the economic and social environment have affected children-related ethical regulations over the past decades, with an increased emphasis on health and the significant rise in the impact of digitalization on children. The chapter concludes with domestic and international examples of measures to protect children and adolescents from the adverse effects of advertising.

Keywords: children, consumer protection, psychology, ethical advertising, Hungary

**Paraszociális kapcsolatok influenszerekkel és fogyasztóvédelmi aspektusok,
különös tekintettel a(z ön)szabályozás lehetőségeire**

A közösségi média felületeken kialakított paraszociális kapcsolatok nemcsak marketingérték, hanem a fogyasztóvédelem szempontjából is fontossá válhatnak. E fejezet kiindulási pontjaként a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar turizmus-vendéglátás alapszakos hallgatóinak paraszociális kapcsolatait feltáró kutatásunk szolgált. Kérdőíves felmérésünk célja volt feltárni és leírni, hogy a hallgatók milyen közösségi média felületeket használnak leginkább, a vendéglátás, gasztronómia területén milyen hírességet követnek és milyen célból. Az eredmények értékelésekor felmerült, hogy a gasztrobloggerek követése azzal is járhat, hogy a követők influenszermarketinggel is találkozhatnak. Maga a jelenség nem állt a vizsgálat fókuszában, azonban megállapítható volt, hogy a megkérdezettek a tartalmi és vizuális elemeken túl fontosnak tartják a követett gasztroblogger személyiségét is, amely a hitelességgel együtt az influenszermarketing fontos alapja. A kérdőív nem tért ki külön a hitelesség szempontjára, de érdekes „eredménynek” tekinthető, hogy a fogalmat nem is említették explicit módon a kitöltők az influenszerek követésének indoklásakor motivációs tényezőként. Azonban a hitelesség és a személyiség között egyértelműnek tekinthető az összefüggés, az influenszer a személyiségével komoly hatást tud gyakorolni a követőire – akár alkalmaz célzott reklámmot, akár nem. Ez a fogyasztóvédelem szempontjából is kérdéseket vet fel. A fejezetben röviden áttekintettük az influenszermarketinggel kapcsolatos nemzetközi, valamint magyar szabályozási kereteket. Részletesebben foglalkoztunk az önszabályozási kísérletekkel, mivel az adott marketing-, illetve reklámszervezetek, -testületek etikai, magatartási kódexei, irányelvei nem (csak) a jogszabályok miatt jöttek létre, ezért a fogyasztóvédelem szempontjából is mérvadóak lehetnek.

Kulcsszavak: influenszer marketing, paraszociális kapcsolatok, hitelesség, szabályozás, önszabályozás, fogyasztóvédelem

**Parasocial Relationships with Influencers and Consumer Protection Aspects,
with Particular Regard to the Possibilities of (Self-)Regulation**

Parasocial relationships established on social media platforms can become significant not only in terms of marketing value but also from the perspective of consumer protection. This chapter is based on research exploring the parasocial relationships of students majoring in tourism and hospitality at the Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism of the Budapest University of Economics and Business. The purpose of our questionnaire survey was to identify and describe which social media platforms students use most frequently and in the field of hospitality and gastronomy, which celebrities they follow and for what reasons. When evaluating the results, it emerged that following gastro-bloggers may lead to encounters with influencer marketing. While this phenomenon was not the primary focus of the investigation, it was observed that, in addition to content and visual elements, the respondents considered the personality of the followed gastro-blogger to be an important

factor. This personality, along with credibility, serves significant basis for influencer marketing. Although the questionnaire did not specifically address the issue of credibility, an interesting finding was that respondents did not explicitly mention credibility as a motivating factor when explaining their reasons for following influencers. However, the connection between credibility and personality appears evident. Influencers can exert significant effect on their followers through their personalities – whether or not they use targeted advertising. This raises important questions from the perspective of consumer protection. The chapter briefly reviews the international and Hungarian regulatory and legal frameworks related to influencer marketing. It focuses in greater detail on self-regulation efforts, since the ethics, codes of conduct and guidelines of marketing and advertising organizations and bodies were not created solely due to legislation. These frameworks can also be considered authoritative in terms of consumer protection.

Keywords: influencer marketing, parasocial relationships, credibility, regulation, self-regulation, consumer protection

Filó Mihály – Varga József

A szabadság ára. A fogyasztók büntetőjogi védelme

A mai értelemben vett fogyasztóvédelmi büntetőjog gyökerei a 19. századig, a fogyasztóvédelemre vonatkozó szabályozások egészen az ókorig nyúlnak vissza. A fogyasztóvédelem büntetőjogi aspektusai ennek ellenére talán napjainkig ismeretlenek a köztudat előtt. Ebben a fejezetben a fogyasztóvédelmi büntetőjog elméleti alapjait, valamint a terület dogmatikai fejlődését tárgyaljuk a 19. századtól napjainkig. Központi kérdésként merül fel, hogy van-e helye társadalmunkban az *ultima ratio* jellegű büntetőjog alkalmazásának a fogyasztók védelme érdekében, vagy elegendő lenne csupán a polgári jogi, illetőleg közigazgatási jogi úton történő beavatkozás. A fejezetben kitérünk a 19. századi német szövethamisítási botrányra – amely alapul szolgált a fogyasztóvédelmi büntetőjog szükségessége felismerésének Európában –, illetőleg a fogyasztóra mint a bűncselekmény passzív alanyára is, és bemutatjuk a fogyasztóvédelmi büntetőjogi szabályozások fejlődését, az adott kor gazdasági, társadalmi, politikai változásaihoz való alkalmazkodását, azt, hogy hogyan vált a fogyasztó egyre erősebben a büntetőjogi védelem alanyává Magyarországon az 1878. évi Csemegi-kódextől a jelenleg hatályos Büntető Törvénykönyvig.

Kulcsszavak: fogyasztó, fogyasztóvédelem, büntetőjog, jogi tárgy, csalás, jogharmonizáció, jogtörténet

The Price of Freedom: Consumer Protection in Criminal Law

The roots of consumer protection, as we understand it today, go back to the 19th century, but regulations governing it date back to antiquity. Nevertheless, the criminal law aspects of consumer protection remain relatively unknown to the public. This chapter describes the theoretical foundations of consumer criminal law and the development of dogmatics from the 19th century to the present day. The central question addressed is whether there is a

role for *ultima ratio* criminal law to protect consumers in our society, or whether intervention through civil or administrative law alone would suffice. The chapter examines the German fabric counterfeiting scandal of the 19th century, which laid the foundation for the spread of consumer criminal law thinking in Europe. It also explores the issue of the consumer as an explicitly criminal "subject". The chapter traces the development of consumer protection criminal law in Hungary, from the Csemegi Code of 1878 to the present-day Criminal Code. It examines how this evolution has reflected the economic, social and political changes of the time and how the consumer has increasingly become the "subject" of criminal law protection.

Keywords: consumer, consumer protection, criminal law, legal subject, fraud, harmonisation of law, legal history

A tizenhárom fejezetből álló munkát minden megszorítás nélkül tekinthetjük a magyar fogyasztóvédelem és a fogyasztóvédelmi jog átfogó monográfiájának. A komplex megközelítést tükröző címet mind a történeti dimenziók részletes összefoglalása, mind a különböző jogi diszciplínákban megjelenő fogyasztóvédelmi szabályok átfogó kritikai-értékelő bemutatása miatt megérdemli ez a könyv.

A szerzők a magyar fogyasztóvédelmi jogot tárgyalják. Egyes kérdéseknél, különösen a ma már klasszikusnak tekinthető magánjogi témák kapcsán, utalnak a főbb külföldi kódexek megoldására is. Ismert ugyanakkor, hogy éppen a fogyasztóvédelem területén (mindenekelőtt a magánjogi fogyasztóvédelemben, de nemcsak ott) egységes európai uniós szabályok játszzák a főszerepet. A magánjogi szerződések világában az Európai Unió főleg az irányelvek eszközét alkalmazza, más területeken rendeleti jogalkotás egységesíti a tagállamok fogyasztóvédelmi jogát.

A könyv nemcsak átfogó jellege, hanem alapossága miatt is elismerést érdemel. Szinte hiánytalanul feldolgozza a magyar jogirodalmat és – ahol erre lehetőség kínálkozik – a bírói gyakorlatot is. Külön dicséretet érdemel a részletes, fejezetről fejezetre összefoglalást adó, magyar és angol nyelvű záró rész.

Mindezek alapján melegen ajánlom az Olvasónak a művet.

Budapest, 2025. március 1.

Vékás Lajos
professor emeritus,
az MTA rendes tagja



BGE

BUDAPESTI
GAZDASÁGTUDOMÁNYI
EGYETEM



978-615-6886-12-5

ISBN 978-615-6886-12-5